



UNIVERSIDAD
DE PIURA

REPOSITORIO INSTITUCIONAL
PIRHUA

ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD COMERCIAL DE UN NEGOCIO DE LIMPIEZA DE DOMICILIOS POR HORAS EN LA CIUDAD DE PIURA

Rosalin Flores-Antonio, Roxana del
Carmen Rebaza-García

Piura, marzo de 2019

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Programa Académico de Administración de Empresas

Flores, R. y Rebaza, R. (2019). *Análisis de la viabilidad comercial de un negocio de limpieza de domicilios por horas en la ciudad de Piura* (Trabajo de investigación de bachiller en Administración de Empresas). Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Programa Académico de Administración de Empresas. Piura, Perú.



Esta obra está bajo una licencia

[Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

[Repositorio institucional PIRHUA – Universidad de Piura](https://repositorio.institucional.pirhua.edu.pe/)

UNIVERSIDAD DE PIURA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
PROGRAMA ACADÉMICO DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



**Análisis de la viabilidad comercial de un negocio de limpieza de
domicilios por horas en la ciudad de Piura**

**Trabajo de Investigación para optar el
Grado de Bachiller en Administración de Empresas**

**Rosalin Geovani Flores Antonio
Roxana del Carmen Rebaza García**

Asesor: Dr. Álvaro Tresierra Tanaka

Piura, marzo 2019

Quiero dedicar este trabajo de investigación a mi madre, Mirna Angélica Antonio Becur, por su ejemplo de lucha diaria, a mi esposo por su apoyo constante y a mis tres hermosas princesas: Priscila, Valentina y Fátima, por su amor, ternura y alegría, que fueron mi fortaleza durante este arduo proceso.

Rosalin Geovani Flores Antonio.

A Dios, por brindarme una nueva oportunidad para alcanzar mis sueños. A mi madre, Roxana García Hidalgo, por su amor desmedido y apoyo incondicional en este proceso. A mis hijas, Vania, Brianna y Bianca por ser el principal motor y motivo de superación. A mi gran amiga, Liz Falshaw Desulovich, por ser quien me impulsó a embarcarme en esta nueva aventura.

Roxana del Carmen Rebaza García.

Prólogo

La principal razón que motivó realizar este trabajo de investigación fue la preocupación observada en familiares, amigos y conocidos, residentes en la ciudad de Piura, por encontrar una persona que se dedique a la limpieza de sus domicilios de manera eficiente y continua.

La limpieza de hogares siempre estuvo presente en el mercado de servicios de la ciudad. No obstante, la dinámica bajo la cual se ha venido desarrollando obliga tácitamente al empleador a afrontar no solo el costo del servicio en sí, también debe responder por la alimentación de la persona contratada, así como brindarle un espacio dentro del hogar para que viva o de lo contrario subvencionar sus pasajes diariamente. De igual modo, las empleadas del hogar se han visto obligadas a relegar aspectos importantes de sus vidas como el tiempo que comparten con sus familias o la posibilidad de seguir estudiando, debido a la gran cantidad de horas dedicadas a esta labor.

A raíz de los cambios producidos en la sociedad y en el mercado laboral de la ciudad, se ha vuelto cada vez más difícil para las familias piuranas encontrar una persona que ofrezca este servicio y a la vez lo realice de manera eficiente, llenando todas sus expectativas.

La importancia de este estudio radica en poder determinar y comprender cuáles son los principales requerimientos, vivencias e inconvenientes que las familias piuranas experimentan respecto a la limpieza de sus inmuebles. De este modo, se podrá conocer si es viable o no emprender un negocio de limpieza de domicilios por horas en Piura.

Para finalizar, agradecer al Dr. Álvaro Tresierra Tanaka por sus valiosos consejos y apoyo constante como asesor de este trabajo de investigación. También, un especial agradecimiento a la profesora Ana Lucía Martínez Azcarate por estar siempre dispuesta a resolver dudas e inquietudes, por la motivación brindada y por su excelente don de gentes.

Resumen

El presente trabajo es una investigación exploratoria cuyo objetivo principal es determinar si las familias pertenecientes a niveles socioeconómicos A y B en la ciudad de Piura tienen la necesidad de un servicio de limpieza de domicilios.

Para ello, se realiza una exhaustiva búsqueda de información proveniente de fuentes secundarias, mediante la revisión de literatura relacionada al tema de investigación, así como de datos relevantes de instituciones nacionales e internacionales de prestigio. Además, se recurre a la recolección de datos primarios mediante la aplicación de sesiones grupales y entrevistas en profundidad. Posteriormente, se diseña y testea un cuestionario para ser aplicado en una futura investigación cuantitativa.

Los resultados obtenidos permitieron confirmar la existencia de la necesidad de un servicio de limpieza de domicilios en la ciudad, así como de las principales inquietudes y expectativas que las familias piuranas tienen respecto al tema. Por ello, se diseña una propuesta de negocio con distintos tipos de limpieza, ajustados a los requerimientos detectados.

Tabla de contenido

Introducción	1
Capítulo 1 Fundamentación	5
1.1. Planteamiento del problema	5
1.2. Objetivos de la investigación	14
1.2.1. Objetivo general	14
1.2.2. Objetivos específicos.....	14
1.3. Justificación.....	14
1.4. Delimitación.....	15
Capítulo 2 Marco teórico	17
2.1. Antecedentes de la investigación	17
2.2. Bases teóricas	21
2.2.1. Investigación de mercados	21
2.2.1.1. Concepto	21
2.2.2. Proceso de investigación	21
Capítulo 3 Marco metodológico	25
3.1. Tipo de investigación	25
3.2. Diseño de la investigación	26
3.3. Población.....	27
3.3.1. Muestra.....	28
3.3.2. Muestreo.....	28
3.4. Técnicas de observación	29

3.4.1. Instrumentos.....	30
3.4.2. Validez	31
3.5. Técnica de análisis de datos.....	31
3.6. Propuesta del cuestionario	32
Capítulo 4 Resultados de la investigación	35
4.1. Análisis y discusión de los resultados.....	35
Capítulo 5 Diseño de la propuesta	41
5.1. Introducción.....	41
5.2. Justificación	44
5.3. Propuesta.....	44
Conclusiones	47
Recomendaciones	49
Referencias bibliográficas.....	51
Anexos	55
Anexo A. Empresas y/o plataformas digitales iberoamericanas que ofrecen servicio de limpieza a domicilio por horas	57
Anexo B. Empresas y/o plataformas digitales peruanas que ofrecen servicio de limpieza a domicilio por horas.....	65
Anexo C. Empresas piuranas que ofrecen servicios domésticos a domicilio distintos a la limpieza del hogar	67
Anexo D. Guía de preguntas para la realización de las sesiones grupales.....	69
Anexo E. Guía de entrevista en profundidad.....	72
Anexo F. Cuestionario.....	74

Lista de figuras

Figura 1.	Distribución del crecimiento económico mundial según tipo de economía.....	5
Figura 2.	Distribución del incremento de servicios a nivel mundial según porcentaje del PBI.....	7
Figura 3.	Distribución del crecimiento de servicios en Perú según porcentaje de PBI	7
Figura 4.	Distribución de población peruana según ámbito geográfico.....	8
Figura 5.	Distribución de la población piurana según ámbito geográfico.....	9
Figura 6.	Distribución de la población económicamente activa ocupada según ámbito geográfico y género (en porcentaje de la población).....	10
Figura 7.	Distribución de la población urbana en Piura según nivel socio económico	10
Figura 8.	Distribución de horas a la semana que dedican los peruanos según genero.....	12
Figura 9.	Ubicación de Piura.....	15
Figura 10.	Mapa político de Piura	15
Figura 11.	Mapa de calles de Piura ciudad.....	16
Figura 12.	Imagen Plataforma Virtual Wayook	57
Figura 13.	Imagen plataforma virtual Grouponet.....	58
Figura 14.	Imagen plataforma virtual Cronoshare	58
Figura 15.	Imagen plataforma virtual Aliada	59
Figura 16.	Imagen plataforma virtual Jelpmi	60
Figura 17.	Imagen plataforma virtual Mi dulce hogar	60
Figura 18.	Imagen plataforma virtual Hogaru.....	61

Figura 19.	Imagen plataforma virtual Francer	62
Figura 20.	Imagen plataforma virtual Prohogar	62
Figura 21.	Imagen plataforma virtual Deluxe	63
Figura 22.	Imagen plataforma virtual Totes	64
Figura 23.	Imagen plataforma virtual Manitas limpiadoras	65
Figura 24.	Imagen plataforma virtual Full Clean.....	66
Figura 25.	Imagen plataforma virtual Delivery Express Piura	67
Figura 26.	Logotipo car wash king	68

Introducción

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo principal determinar si las familias de clase socioeconómica A y B en la ciudad de Piura tienen la necesidad de un servicio de limpieza de domicilios, así como el grado en que esta necesidad está siendo cubierta y los motivos por los cuales pueda no estar siendo satisfecha de manera adecuada. Así, se podrá determinar la viabilidad comercial de un negocio de limpieza de hogares por horas en la ciudad de Piura.

Esta es una investigación exploratoria, es decir, de carácter cualitativo, que permitirá obtener una idea general respecto al tema. No obstante, se pretende validar los resultados mediante una investigación posterior, de carácter cuantitativo.

En este trabajo se ha elaborado un marco teórico el cual incluye los antecedentes de la investigación y las bases teóricas, relacionados directamente con el tema de fondo materia de la investigación. Además, se han recopilado ciertos datos obtenidos de fuentes secundarias fidedignas como son organizaciones como el Banco Mundial, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) y la Asociación Peruana de Investigación de Mercados (APEIM). Así mismo, se ha recopilado información de fuentes primarias, mediante el uso de técnicas de recolección de datos como las entrevistas en profundidad y el Focus Group.

Se realizaron dos sesiones de Focus Group con la participación de seis y ocho mujeres residentes en la ciudad de Piura, respectivamente. Todas pertenecientes a clases socioeconómicas A y B, cuyas edades fluctúan entre los 30 y 62 años. Las sesiones tuvieron una duración aproximada de una hora y estuvieron dirigidas por una de las integrantes de este trabajo, quien fungió como moderador.

Se realizaron tres entrevistas en profundidad a mujeres que en la actualidad trabajan limpiando hogares, tanto de manera permanente como las que lo hacen por horas o días a

la semana. Las edades de estas colaboradoras fluctúan entre los 38 y 53 años. Dichas entrevistas tuvieron una duración aproximada de 45 minutos y se llevaron a cabo en los hogares donde laboran las entrevistadas, previo consentimiento de sus empleadoras.

Tras el análisis de los resultados se ha podido obtener una idea general de la importancia de la limpieza del hogar para las familias piuranas pertenecientes a clases socioeconómicas A y B. Este es un tema de constante preocupación pues no solo se trata de la higiene y salud de las familias, sino también de paz, confort, descanso, ahorro de tiempo y dinero, calidad de vida, según las participantes.

La investigación realizada ha proporcionado información relevante sobre las dificultades que enfrentan estas familias para llegar a encontrar una persona que se encargue de la limpieza de sus hogares cumpliendo con sus funciones de manera eficiente y además siendo honrada, es decir, generando confianza.

Se obtuvo información sobre los principales requerimientos de las familias respecto a la limpieza de sus hogares y sobre el gasto general en el que incurren para tener sus inmuebles limpios: sueldo, alimentación y pasajes de la trabajadora del hogar, útiles y utensilios de limpieza.

Por otro lado, se obtuvo importante información respecto a las principales desventajas de trabajar limpiando hogares según las entrevistadas. Bajo su perspectiva, están son: retraso en el pago (sobre todo en aquellas que cobran semanal o por día), exceso de labores ajenas a la limpieza (ir a comprar a la tienda, apoyar en la cocina, lavar ropa, planchar), falta de útiles de limpieza los cuales muchas veces no son suministrados a la trabajadora a tiempo, no tienen vacaciones pagadas entre otros derechos que les corresponde.

La información obtenida tanto de los Focus Group como de las entrevistas en profundidad se analizó detalladamente para obtener las conclusiones de la investigación, así como para elaborar un cuestionario, que servirá como herramienta fundamental para una posterior investigación de carácter cuantitativo en la que se aplicará la técnica de la encuesta a una muestra representativa de la población a estudiar. Este cuestionario será testado en el presente trabajo a fin de determinar si es claro, sencillo y fácil de comprender.

El presente trabajo de investigación comprende los siguientes capítulos:

Capítulo 1, correspondiente a la Fundamentación, el cual contiene el planteamiento del problema, los objetivos de la investigación, la justificación y las delimitaciones del trabajo.

Capítulo 2, correspondiente al Marco teórico, el cual contiene los antecedentes de la investigación y las bases teóricas.

Capítulo 3, correspondiente al Marco metodológico, el cual contiene el tipo de investigación, el diseño de la misma, la población objeto de estudio y las técnicas de recolección de datos utilizadas.

Capítulo 4, correspondiente a los Resultados de la investigación, el cual contiene el análisis y discusión de los resultados.

Capítulo 5, correspondiente al Diseño de la propuesta, el cual contiene la introducción, la justificación, la propuesta, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía

Capítulo 1

Fundamentación

1.1. Planteamiento del problema

“El crecimiento mundial se aceleró notablemente en 2017, respaldado por una recuperación generalizada tanto de las economías avanzadas como de las economías de mercados emergentes y en desarrollo, y se espera que aumente en 2018.” (Banco Mundial, 2018, Global Economic Prospects January)

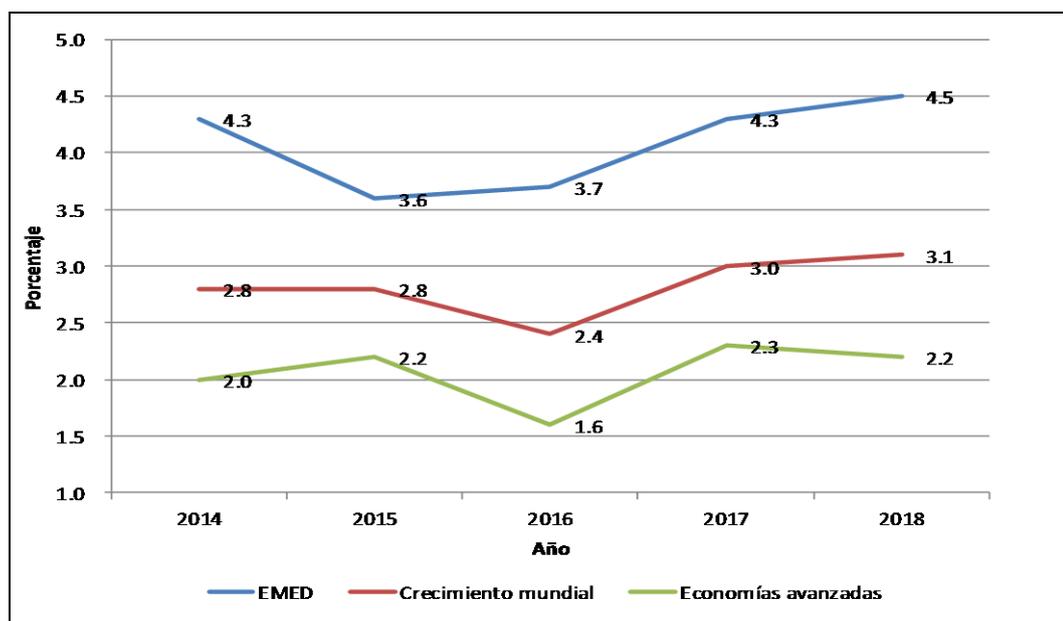


Figura 1. Distribución del crecimiento económico mundial según tipo de economía
Fuente: Elaboración propia. Datos del Banco Mundial (2018).

De acuerdo con estos datos hacia el año 2014 el crecimiento de la economía mundial se situaba en un 2.8 %, manteniéndose constante durante el año 2015. Sin embargo, hacia el año 2016 disminuyó a un 2,4% para luego recuperarse durante el año 2017 situándose en un 3%. Esta tendencia favorable de crecimiento de la economía global se proyecta para este 2018 en un 3,1%. Como se puede apreciar en la Figura 1, los países que cuentan con economías emergentes y en desarrollo vienen experimentando un constante crecimiento de su economía durante los dos últimos años, proyectando para el 2018 un crecimiento del 4,5%.

El «crecimiento económico», término asociado al concepto de «desarrollo», tiene su origen en la crisis económica de la Gran Depresión (...). Desde entonces, el crecimiento pasó a ser uno de los indicadores económicos más importantes que inevitablemente se asoció al desarrollo. La afluencia de bienes y la posibilidad de satisfacer necesidades en magnitudes crecientes y diversas a largo plazo, mediante la expansión de la producción, se identificó con el crecimiento, y el aumento de la cantidad de bienes disponibles se transformó en su último fin (Casilda, 2017, p.33).

El desarrollo es un concepto histórico que ha ido evolucionando, por lo que no tiene una definición única. Aun así, se puede decir que desarrollar es el proceso por el cual una comunidad progresa y crece económica, social, cultural o políticamente (Pérez, 09.01.15).

Si bien el crecimiento económico de una nación no está asociado obligatoriamente a un desarrollo económico y social de la misma, la presente investigación se hará sobre la clase socioeconómica A-B, por ello se puede inferir que el crecimiento económico experimentado si estaría ligado a una mejora en la calidad de vida del público objeto de estudio. Este es un hecho que se traduce en una mayor adquisición de bienes y servicios, no solo en cantidad sino también en calidad.

En cuanto al producto bruto interno mundial los datos refieren que la prestación de servicios a nivel global viene experimentando un constante crecimiento dentro del porcentaje de dicho indicador desde el año 1995. Como se aprecia en la Figura 2, hacia el año 1995 el porcentaje del PBI mundial que corresponde a la prestación de servicios era del 58.37%, incrementándose durante los siguientes 20 años, llegando a un 69.07% en el año 2015, evidenciando así una clara tendencia de los mercados hacia la prestación de servicios frente a la oferta de bienes.

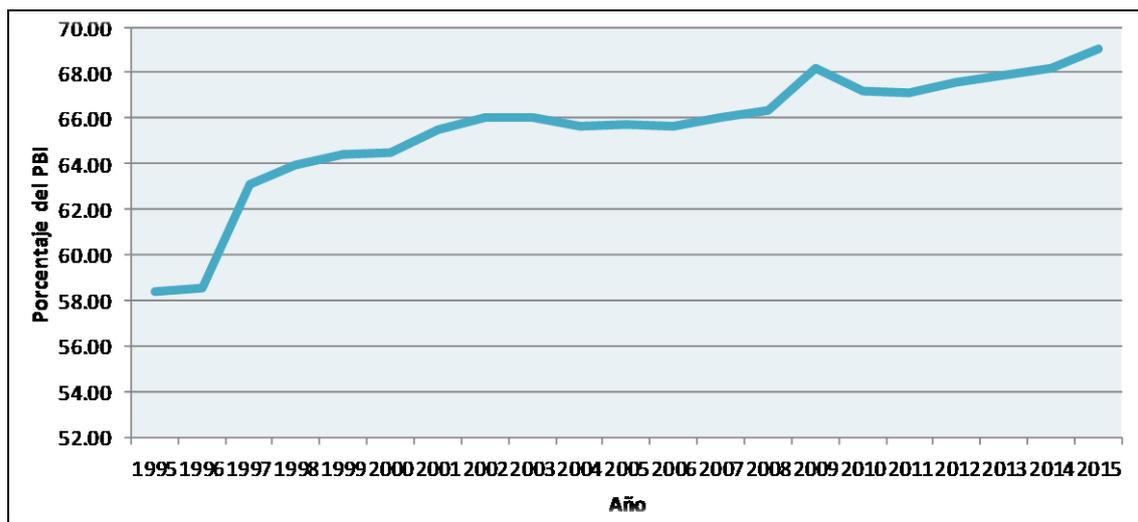


Figura 2. Distribución del incremento de servicios a nivel mundial según porcentaje del PBI
Fuente: Elaboración propia. Datos del Banco Mundial (2018).

En cuanto a la situación específica del Perú, los datos recogidos por el Banco Mundial indican que desde el año 2011 el porcentaje del PBI nacional que corresponde a la prestación de servicios viene en un constante aumento, pasando de un 51.85% en dicho año a un 59.86% en el 2016. Esta información revela una clara tendencia del mercado nacional por la prestación de servicios, lo cual demuestra la creciente necesidad de la población por contar con los mismos (ver Figura 3).

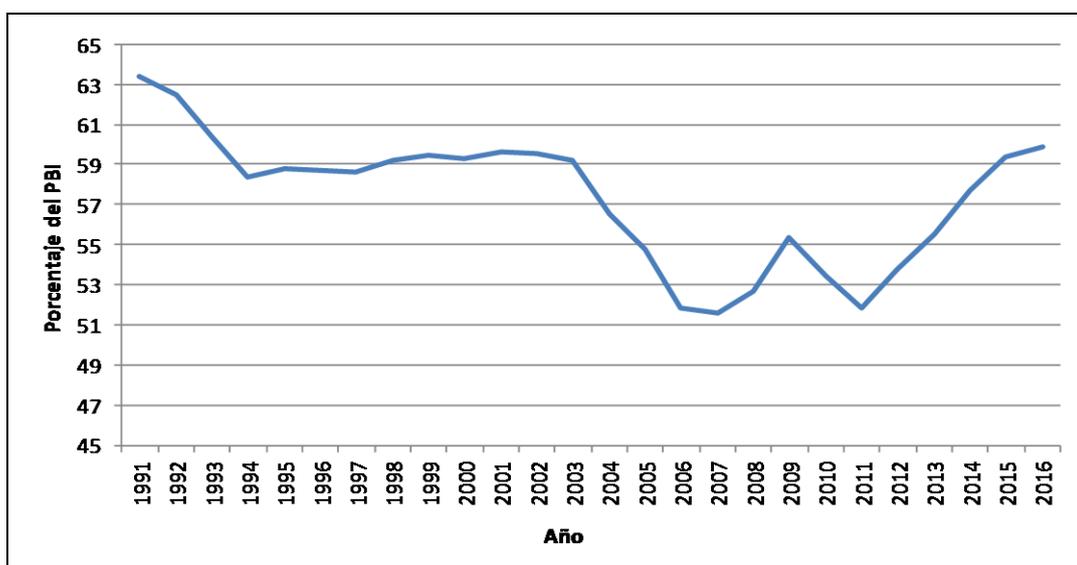


Figura 3. Distribución del crecimiento de servicios en Perú según porcentaje de PBI
Fuente: Elaboración Propia. Datos del Banco Mundial (2018)

La población peruana en general ha aumentado durante los últimos años en un promedio del 1% anual. Así mismo esta realidad se manifiesta en la región Piura, la cual pasó de 1, 799,607 habitantes en el año 2012 a 1, 844,129 habitantes en el año 2015. Por ello, se puede asumir que dicha tasa de crecimiento poblacional anual se mantendrá constante durante los siguientes años. (ver Figura 4)

En base a esta tasa de crecimiento anual se infiere que la población piurana para el año 2018 se estimaría en 1, 900,008 habitantes aproximadamente.

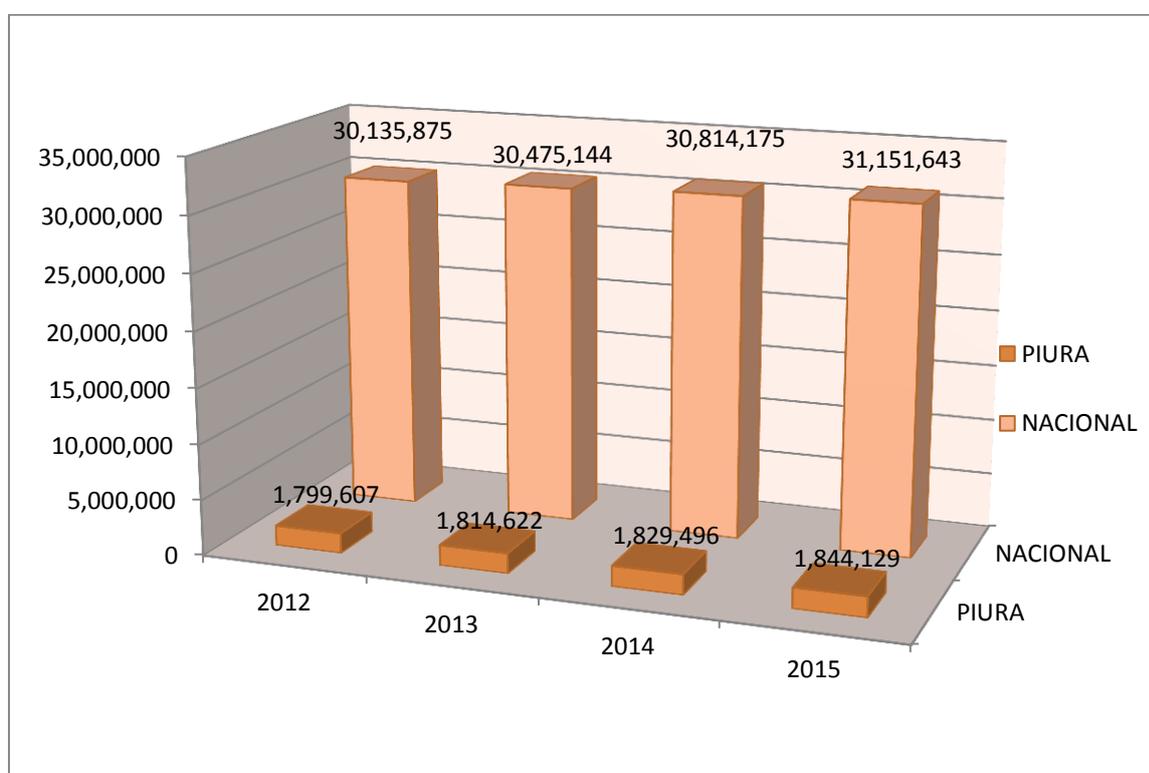


Figura 4. Distribución de población peruana según ámbito geográfico
Fuente: Elaboración Propia. Datos de Instituto Nacional de Estadística e Informática-Encuesta Nacional INEI (2018)

El mercado a estudiar se ubica en la ciudad de Piura. En ese sentido, resulta muy importante conocer cómo se comporta su población en cuanto a su crecimiento. (Ver Figura 5)

Como se muestra en la Figura 5, la ciudad de Piura ha visto un aumento constante en su población, esta pasó de 341,847 personas en el año 2000 a 436,440 para el año 2015 teniendo una tasa de crecimiento anual promedio de 1.65%, es decir, la ciudad de Piura tiene un aumento en la población mayor al mostrado por el departamento de Piura. En ese

sentido se puede inferir que para el año 2018 la población en la ciudad de Piura debe alcanzar las 458, 437 personas.

A su vez, se observa que tanto el crecimiento de la población total en Piura como la tasa de PEA ocupada para el mismo ámbito geográfico siguen claramente la tendencia nacional, que a su vez refleja la expansión del mercado objetivo.

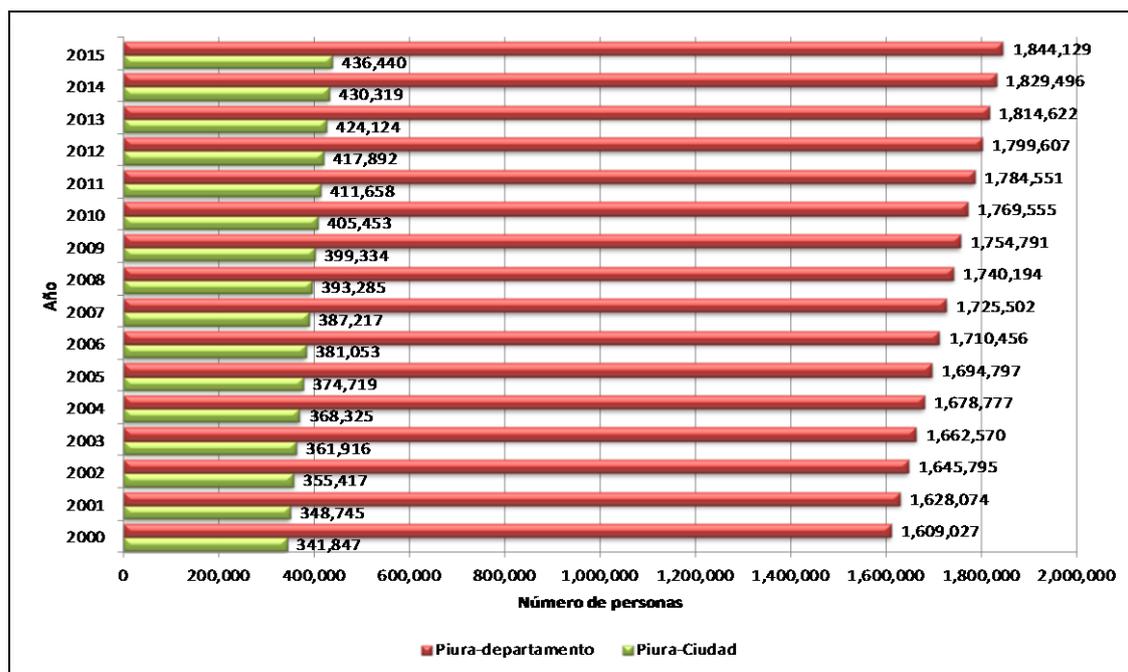


Figura 5. Distribución de la población piurana según ámbito geográfico
Fuente: Elaboración propia. Datos de INEI (2018)

En la costa peruana existe un promedio de 70% de personas consideradas dentro de la población económicamente activa ocupada, que unido al total de la población piurana proyectada, así como al porcentaje de la misma considerado en el nivel socio-económico AB determina el tamaño de mercado al que se pretende servir. (Ver Figura 6 y Figura 7)

Como se aprecia existe una notable tendencia de crecimiento poblacional, así como del mercado de servicios, motivado por la necesidad de las poblaciones de contar con apoyo para cubrir los quehaceres que no pueden desarrollar. Esto está directamente relacionado con la falta de tiempo experimentado por las personas a medida que crecen, no solo desde un punto de vista biológico, sino también cultural, profesional, personal; aumentando con los años las responsabilidades asumidas. Por ello, se es más consciente de la importancia y de la carencia del tiempo en la vida.

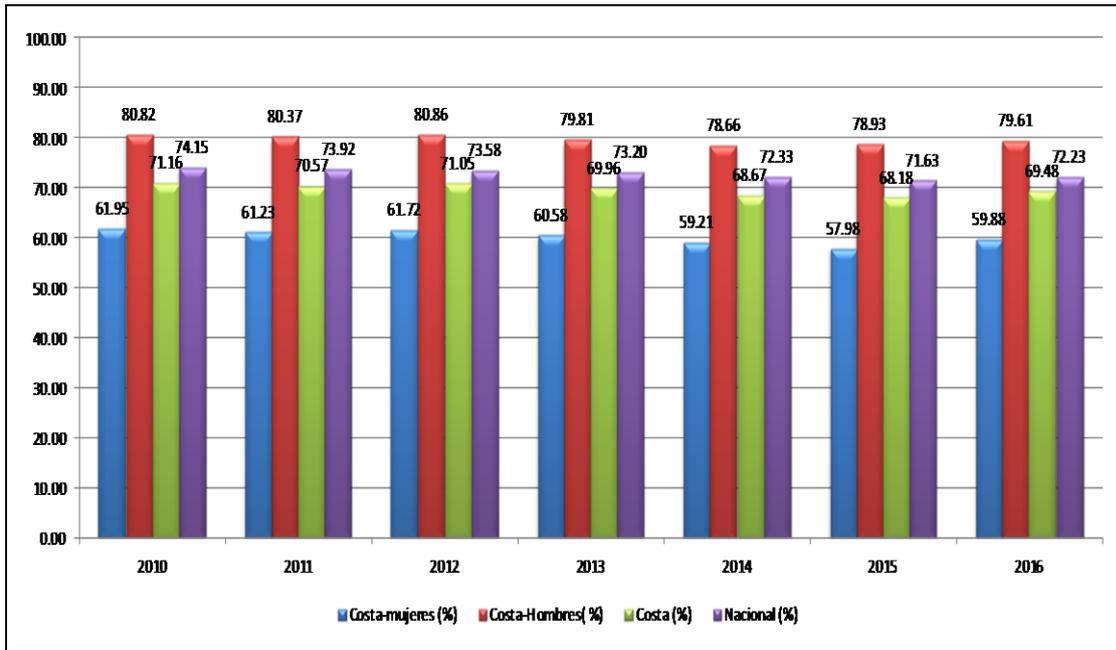


Figura 6. Distribución de la población económicamente activa ocupada según ámbito geográfico y género (en porcentaje de la población)
 Fuente: Elaboración propia. Datos de Instituto Nacional de Estadística e Informática-INEI (2018)

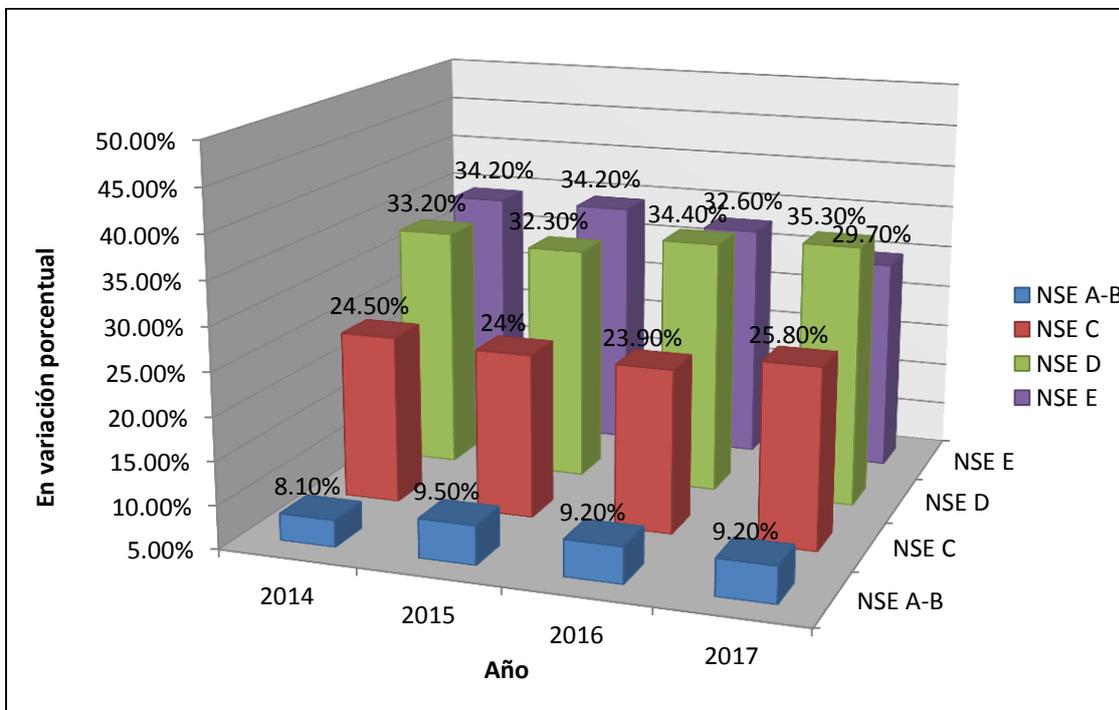


Figura 7. Distribución de la población urbana en Piura según nivel socio económico
 Fuente: Elaboración Propia. Datos de APEIM (2018)

Cladellas (2009) analiza distintos conceptos y definiciones sobre el tiempo a través de la historia y desde diferentes perspectivas culturales, siendo relevante para este estudio el análisis que hace respecto a las sociedades occidentales, como la peruana. Respecto de ellas, señala:

En estas culturas, conforme al concepto lineal del tiempo, éste es finito, valioso y fijo. Así, es posible ganar tiempo, comprarlo o gastarlo (...). En general los países que forman parte de la cultura occidental están obsesionados con la puntualidad. La vida social y profesional de estas personas gira en torno a un reloj, y los términos que se usan para hablar del tiempo son muy reveladores. Se “ahorra tiempo”, se “gasta tiempo”, se “usa el tiempo de manera inteligente” o (y vale la pena reflexionar acerca de la expresión) “se desperdicia el tiempo”. Los relojes “corren” y el tiempo “vuela”. Una frase común es “el tiempo es dinero”, que ilustra el enorme valor que para millones de personas tiene un valor tan apreciado como el tiempo. Además de la expresión “time is Money”, “time as status” y “time as importance” son expresiones que simbolizan el concepto del tiempo que se tiene en las culturas occidentales (p. 219-220).

El Instituto Nacional de Estadística e Informática en su Encuesta Nacional de Hogares investigó respecto a las distintas actividades que los peruanos llevan a cabo ajenas al trabajo remunerado y cuánto tiempo en horas dedican a estas semanalmente. Dividiendo el estudio por género, determinó entre otras cosas, lo siguiente: los hombres peruanos solo invierten 3.29 horas a la semana a la limpieza de sus hogares, por su parte las mujeres invierten 6.38 horas a la semana para la misma. Como se observa, la cantidad de horas a la semana dedicadas a la limpieza del hogar por la población peruana es claramente insuficiente. No obstante, dicho tiempo bien podría ser invertido en otras actividades de mayor importancia como las educativas, las relacionadas a las necesidades personales o aquellas que se realizan compartiendo en familia y/o sociedad. Por todo ello, se puede apreciar un notable indicio para identificar la necesidad insatisfecha en la población. (Ver Figura 8)

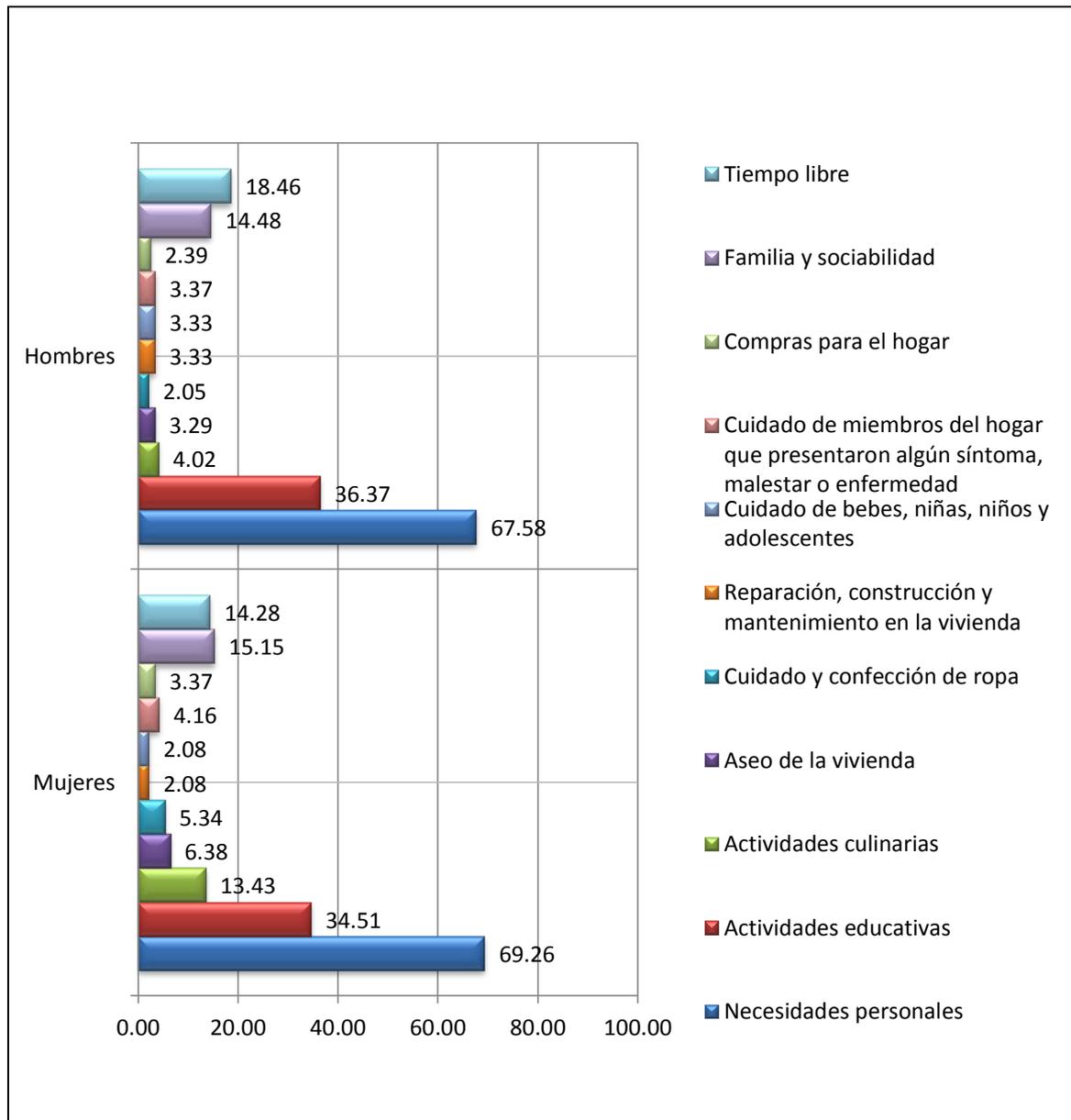


Figura 8. Distribución de horas a la semana que dedican los peruanos según genero

Fuente: Elaboración Propia. Datos de Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI (2018)

Hablando específicamente del servicio de limpieza de los hogares, esta labor ha estado ligada históricamente a las mujeres, sobre todo a las madres de familia, consideradas por décadas como amas de casa por excelencia. Así lo explica León (2013), cuando señala respecto del trabajo doméstico que:

Ha sido asignado culturalmente a la mujer como su papel fundamental, y es por esto que a la mujer se le define socialmente como ama de casa, madre o esposa. El trabajo doméstico realizado por el ama de casa, como un servicio prestado al esposo, hijos/as y otros, y sin remuneración y como expresión amorosa de su rol en la familia, no se considera trabajo y es visto como “rol propio de las mujeres”. Por ello, las mujeres

que lo hacen como ocupación principal no forman parte de la “población económicamente activa”. Ésta es la expresión más clara de la subvaloración social que acompaña al trabajo doméstico (p.199).

No obstante, con el transcurrir de los años y los cambios producidos en la forma como se constituyen los hogares, así como en el porcentaje de mujeres insertadas en el mundo laboral, esta tarea ha quedado relegada dentro de la lista de “pendientes” de las familias.

La necesidad de contar con apoyo en el hogar para el correcto aseo y mantenimiento del mismo es una realidad que se evidencia con mayor claridad dentro de los sectores socioeconómicos A-B. Esto está relacionado directamente con el estilo de vida que dicha clase ostenta. Por un lado, por la disponibilidad económica de afrontar el gasto y por otro por la carencia de tiempo, ya sea por trabajo, estudios u otras actividades a las que se dedican.

Luego de investigar el tema, así como el comportamiento de distintas sociedades iberoamericanas, se ha encontrado que varios países muestran la tendencia socio-cultural descrita y cuentan ya con empresas y/o plataformas digitales que les permiten acceder a servicios de limpieza de manera práctica y eficiente, así como otros servicios domésticos, permitiéndoles en la mayoría de los casos escoger no solo el tiempo, horario y tipo de servicio sino incluso el colaborador con quien desean contratar.

España cuenta con al menos tres plataformas digitales ampliamente conocidas: wayook.es, gruponet.com y cronoshare.com. En México están presentes: aliada.mx, jelpmi.mx y midulcehogar.mx. Citando países sudamericanos cuyas culturas se han desarrollado, mucho más que otras, de manera similar a la peruana, en Ecuador funcionan dos conocidas empresas: “Francer, master en limpieza” y “Prohogar, los profesionales del hogar”. En Bolivia: “Deluxe, limpieza integral” y “Totes, expertos en limpieza”. En el caso de Colombia a Hogaru.com, plataforma digital que ha sido catalogada por Spain Startup y Wayra como la startup más innovadora de su país. (Ver anexo A)

En cuanto a la realidad nacional, en la ciudad de Lima se ha encontrado a Manitas Limpiadoras y Full Clean Lima, servicio de limpieza hogar y residencial. Ambas dedicadas al servicio de limpieza doméstico por horas. Sin embargo, en la ciudad de Piura, no se ha encontrado alguna empresa o plataforma digital que ofrezca la posibilidad de acceder a un servicio de limpieza a domicilio. No obstante, existen otros tipos de empresas que funcionan como aliados estratégicos de aquellas personas que carecen del tiempo necesario para

dedicarse a labores domésticas como las compras del hogar o el lavado de vehículos, como lo son Delivery Express Piura y Car Wash King E.I.R.L, respectivamente. (Ver anexos B y C)

1.2. Objetivos de la investigación

1.2.1. Objetivo general

La presente investigación permitirá determinar la viabilidad comercial de un negocio de limpieza de domicilios por horas en la ciudad de Piura.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar los principales requerimientos que las familias piuranas pertenecientes a las clases socioeconómicas A y B tienen frente a un servicio de limpieza en general.
- Determinar los distintos tipos de limpieza que las familias piuranas pertenecientes a las clases socioeconómicas A y B requieren.
- Determinar cuáles son los principales motivos de insatisfacción por parte de las familias piuranas pertenecientes a las clases socioeconómicas A y B frente a un servicio de limpieza.
- Determinar la frecuencia en que las familias piuranas pertenecientes a las clases socioeconómicas A y B requieren el servicio de limpieza.
- Determinar el gasto promedio mensual por concepto de servicio de limpieza en el que incurren las familias piuranas pertenecientes a las clases socioeconómicas A y B.
- Determinar el gasto promedio mensual por concepto de útiles y utensilios de limpieza en el que incurren las familias piuranas pertenecientes a las clases socioeconómicas A y B.

1.3. Justificación

La forma como se constituyen los hogares ha cambiado con el paso del tiempo, asimismo cómo estas nuevas familias buscan satisfacer sus necesidades. Además, la mujer ha tomado un rol ampliamente participativo dentro del mundo laboral, desligándose cada

vez más de aquella visión estrechamente ligada al hogar. Por ello, aquel espacio dedicado a los quehaceres domésticos no está siendo cubierto por ningún miembro de la familia, ya que tanto padre y/o madre carecen del tiempo necesario para dicha labor. La presente investigación permitirá determinar si las familias/hogares piuranos pertenecientes a los niveles socioeconómicos A y B necesitan un servicio de limpieza de sus domicilios, así como la medida en que esta necesidad está siendo satisfecha. De esta manera, la justificación práctica recae en la posibilidad de desarrollar a futuro un modelo de negocio para satisfacer la necesidad detectada en base a los resultados obtenidos en este estudio.

En cuanto a la justificación teórica, la investigación busca, mediante la aplicación de conceptos y fundamentos de mercadotecnia (*marketing*) conocer el grado de la necesidad detectada.

Haciendo referencia a la justificación metodológica, para lograr los objetivos de estudio se lleva a cabo una investigación exploratoria (cualitativa), además de recurrir al análisis documental se valdrá también de las técnicas de sesión grupal y entrevistas en profundidad. Por ello, los resultados de este estudio están respaldados por técnicas de investigación válidas en el medio.

1.4. Delimitación

El presente trabajo se limitará a los distritos de Piura, Castilla y 26 de octubre, pertenecientes al departamento de Piura. Específicamente a aquellas familias de clase socioeconómica A, B. Seleccionados intencionalmente pues es a estas familias a quienes se les pretende ofrecer la idea de negocio propuesta.



Figura 9. Ubicación de Piura
Fuente: Wikipedia (2018)



Figura 10. Mapa político de Piura
Fuente: portal web paramitarea (2018)



Figura 11. Mapa de calles de Piura ciudad
Fuente: Google maps (2018)

El tiempo de duración de la investigación es de once meses, periodo comprendido entre el 15 de noviembre de 2017 al 15 de octubre de 2018.

El estudio tiene como fin comprender y analizar los problemas de aquellas familias piuranas pertenecientes a las clases socioeconómicas A y B que tengan la necesidad de contar con un servicio de limpieza de sus domicilios. Enfocándose en las carencias que hasta el momento este público objetivo ha experimentado, para así diseñar la mejor propuesta para satisfacer eficientemente su necesidad.

Capítulo 2

Marco teórico

2.1. Antecedentes de la investigación

Iniciando con los antecedentes se tiene a Cueva, López, Meza y Ortega (2016) con su proyecto de negocio titulado “Empresa de servicio de limpieza de hogares en la ciudad de Arequipa”, cuyo objetivo general fue el de determinar la factibilidad de establecer una empresa de servicio de limpieza de hogares en la ciudad de Arequipa. Para ello, los investigadores han basado su postura en el modelo de las 5 fuerzas propuesto por Porter (2015), así como en la matriz FODA desarrollada por Ponce (2007).

La investigación fue de carácter cualitativo y cuantitativo. En la parte exploratoria, se recurrió a la técnica de la sesión de grupo (*focus group*) para lo cual el moderador encargado de llevar a cabo la sesión se apoyó en una guía de discusión, previamente diseñada. Se aplicaron dos Focus Group, el primero a diez (10) personas y el segundo a nueve (9), comprendidas entre las edades de 30 y 45 años, pertenecientes a clases socioeconómicas A y B. En el análisis cuantitativo se recurrió a la encuesta, la cual se aplicó a una muestra de doscientos cincuenta y cinco (255) participantes.

De los resultados obtenidos se concluyó que existe una latente necesidad entre las personas de los niveles socioeconómicos A y B respecto al servicio de limpieza, 62% de los encuestados no tiene quien realice esta tarea por ellos. Así mismo, el 79.7% si están dispuestos a contratar un servicio de limpieza de hogares. En cuanto a las razones por las cuales las personas con dicha necesidad no cuentan ya con un servicio de limpieza son las siguientes: Porque no existe personal capacitado 20,3%, porque no existe personal de confianza 55,1% o porque el costo es muy elevado 4,4%.

En cuanto a la propuesta de negocio planteada por este estudio, se hizo una evaluación económica-financiera del mismo, a fin de determinar su viabilidad. Dicha

evaluación dio como resultado una propuesta atractiva para los accionistas ya que se determinó un VAN financiero de 2,467.05 y un TIR financiero de 20,39%, en cuanto a la evaluación económica se registró un VAN económico de 3031.09 y un TIR económico de 20.48%, demostrando así la viabilidad del proyecto

Otro interesante antecedente es el plan de trabajo de grado de Pozo (2014) titulado “Estudio de la factibilidad para la creación de una pequeña empresa que proporcione servicios de limpieza para hogares y oficinas en la provincia de Imbabura” el cual tuvo como objetivo general 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. Ante esto, la investigación se basó en el modelo de estudio de factibilidad de Andrade y Galindo (2006), así como en el análisis de distintos evaluadores financieros de acuerdo con Ramírez (2004), Moreno (2001) y Ortega (2006).

Este estudio fue de naturaleza cualitativa y cuantitativa. En cuanto al análisis cualitativo se apoyaron en la búsqueda documental y entrevista a expertos, mientras que, el análisis cualitativo se hizo a través de la aplicación de encuestas.

La población objeto de estudio fueron los jefes de familia y dueños o arrendatarios de oficinas de la provincia de Imbabura, así como los oferentes del servicio de limpieza que desarrollan sus actividades económicas dentro de la provincia que representan la competencia. Este universo poblacional fue de veintiocho mil quinientos cincuenta y un (28,551) hogares y cuatrocientos sesenta (460) oficinas. La muestra objeto de estudio fue de trescientos ochenta y cinco (385) hogares y doscientos nueve (209) oficinas.

Los resultados obtenidos del análisis de los hogares señalan que el 73,77 % de la población encuestada considera que mejoraría el bienestar familiar si una empresa se ocupara de la limpieza de su hogar, el 69,35% de los encuestados están interesados en la contratación del servicio. En cuanto a las oficinas, el 76,56% de dueños o arrendatarios encuestados consideran que mejoraría completamente el ambiente de trabajo e imagen de su oficina si una empresa se dedicaría a la labor de limpieza, mientras que, el 29,67% mencionó que desconfía por la falta de honradez existente. Así mismo, el 81,82% de estos dueños o arrendatarios de oficinas están interesados en la contratación del servicio.

En cuanto al estudio financiero de este proyecto, se demostró que es rentable y atractivo para invertir ya que el VAN (16746,56) y el TIR (36,27%) fundamentaron su viabilidad, determinando las condiciones óptimas para la puesta en marcha del proyecto.

Continuando con los antecedentes se tiene a Arévalo y Casa (2011) con su tesis titulada “Proyecto para la prestación de Limpieza en Hogares del Sector Norte de la ciudad de Quito”, cuyo objetivo general fue estructurar un sistema de prestación de servicios de limpieza para los hogares del Sector Norte de la ciudad de Quito, permitiendo facilitar las labores domiciliarias de dicha población. Así, los autores basan su trabajo en la teoría administrativa desarrollada por Chiaventato (2006) y la teoría de servicios planteada por Lovelock (2007).

El mencionado estudio fue tanto exploratorio como descriptivo. En cuanto a la etapa exploratoria esta se sirvió de la observación directa y de entrevistas personales a moradores del Sector Norte de la ciudad de Quito. Para el análisis cuantitativo se apoyaron en la técnica de la encuesta, sirviéndose de la herramienta del cuestionario, el cual se aplicó a una muestra de sesenta y un (61) hogares de una población total de cuatro mil ochocientos cinco (4805).

Los resultados del estudio determinaron que la mayoría de personas encuestadas están de acuerdo con la prestación de un servicio de limpieza 96,72%, mientras que, apenas el 3,28% están en desacuerdo. Evidenciando un alto nivel de aceptación. Por otro lado, el 86,89% de encuestados contratarían el servicio planteado mientras que, el 13,11% no lo contratarían, lo que los autores interpretan como un panorama viable para el proyecto.

Dentro de las conclusiones de la investigación se determinó que existe un mercado potencial muy importante en el sector donde se pretende implementar el proyecto, ya que se enfoca a los hogares de clase social media alta y alta, el cual se refleja en los resultados obtenidos de la demanda insatisfecha, la misma que para el periodo 2011-2016 fluctúa entre los tres mil seiscientos setenta (3670) y tres mil novecientos diecinueve (3919).

En cuanto al análisis financiero del proyecto, se obtuvo un VAN de 183.647,21 y un TIR del 50%, asegurando la viabilidad del proyecto ya que genera ganancias y además una rentabilidad del 50%.

Prosiguiendo con los antecedentes, se cita a Pérez (2015) y su tesis titulada “Proyecto de Factibilidad para la implementación de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de domicilios en la ciudad de Loja”, cuyo objetivo principal fue el de determinar la factibilidad del proyecto, en base a los estudios: de mercado, técnico, administrativo y financiero. Ante esto, el autor desarrolla su trabajo en base a los modelos de Baca (1998) y de Kotler, Bloom y Hayes, citados por Malhotra (1997).

El estudio fue tanto exploratorio como descriptivo. En la parte exploratoria se aplicó la técnica de entrevista mientras que, en el análisis cualitativo se recurrió a la encuesta. La población objeto de estudio corresponde a ciento ochenta mil seiscientos diez y siete (180617) habitantes de la ciudad de Loja. La muestra fue de trescientos noventa y siete (397) familias de las zonas urbanas.

Dentro de los resultados se obtuvo que el 72% de las familias encuestadas utilizan un servicio de aseo y limpieza para sus casas mientras que, el 28% no lo utiliza. De las familias que, si lo utilizan, el 62% califican este servicio como regular, el 29% como bueno y el 9% como malo. Así mismo, el 80% de las familias encuestadas, que requieren el servicio de aseo y limpieza de sus hogares, está de acuerdo con la implementación de la empresa, el 20% no está de acuerdo. En cuanto a la evaluación financiera del proyecto, se obtuvo un VAN de 21045,46 dólares y un TIR de 32,98%, demostrando la viabilidad del mismo.

Concluyendo con los antecedentes, Begazo, Flores y Mogollón (2014) con su tesis titulada “Plan de negocios para el lanzamiento de Safety Clean, servicio profesional de limpieza especializada en departamentos en Lima metropolitana de la Empresa VAR SAC” cuyo objetivo fue sustentar el lanzamiento del servicio profesional de limpieza especializado en departamentos denominado Safety Clean de la Empresa VAR SAC. Para ello, los autores basan su trabajo en las teorías de plan de negocios desarrolladas por Friend y Zehle (2008) y Osterwalder (2011).

Este estudio se sirvió de la investigación exploratoria, recurriendo a entrevistas a profundidad, realizando diez (10) entrevistas a ejecutivos modernos de 32 a 45 años de edad que pertenecen al NSE A y B que residen en la ciudad de Lima moderna y llevan un estilo de vida moderno. Así mismo, se entrevistó a diez (10) trabajadores con experiencia en trabajos de limpieza de hogares y/u oficinas entre los 25 y 45 años de edad.

Dentro de los resultados el estudio señala como primera variable importante a mencionar que, las personas que deciden en el hogar sobre la contratación del personal de limpieza son las mujeres sin necesidad de ser el jefe de hogar. También se concluyó que a los entrevistados que tienen familia les preocupa generar el mayor ambiente saludable, mientras que, a los entrevistados solteros les interesa la limpieza de su hogar porque les garantiza un mejor descanso.

En cuanto al análisis financiero del proyecto se obtuvo un valor actual neto y una tasa interna de retorno favorables: VAN FCL de 523,733, VAN FCP 389, 196, TIR FCL 96,27% y TIR FCP 135,52%.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Investigación de mercados

2.2.1.1. Concepto

La investigación de mercados es la función que enlaza al consumidor, al cliente y al público con el comercializador a través de la información. Esta información se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de marketing; como también para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de marketing; monitorear el desempeño y mejorar la comprensión del marketing como un proceso (Kinnear y Taylor, 1998, p.6).

Por su parte, Malhotra (2008) la define como: “la identificación, recopilación, análisis, difusión y uso sistemático y objetivo de la información, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades de marketing” (p.7)

Según Kotler y Armstrong (2013) es “el diseño, la recopilación, el análisis y el informe sistemáticos de datos relevantes a una situación específica de marketing que se enfrenta una organización” (p.100)

2.2.2. Proceso de investigación

Al ser un proceso de investigación, como todo proceso, consta de distintas fases o pasos, mismos que han sido definidos de diversas maneras por distintos autores a través de los años, entre los cuales se considera a bien mencionar los siguientes:

Conforme a Malhotra (2008) el proceso de investigación de mercados consta de seis pasos:

1. **Definición del problema:** El primer paso en cualquier proyecto de investigación de mercados es definir el problema. Al hacerlo, el investigador debe considerar el propósito del estudio, la información antecedente pertinente, la información que se necesita y la forma en que se utilizara para la toma de decisiones.
2. **Desarrollo del enfoque del problema:** El cual incluye la formulación de un marco de referencia objetivo o teórico, modelos analíticos, preguntas de investigación e hipótesis e identificación de la información que se necesita.
3. **Formulación del diseño de la investigación:** Un diseño de investigación es un esquema para llevar a cabo un proyecto de investigación de mercados. Expone con detalle los procedimientos necesarios para obtener la información requerida, y su propósito es diseñar un estudio que ponga a prueba las hipótesis de interés, determine las posibles respuestas a las preguntas de investigación y proporcione la información para tomar una decisión.
4. **Recopilación de datos:** Implica contar con personal o un equipo que opere ya sea en el campo, como en el caso de las encuestas personales, desde una oficina por teléfono, por correo o electrónicamente. La selección, capacitación, supervisión y evaluación adecuadas del equipo de campo ayuda a minimizar los errores en la recopilación de datos.
5. **Preparación y análisis de datos:** Incluye la revisión, codificación, transcripción y verificación.
6. **Elaboración y presentación del informe:** Todo proyecto debe documentarse en un informe escrito donde se presenten las preguntas de investigación específicas que se identificaron; donde se describan el enfoque, el diseño de investigación y los procedimientos utilizados para la recopilación y análisis de datos; y donde se incluyan los resultados (p.10 y 11)

De acuerdo con Kinnear y Taylor (1998):

El proceso formal de la investigación de mercados puede considerarse como una serie de pasos llamados proceso de investigación, para ese proceso es esencial prever los nueve pasos que se enumeran a continuación:

1. **Necesidad de información:** El primer paso en el proceso de investigación es el establecimiento de la necesidad de la información de investigación de mercados
2. **Objetivos de la investigación:** Una vez se ha establecido la necesidad de la investigación de información, el investigador debe especificar los objetivos de la

investigación propuesta y desarrollar una lista de necesidades específicas de información.

3. **Determinar las fuentes de información:** Determinar si los datos que están disponibles actualmente provienen de fuentes internas o externas a la organización. (...) Si los datos no están disponibles a través de fuentes internas o externas, el siguiente paso es recopilar nuevos datos.
4. **Procedimiento de recolección de datos:** Al preparar los formatos de recolección de datos, el investigador debe establecer una unión efectiva entre las necesidades de información y las preguntas que ha de hacer o las observaciones que se grabaran.
5. **Diseño de la muestra:** El primer aspecto que se debe tener en cuenta en el diseño de la muestra tiene que ver con quién y qué debe incluir en la muestra. Esto significa que se requiere una definición clara de la población de la cual se va a extraer la muestra. El siguiente aspecto tiene que ver con el método utilizado para seleccionar la muestra. Estos métodos se pueden clasificar basándose en el hecho de que éstos involucren procedimientos probabilísticos o no probabilísticos. El tercer aspecto tiene que ver con el tamaño de la muestra.
6. **Recopilación de datos:** El proceso de recolección de datos es crítico puesto que generalmente involucra una gran proporción del presupuesto de investigación y una gran proporción de error total de los resultados de investigación.
7. **Procesamiento de datos:** Una vez que se han recopilado los datos, comienza el procesamiento de estos. Este incluye las funciones de edición y codificación.
8. **Análisis de datos:** Es importante que el análisis de datos sea consistente con los requisitos de las necesidades de información identificadas en el paso 2.
9. **Presentación de los resultados:** Es imperativo que los resultados de la investigación se presenten en un formato simple y estén dirigidos hacia las necesidades de información de la situación de decisión (p.123)

Según Kotler y Armstrong (2013):

El proceso de investigación de marketing tiene cuatro pasos:

1. **Definición de problema y de los objetivos de la investigación:** Los investigadores y gerentes de marketing deben colaborar de manera estrecha para definir y acordar los objetivos de la investigación.
2. **Desarrollo del plan de investigación para recopilar información:** Una vez que los investigadores tienen definido el problema de investigación y los objetivos,

deben determinar la información exacta que necesitan, desarrollar un plan para reunirla de manera eficaz y presentar el plan a la gerencia. El plan de investigación describe las fuentes de datos existentes y expone los enfoques de investigación específicos, los métodos de contacto, los planes de muestreo y los instrumentos que los investigadores utilizaran para recopilar nuevos datos.

- 3. Implementación del plan de investigación: recopilación y análisis de datos:**
El investigador pone en acción el plan de investigación de marketing. Se trata de recopilar, procesar y analizar la información.
- 4. Interpretación e informe de los hallazgos:** El investigador debe interpretar los hallazgos, sacar conclusiones e informar a la gerencia (p.101).

Capítulo 3

Marco metodológico

3.1. Tipo de investigación

El presente trabajo es una investigación cualitativa (exploratoria) ya que se pretende conocer la necesidad que tiene un determinado grupo de personas y generar conclusiones respecto al tema de estudio, así como de contar con información útil para posterior análisis cuantitativo.

La investigación exploratoria es apropiada en las etapas iniciales del proceso de toma de decisiones. Generalmente, esta investigación está diseñada para obtener una noción preliminar de la situación. El diseño de la investigación se caracteriza por la flexibilidad para ser sensible a lo inesperado y para descubrir otros puntos de vista no reconocidos previamente. Se emplean enfoques amplios y versátiles. Estos incluyen fuentes secundarias de información, observación, entrevistas con expertos, entrevistas de grupos con personas especializadas y casos. La investigación exploratoria es apropiada en situaciones donde la gerencia busca problemas potenciales y oportunidades; busca nuevos puntos de vista, ideas, o hipótesis sobre la situación, o desea una formulación del problema más precisa y la identificación de las variables más importantes en la situación de decisión (Kinnear y Taylor, 2000, p.98-100).

Este tipo de investigación se utiliza en los casos donde es necesario definir el problema con más precisión, identificar los cursos de acción pertinentes y obtener información adicional antes de que pueda desarrollarse un enfoque. En esta etapa la información requerida está solo vagamente definida y el proceso de investigación que se adopta es flexible y la muestra, seleccionada para generar el máximo de información, es pequeña y no representativa. Los datos primarios son de naturaleza cualitativa y se analizan de acuerdo con ello (Malhotra, 2008, p.79)

3.2. Diseño de la investigación

De acuerdo con Arias (2006) “El diseño de investigación es la estrategia general que adopta el investigador para responder al problema planteado. En atención al diseño, la investigación se clasifica en: documental, de campo y experimental” (p.26)

Este trabajo se trata de una investigación documental (recopilando datos secundarios de diversas fuentes) y de campo (mediante la obtención directa de datos por parte de los investigados). De carácter no experimental, ya que se observará el fenómeno de estudio como tal, para luego ser analizado con la finalidad de encontrar una solución al problema. Dicho con otras palabras, se trata de observar y medir las cosas como son, sin manipulación de alguna variable.

La investigación documental es un proceso basado en la búsqueda, recuperación, análisis, crítica e interpretación de datos secundarios, es decir, los obtenidos y registrados por otros investigadores en fuentes documentales: impresas, audiovisuales o electrónicas. Como en toda investigación, el propósito de este diseño es el aporte de nuevos conocimientos (Arias, 2006, pag.27).

La investigación de campo es aquella que consiste en la recolección de datos directamente de los sujetos investigados, o de la realidad donde ocurren los hechos (datos primarios), sin manipular o controlar variable alguna, es decir, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes. De allí su carácter de investigación no experimental (Arias, 2006, p.31).

El diseño no experimental es el que se realiza sin manipular en forma deliberada ninguna variable. El investigador no sustituye intencionalmente las variables independientes. Se observan los hechos tal y como se presentan en su contexto real y en un tiempo determinado o no, para luego analizarlos. Por lo tanto, en este diseño no se construye una situación específica si no que se observa las que existen. (Palella y Martins, 2006, pag.96)

Los datos primarios se obtienen mediante la realización de dos sesiones grupales (focus group) así como de tres entrevistas en profundidad. Los datos secundarios, compilando información de distintas fuentes fidedignas como el Banco Mundial, el Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI, la Asociación Peruana de Investigación de Mercados APEIM, así como de distintos trabajos y/o proyectos de

investigación relacionados al tema objeto de estudio, mismos que ha sido utilizados en la fundamentación de este trabajo.

Los datos primarios son aquellos que un investigador reúne con el propósito específico de abordar el problema que enfrenta. (...) Los datos secundarios son aquellos que ya fueron reunidos para propósitos diferentes al problema en cuestión. Esos datos se pueden localizar con rapidez y a bajo costo (Malhotra, 2008, p. 106)

3.3. Población

La población, o en términos más precisos población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación, Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio (Arias, 2006, p.81)

Según Lepkowski (citado por Malhotra, 2008) “una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones” (p.174)

La población objeto de estudio corresponde a personas de niveles socioeconómicos A y B, residentes en la ciudad de Piura, las cuales ostentan un estilo de vida tal que les imposibilita dedicarse a los quehaceres domésticos. Por ello, se determina que la población total a la cual se pretende servir asciende a **29,524** personas. Dicho valor es resultado de multiplicar la proyección poblacional de la ciudad de Piura para el año 2018 (458, 437) por el porcentaje de esta población económicamente activa para dicho ámbito geográfico (70%) y por la proporción correspondiente al segmento socioeconómico AB (9,20%).

$$\text{Población} = (\text{P.P.Piu 2018}) (\text{P.E.A Piu}) (\text{NSE AB Piu})$$

$$\text{Población} = (458,437) (0.7) (9.2) = 29,524$$

P.P.Piu = Proyección poblacional de la ciudad de Piura para el año 2018.

P.E.A Piu = Población económicamente activa en Piura.

N.S.E AB = Nivel socioeconómico A y B en Piura

3.3.1. Muestra

Según Arias (2006) “Cuando por diversas razones resulta imposible abarcar la totalidad de los elementos que conforman la población accesible, se recurre a la selección de una muestra. La muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p.83).

En concordancia con Salamanca y Martín-Crespo (2007) “En los estudios cualitativos casi siempre se emplean muestras pequeñas no aleatorias, lo cual no significa que los investigadores naturalistas no se interesen por la calidad de sus muestras, sino que aplican criterios distintos para seleccionar a los participantes” (p. 1)

“El concepto de representatividad subyacente en las muestras cualitativas implica, no la reproducción en cantidad y extensión de ciertas características poblacionales, sino la reconstrucción de las vivencias y sentidos asociados a ciertas instancias micro sociales” (Serbia, 2007, p.133)

“En el proceso cualitativo, grupo de personas, eventos, sucesos, comunidades, etc., sobre el cual se habrán de recolectar los datos, sin que necesariamente sea estadísticamente representativo del universo o población que se estudia” (Hernández, Fernández y Baptista, 2014, p.384)

La muestra con la cual se trabaja en este estudio corresponde a dos sesiones grupales en las que participan integrantes de familias pertenecientes a niveles socioeconómicos A y B, residentes en la ciudad de Piura, y tres entrevistas en profundidad a mujeres que se desempeñan limpiando hogares en esta ciudad.

3.3.2. Muestreo

De acuerdo con Arias (2006) “para seleccionar la muestra se utiliza una técnica o procedimiento denominado muestreo. Existen dos tipos de muestreo: *probabilístico o aleatorio y no probabilístico*” (p.83)

Continuando en la línea del citado autor, en el muestreo probabilístico todos los integrantes de la población objetivo tienen la posibilidad de formar parte de la muestra, mientras que, en el muestreo no probabilístico esta posibilidad es desconocida (Arias, 2006, p. 83 y 85). Siendo así, este estudio se remite a un muestreo de tipo no probabilístico.

El muestreo no probabilístico se clasifica de la siguiente manera:

- Muestreo causal o accidental: es un procedimiento que permite elegir arbitrariamente los elementos sin juicio o criterio preestablecido.
- Muestreo intencional u opinático: en este caso los elementos son escogidos con base a criterios o juicios preestablecidos por el investigador.
- Muestreo por cuotas: se basa en la elección de los elementos en función de ciertas características de la población, de modo tal que se conformen grupos o cuotas correspondientes con cada característica, procurando respetar las proporciones en que se encuentran en la población (Arias, 2006, p.85).

Según esta clasificación, el muestreo de este trabajo corresponde a uno intencional u opinático pues los autores escogieron la muestra en base a criterios y juicios propios. Estableciendo como criterios de selección de la muestra los siguientes:

Para el caso de los participantes de las sesiones grupales:

- Ser mayor de edad
- Residir en la ciudad de Piura.
- Pertenecer a un nivel socioeconómico A o B.
- Tener experiencia en el manejo del hogar (a través de la dirección de una persona encargada de la limpieza y cuidado del mismo).

Para el caso de los participantes de las entrevistas en profundidad:

- Ser mayor de edad
- Trabajar en la limpieza de hogares
- Trabajar en la ciudad de Piura

3.4. Técnicas de observación

Haciendo referencia a las técnicas de observación, el estudio se apoya en sesiones grupales (*focus groups*) y en entrevistas en profundidad.

La dinámica de las sesiones de grupo está a cargo de un moderador quien se sirve de una guía de discusión, instrumento de recolección de datos que parte desde una perspectiva general del tema hacia asuntos más específicos. Así mismo, las sesiones son grabadas en videocámara con el fin de hacer un análisis completo de las dinámicas puesto

que de este modo se puede analizar también el lenguaje no verbal dentro de las mismas. Terminada cada sesión se revisan las notas del moderador, así como las grabaciones para proceder a analizar los datos y emitir las conclusiones pertinentes.

Una sesión de grupo (de enfoque) consiste en una entrevista, de forma no estructurada y natural, que un moderador capacitado realiza a un pequeño grupo de encuestados. El moderador guía la discusión. El principal propósito de las sesiones de grupo consiste en obtener información al escuchar a un grupo de personas del mercado meta apropiada hablar sobre temas de interés para el investigador. El valor de la técnica reside en los hallazgos inesperados que a menudo se obtienen de una discusión grupal que fluye libremente. Las sesiones de grupo son el procedimiento de investigación cualitativa más importante. (Malhotra, 2008, p.145)

En un grupo de enfoque se reúne a un pequeño número de individuos en una sala para que conversen sobre algún tema de interés para el patrocinador del grupo. La sesión está bajo la dirección de un moderador, que intenta seguir un orden de ideas y, al mismo tiempo, lograr que los comentarios de cada persona se consideren en la discusión del grupo. De tal suerte, cada individuo está expuesto a las ideas de los demás y expone las suyas propias al grupo para su consideración (Churchill, 2003, p. 110).

Las entrevistas en profundidad se realizan a mujeres que en la actualidad se dedican a la limpieza de hogares, permitiendo obtener un panorama general de la dinámica de la limpieza en la localidad piurana. Dichas entrevistas son también grabadas con el fin de analizar la información para la elaboración de conclusiones.

“Al igual que las sesiones de grupo, las entrevistas en profundidad son una forma no estructurada y directa de obtener información, pero a diferencia de las sesiones de grupo, dichas entrevistas se realizan de forma individualizada”. (Malhotra, 2008, p.158)

“Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados)”. (Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista, 2014, p.403)

3.4.1. Instrumentos

De acuerdo con Arias (2006) “Los instrumentos son los medios materiales que se emplean para recoger y almacenar la información. Ejemplo: fichas, formatos

de cuestionario, guía de entrevista, lista de cotejo, escalas de actitudes u opinión, cámara fotográfica o de video, etc.” (p.111)

Los instrumentos de los cuales se sirve este estudio son:

- Guía de sesión grupal (ver Anexo D)
 - Guía de entrevistas en profundidad (ver Anexo E)
- * Ambas guías se utilizan con la finalidad de mantener una estructura y un orden adecuado en el desarrollo de cada sesión grupal y entrevista, así como para abarcar todos puntos relacionados al tema de estudio sin olvidar ninguno. No obstante, fungen como instrumentos flexibles pues a medida que se desarrollan las dinámicas pueden surgir otras preguntas o temas de interés.

3.4.2. Validez

Según Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014), “La validez en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento mide realmente la variable que pretende medir. Por ejemplo, un instrumento válido para medir la inteligencia debe medir la inteligencia y no la memoria” (p.200)

La validez indica la capacidad de un instrumento para medir las cualidades para las cuales ha sido construido. Un instrumento confuso no puede tener validez; como así tampoco uno que esté midiendo, a la vez e indiscriminadamente, distintas variables superpuestas. Un instrumento tiene validez cuando verdaderamente mide lo que afirma medir (Vieytes, 2004, p.447)

En este trabajo de investigación las preguntas contenidas en las guías de sesión grupal y entrevistas en profundidad fueron validadas por el Dr. Álvaro Tresierra Tanaka, asesor de contenido de este estudio.

3.5. Técnica de análisis de datos

Hernández-Sampieri, Fernández y Baptista (2014) sostienen que “En el proceso cuantitativo primero se recolectan todos los datos y luego se analizan, mientras que en la investigación cualitativa no es así, sino que la recolección y el análisis ocurren prácticamente en paralelo” (p.418).

“El análisis de datos cualitativos es emocionante porque se descubren temas y conceptos metidos entre los datos recolectados” (Rubin y Rubin citados por Núñez, 2006, p.3)

De acuerdo con Arias (2006), “En lo referente al análisis, se definirán las técnicas lógicas (inducción, deducción, análisis-síntesis), o estadísticas (descriptivas o inferenciales) que serán empleadas para descifrar lo que revelan los datos recolectados” (p.111)

Al ser este estudio una investigación cualitativa, el análisis de los datos obtenidos se ha realizado mediante la técnica de la inducción, pues se han inferido los resultados respecto a la población objeto de estudio partiendo de la observación particular de los participantes tanto de las sesiones grupales como de las entrevistas en profundidad. Así, tras escuchar y a la vez analizar las respuestas de los participantes se redactaron los resultados de la investigación y las conclusiones de la misma.

Esto, en concordancia con Rodríguez y Pérez (2017) quienes señalan:

La inducción es una forma de razonamiento en la que se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, que refleja lo que hay de común en los fenómenos individuales. Su base es la repetición de hechos y fenómenos de la realidad, encontrando los rasgos comunes en un grupo definido, para llegar a conclusiones de los aspectos que lo caracterizan. Las generalizaciones a que se arriban tienen una base empírica (p.10)

Por su parte Behar (2008) sostiene:

El método inductivo crea leyes a partir de la observación de los hechos, mediante la generalización del comportamiento observado; en realidad, lo que realiza es una especie de generalización, sin que por medio de la lógica pueda conseguir una demostración de las citadas leyes o conjunto de conclusiones (p.40).

3.6. Propuesta del cuestionario

Para Kinnear y Taylor (2000) “un cuestionario es una lista formalizada para recolectar información de los encuestados. La función del cuestionario es la medición” (p.413).

Por su parte Ávila (2006) explica que el cuestionario es un instrumento elaborado con la finalidad de medir opiniones o hechos específicos, basado en una serie de preguntas (p.54)

Una vez analizados los resultados obtenidos de las sesiones grupales y de las entrevistas en profundidad, esta información permite el diseño de un cuestionario que servirá como herramienta fundamental de una futura investigación cuantitativa del tema.

De manera tal que se puedan validar los resultados obtenidos y aclarar dudas surgidas justamente en este estudio cualitativo. No obstante, en este trabajo solo se ha desarrollado y testeado el cuestionario a fin de determinar si fluye con naturalidad y si es fácil de comprender para así evitar sesgos en los resultados de la futura investigación.

El cuestionario consta de 16 preguntas, cerradas y abiertas, de fácil comprensión y se testeó a un total de 10 personas, tanto de manera dirigida (personalmente y por teléfono) así como de manera auto administrada (vía correo electrónico). El cuestionario se adjunta al presente trabajo y no hubo necesidad de corregir ninguna pregunta pues todas las personas que lo desarrollaron lo hicieron sin ninguna dificultad y comprendieron todas y cada una de las preguntas, así como la dinámica del cuestionario. (Ver anexo F)

Capítulo 4

Resultados de la investigación

4.1. Análisis y discusión de los resultados

Se desarrollaron dos sesiones grupales con seis y ocho participantes respectivamente, todas ellas mujeres, entre los 30 y 62 años, residentes en la ciudad de Piura, pertenecientes a los niveles socioeconómicos A y B, obteniendo los siguientes resultados:

Las participantes en su totalidad consideran extremadamente importante la limpieza y orden dentro de sus viviendas. Esto no solo por el beneficio directamente relacionado a la higiene y la salud, sino que además les trasmite una sensación de paz y bienestar lo cual consideran indispensable al retornar a sus casas agotadas del trabajo y/o diversos quehaceres. Expresaron que contar con un ambiente limpio y ordenado ahorra tiempo y dinero, dos factores altamente valorados por la sociedad actual. Además, todas consideran la limpieza del hogar como una labor agotadora, demandante de gran esfuerzo físico y destreza para lograr un buen resultado.

Los principales requerimientos de las entrevistadas respecto al servicio de limpieza de sus domicilios son: la eficiencia del trabajo, que se desarrolle dentro del tiempo determinado en común acuerdo con sus colaboradoras, el correcto uso de útiles de limpieza sin gastar de más y el cuidado de objetos de valor manipulados como cristalería, porcelana fina y cerámica. En cuanto al tipo de limpieza que las participantes señalan necesitar se encuentra el barrido, trapeado y encerado del inmueble, tendido de camas, limpieza de repisas, adornos y muebles del hogar, limpieza y desinfección de baños y cocina, así como de algunos artefactos eléctricos como refrigeradora, horno microondas, estufa, campana extractora, entre otros.

Del total de las participantes, la mitad trabaja fuera del hogar mientras que la otra mitad si podría disponer de tiempo para dedicarse a la limpieza de su vivienda. No obstante, solo una de las participantes no cuenta con una persona que se encargue de la mencionada labor, por el momento.

La mayoría de las participantes que cuentan con apoyo en el hogar tienen ya varios años trabajando con su colaboradora. Sin embargo, para casi todas fue muy difícil encontrar a la persona indicada y comentan cómo para muchas de sus amigas o conocidas sigue siendo un problema. Algunas, deben conformarse con la persona que por el momento les apoya, aunque no estén satisfechas con su labor. Consideran como un factor determinante la confianza existente con la trabajadora, tener la tranquilidad de otorgarle libertad de acción dentro de sus casas bajo la premisa del cumplimiento de sus funciones con eficacia, sin dañar ni perder objeto alguno.

Casi todas las trabajadoras de las participantes laboran a tiempo completo, pero ninguna bajo la condición conocida como “cama dentro”, ya que todas regresan a sus hogares a dormir. No obstante, solo en un caso la trabajadora está inscrita en planilla y cuenta con todos los derechos que por ley le corresponden. La mayoría de participantes señalan que, si bien les otorgan una cantidad de dinero en fechas importantes como navidad o fiestas patrias, este monto no es el equivalente a un sueldo.

Respecto a la frecuencia del servicio, la mayoría de las entrevistadas indica que este se realiza todos los días, con excepción del día domingo. No obstante, algunas requieren del servicio dos o tres veces por semana por un promedio de 4 o 5 horas por día, de ellas casi todas solicitan el servicio los días lunes, miércoles y viernes, una minoría los días martes y jueves. Además, prefieren que la limpieza se haga durante la mañana, mientras ellas y sus parejas se encuentran en sus trabajos y sus hijos estudiando. Solo una participante expresa preferir el horario de tarde para poder dirigir a su colaboradora pues a pesar de trabajar hace varios años con ella, aun no cumple con su trabajo de manera eficiente.

En cuanto a las labores de limpieza que deben realizar se encargan comúnmente de barrer, trapear, sacar el polvo, ordenar, tender camas, lavar baños y/o lavar trastes. Para la limpieza profunda (techos, ventanas altas, frontis del inmueble, lugares de difícil acceso) las participantes deben contratar a otra persona. Así mismo sucede con el lavado de muebles, cortinas y alfombras.

El sueldo percibido por las trabajadoras de las participantes oscila entre los 700 y 800 soles mensuales incluidos pasajes, para el caso de quienes trabajan a tiempo completo. Mientras que, las que trabajan por horas ciertos días a la semana, cobran entre 25 y 40 soles por un promedio de 4 a 5 horas de limpieza, más 4 soles de pasajes. En cuanto al gasto promedio mensual en útiles y utensilios de limpieza (detergente, desinfectante, lejía, sapolio, harpic, etc.) este oscila entre los 60 y 100 soles.

Un gasto adicional y bastante representativo para quienes cuentan con una colaboradora en su hogar a tiempo completo es el de la alimentación de las mismas. Las participantes señalan que estas personas ingieren los mismos alimentos, en igual e incluso mayor cantidad que algunos miembros de la familia, lo cual significa un gasto importante.

En cuanto los inconvenientes experimentados por las participantes con sus trabajadoras, ellas mencionaron: consumo excesivo de útiles de limpieza como el detergente o de víveres como el arroz, ruptura de objetos de valor como adornos de cristal o porcelana fina, toma de decisiones anticipada a la de la empleadora como el decidir qué botar de la refrigeradora o en qué horario realizar las distintas tareas, insatisfacción directa respecto a la limpieza, no sigue las indicaciones.

Por otro lado, se llevaron a cabo tres entrevistas en profundidad con mujeres que se desempeñan limpiando hogares desde hace varios años. Dos de ellas laboran a tiempo completo para una sola empleadora, mientras la otra trabaja en tres distintos hogares realizando la limpieza por horas, diferentes días a la semana.

La primera entrevistada es una mujer de 48 años, soltera, procedente de la serranía piurana, la cual lleva 23 años trabajando como empleada del hogar de los cuales los últimos 15 viene laborando en la misma casa a tiempo completo de lunes a sábado bajo la condición de “cama dentro”. Llegó a este hogar por recomendación de su antigua jefa quien se mudó a Lima y quiso llevársela, pero ella se negó porque en aquel entonces su madre, quien aún vivía, estaba enferma. Solo ha trabajado en estas dos viviendas. La entrevistada señala sentirse a gusto en el lugar donde trabaja, a pesar de laborar más de ocho horas diarias. Comenta que ha visto crecer a los hijos de sus empleadores por lo cual se siente “como de la familia”.

Las labores que realiza diariamente son el barrido y trapeado de pisos, sacudido de repisas y muebles, tendido de camas y limpieza de cocina (estufa). La limpieza de los baños la realiza interdiario. Así mismo indica que una vez por semana se encarga de aspirar alfombras, encerar pisos, limpiar refrigeradora y despensa; estas labores las realiza

distintos días de la semana, no el mismo día. Una vez al mes debe limpiar los muebles interiores de la cocina y la cristalería. No tiene bajo su cargo el lavado de ropa pues su empleadora contrata semanalmente a una persona para el lavado y planchado. Igualmente, la preparación de los alimentos y el lavado de ollas y trastes lo realiza otra persona quien también labora en el hogar.

Expresa no haber tenido inconvenientes en su trabajo pues cuando llegó a esa casa contaba con experiencia en el rubro, por lo cual fue fácil adaptarse. No obstante, reconoce que su condición de soltera tiene mucho que ver pues si tuviera hijos o esposo no tendría tiempo para dedicarse a ellos o probablemente hubiera optado por renunciar. Sin embargo, quisiera trabajar solo 8 horas al día y no más, pero siempre la requieren más tiempo.

Respecto a sus ingresos, actualmente estos ascienden a 650 soles mensuales. Los días domingos recibe 10 soles para pasajes. En los meses de julio y diciembre un adicional de 200 soles. No tiene vacaciones pagadas por lo cual han sido pocos los años que ha pedido salir de vacaciones. No cuenta con un seguro médico proporcionado por sus empleadores, pero cuando ha estado enferma ellos la han llevado a la posta y han corrido con los gastos de la medicina.

La segunda entrevistada es una mujer de 32 años, madre de familia de 3 pequeños. Trabaja como empleada del hogar desde hace 9 años. El tiempo que tiene en su actual trabajo es de 1 año, anteriormente ha trabajado en otros dos hogares de los cuales tuvo que salir cuando quedó embarazada. Trabaja a tiempo completo de lunes a viernes de 8:00 am a 4:00 pm y los sábados se retira a las 12 del mediodía. Los días domingos descansa.

Las labores que realiza son el barrido y trapeado de pisos, sacudido de repisas y muebles, tendido de camas y limpieza de baños diariamente. Todos los sábados limpia la refrigeradora y la cocina a profundidad. Una vez al mes limpia las ventanas y saca telas de araña de las paredes y techos. Se encarga del lavado y planchado de ropa, pero lo realiza dos sábados al mes por las tardes y cobra aparte por ese trabajo, no está incluido en su sueldo. No se dedica a la preparación de alimentos ni lavado de trastes.

En cuanto a los inconvenientes con su trabajo expresa que no han sido muchos. Comenta como en una oportunidad se llevó la ropa sucia para lavarla en su casa y le jalaban el paquete de la mototaxi, eso causó molestia en sus empleadores. Otra anécdota que comenta es que limpiando la sala movió muy fuerte la mesa de centro por lo cual el florero de Cristal cayó al piso y se rompió, ante esto su patrona le advirtió descontárselo en partes porque era un objeto bastante caro, pero al final no le descontó nada.

En cuanto a sus ingresos recibe 520 soles mensuales y 4 soles de pasajes todos los días. No ha recibido pagos extra en julio ni diciembre. No cuenta con seguro médico, pero al igual que la primera entrevistada, cuando ha estado enferma sus empleadores han corrido con los gastos médicos.

La tercera entrevistada es una mujer de 47 años, madre de familia de una joven de 24 años quien no vive con ella. Lleva en el rubro 18 años y ha pasado por más de 10 casas pues no trabaja tiempo completo sino por horas. Actualmente se encarga de la limpieza de tres hogares distintos, uno de ellos es una casa grande la cual limpia los días martes, jueves y sábados, de 8:00 a.m. a 12:00 p.m. Los otros dos son departamentos, uno limpia los martes y viernes de 2:00 p.m. a 5:00 p.m. y el otro los lunes, miércoles y viernes de 8:00 a.m. a 11:00 a.m.

La limpieza de la casa se reparte por días, los martes se encarga del tercer piso en el cual viven estudiantes pues los dueños dan pensión universitaria, los días jueves le toca los cuartos y baños de la familia, y los sábados sala y comedor. Así mismo hay áreas que debe limpiar todos los días que asiste: cochera, escritorio, cocina, comedor de confianza y escaleras. La limpieza consiste en barrido, trapeado, encerado y sacudido. Se encarga del lavado y planchado de ropa, pero cobra aparte por esa labor. El pago lo recibe semanal y es de 60 soles y 6 soles de pasajes por cada día. Lleva trabajando para esta familia 5 años y medio.

Por el departamento que limpia dos veces por semana, recibe un pago diario de 30 soles y 4 de pasajes. Realiza la limpieza total del inmueble los dos días que asiste: barrido, sacudido, trapeado, limpieza de baños, y cocina. No se dedica al lavado ni planchado de ropa ni a la preparación de alimentos. Lleva trabajando para esa familia 4 años.

Por el departamento que limpia tres veces por semana, recibe un pago diario de 20 soles y 6 de pasajes por cada día. Al igual que en el caso anterior realiza la limpieza total del inmueble todos los días que asiste: barrido, sacudido, trapeado, limpieza de baños y cocina. Se encarga del lavado y planchado de ropa, pero cobra aparte por esa labor la cual realiza entre dos a tres veces por mes. Lleva trabajando en este inmueble casi dos años.

No recibe en ninguno de los casos pagos extra en julio ni diciembre. No cuenta con seguro médico por parte de sus empleadores ni corren con sus gastos médicos cuando ha estado enferma.

Dentro de los inconvenientes en su trabajo menciona el atraso con sus pagos e incluso con sus pasajes. Así mismo, a veces no cuenta con útiles de limpieza como

detergente o lejía y cuando se da cuenta de eso, no hay nadie en el inmueble para proporcionárselo, por lo cual muchas veces termina limpiando solo con agua. Agrega por último que en ocasiones le piden “como favor” lavar los trastes o ir a la tienda a comprar algo y esas actividades no están incluidas en su trabajo.

En cuanto al testeo realizado al cuestionario diseñado para ser utilizado en una próxima investigación, este reveló que todas las preguntas son de fácil comprensión. Las 10 personas que lo resolvieron manifestaron haberlo comprendido sin ningún problema, por ello no hubo necesidad de corregir ninguna pregunta.

Capítulo 5

Diseño de la propuesta

5.1. Introducción

Desde que el hombre buscó asentarse en un lugar para vivir en sociedad, tuvo la necesidad de dedicarse a los trabajos más duros para proveer a los suyos de sustento, mientras las mujeres permanecían en el hogar ocupándose de las labores propias de este, como el cuidado de los niños y la preparación de los alimentos, entre otros. Esta típica forma como muchas sociedades alrededor del mundo han decidido agrupar sus familias para vivir ha permanecido más o menos constante durante siglos. Sin mencionar las variantes que pueden haber surgido con el correr de los años y los adelantos tecnológicos y científicos, en líneas generales ha sido el varón durante muchísimo tiempo quien ha llevado en los hombros la carga completa de mantener a la familia, dejándole a la mujer el 100 % de la responsabilidad dentro del hogar, sin una remuneración a cambio, sin un horario y sin reconocimiento alguno de su labor. De acuerdo con Pateman citada por Di Nella, Almeda, Ortiz y Camps (2016):

Se producía un contrato sexual que establecía el derecho al ejercicio de poder de los hombres sobre las mujeres, legitimando la dominación masculina y la subordinación femenina. El modelo familiar al que responde este contrato es conocido por el nombre de «male breadwinner-housewife keeper» (p.61)

La forma como se constituyen los hogares ha evolucionado con el transcurrir de los años, de la tradicional familia compuesta por padre, madre e hijos en la cual el padre-jefe de familia es quien trabaja fuera del hogar para brindar el sustento mientras que la madre se dedica a las labores propias del hogar, hoy en día se observan muchas otras formas

mediante las cuales el ser humano ha decidido agruparse para vivir y desarrollar sus capacidades. Así lo sostiene Arriagada (2002) cuando señala que:

Junto a las formas tradicionales de familia, en América Latina han surgido nuevas configuraciones familiares, como parejas sin hijos y hogares sin núcleo, a la vez que continúan aumentando los hogares con jefatura femenina, lo que podría indicar que existen nuevas configuraciones propias de la modernidad (p.150).

En la mayoría de matrimonios modernos ambos padres trabajan para poderles ofrecer a sus hijos todo cuanto estos necesiten, por lo cual las labores propias de la clásica ama de casa no son desarrolladas por nadie de la familia. Ambos padres regresan a sus hogares cansados luego de una ardua jornada laboral esperando invertir el poco tiempo que les queda del día en sus hijos, en pendientes o descansando. Becerra y Santellan (2018) sostienen que: “La familia típica donde la madre se dedica exclusivamente a las labores domésticas y el padre es el único proveedor, se difumina debido a que la insuficiencia económica hace indispensable la aportación monetaria de las mujeres” (p. 127).

Así mismo, miles de hogares alrededor del mundo carecen de la presencia del padre o de la madre, sea por divorcio, viudez o porque alguno de los padres no quiso asumir su responsabilidad. Ante estos escenarios, el padre a cargo de los hijos tiene la obligación de buscar el sustento fuera de casa por lo que otra vez las responsabilidades propias del hogar recaen en una persona ajena a la familia.

Las familias monoparentales rompen los esquemas familiares tradicionales, dando así un impulso decisivo hacia la pluralidad y la diversidad familiar; retan los regímenes de bienestar patriarcales y cuestionan un modelo económico productivo que invisibiliza las tareas de cuidados que sostienen la vida humana. Las familias monoparentales significan una reorganización familiar de los roles sexistas de la familia burguesa nuclear, representados por un rol masculinizado de apoyo económico y un rol feminizado de gestión del hogar y cuidado de los hijos/as y del resto de miembros del hogar (Di Nella, Almeda, Ortiz y Camps, 2016, p.60)

Otros nuevos hogares son aquellos constituidos por estudiantes y/o jóvenes trabajadores que provenientes de otras ciudades o motivados por un espíritu independiente deciden vivir juntos para compartir gastos. Las labores propias de un estudiante o de un trabajador de tiempo completo le impiden dedicarse a los quehaceres que en un hogar se

necesitan cubrir. Prefiriendo invertir su tiempo fuera del trabajo y/o estudio en asuntos personales, de entretenimiento o descanso.

Siendo el Perú un país en vías de desarrollo, esta realidad no le es ajena. Cada vez más se observan estas nuevas formas de vivir por lo cual las personas se encuentran frente a la problemática de contar con alguien para realizar los quehaceres del hogar, específicamente a la limpieza del mismo. Esperando de la persona colaboradora no solo eficiencia en su trabajo, sino además honestidad, así el dueño de casa siente confianza en aquel individuo que está ingresando a su morada.

Otro interesante punto a analizar es que si se busca actuar dentro de lo establecido en la legislación peruana no se puede pasar por alto los derechos y beneficios laborales de las trabajadoras del hogar, conforme lo estipula la Ley N° 27986 Ley de los Trabajadores del Hogar. Esta Ley señala en el Capítulo I correspondiente a las Disposiciones Generales, la manera de proceder respecto a los conceptos de compensación por tiempo de servicio, vacaciones y gratificaciones entre otras cosas, lo cual aumenta el gasto para la familia. Así mismo los gastos que conlleva contar con una persona a tiempo completo como son los alimentos y aún más si vive en la casa (cama adentro).

Además, el crecimiento económico experimentado en el país atrajo a innumerables empresas nacionales y extranjeras las cuales han asentado sus negocios en este territorio brindándoles a muchos peruanos la posibilidad de contar con un trabajo fijo. Frente a esta realidad muchas mujeres que antiguamente se dedicaban a limpiar hogares, hoy prefieren trabajar medio tiempo en estos negocios pudiendo regresar pronto a sus casas para cuidar a sus familias. A diferencia de una empleada del hogar la cual vive en la casa y por ende pierde esa posibilidad o de las que no viven con nosotros, pero pasan todo el día en casa, retornando a las suyas muy tarde.

El servicio doméstico, en especial para la trabajadora interna, representa la máxima expropiación del tiempo. Se vende su disponibilidad de tiempo, sacrificando su vida personal y privada. En general, es una reclusión dentro de las cuatro paredes que forman el hogar, y el trabajo es aislado de otras trabajadoras del gremio y del resto de la fuerza laboral. Este aislamiento no es sólo laboral, sino que va acompañado de soledad y de carencias afectivas y emocionales. La vida sexual es restringida y dificulta separar la reproducción del placer. Su reclusión las expone al maltrato físico, a la violencia y al acoso sexual, así como a inestabilidad en las relaciones de pareja (León, 2013, p.199-200).

Analizando el panorama de manera global, por un lado, se tiene a estos distintos tipos de hogares los cuales por diferentes motivos no pueden dedicarse a la limpieza del mismo, además es importante considerar el gasto a incurrir si se desea contar con una persona dedicada a esta labor a tiempo completo, así como los gastos por concepto de alimentación, vivienda, pago de vacaciones, gratificaciones, entre otros. Por otro lado, la mayoría de personas que antiguamente se dedicaban a esta labor hoy prefieren trabajar en tiendas por departamento, supermercados, farmacias y otro tipo de negocios pues estos les ofrecen la posibilidad de optar por un trabajo de medio tiempo o de tiempo completo respetando el horario laboral. En cuanto a la limpieza del hogar la mayoría de trabajadoras buscan hogares en donde puedan ir a limpiar por horas ciertos días a la semana.

5.2. Justificación

La propuesta planteada responde directamente a la necesidad detectada, en este caso, la limpieza del hogar. Contar con una empresa que brinde servicios de limpieza de hogares, garantizando un trabajo eficiente y honrado, utilizando productos de calidad y en las cantidades adecuadas se justifica en la necesidad que existe en las familias piuranas pertenecientes a clases socioeconómicas A y B por este tipo de servicio.

5.3. Propuesta

Tras el análisis de los resultados obtenidos, así como de los antecedentes estudiados, se considera acertada la creación de una empresa que se encargue de brindar un adecuado servicio de limpieza de domicilios, por horas, en la ciudad de Piura, dirigido a familias de clase socioeconómica A y B.

Esta propuesta de negocio busca satisfacer por un lado las necesidades de los potenciales clientes, quienes desean contar con un aliado estratégico que les brinde la tranquilidad y seguridad de un servicio de limpieza A1. Por otro lado, fungir como apoyo para aquellas mujeres que están dispuestas a ofrecer su trabajo a medio tiempo pues tiene otras ocupaciones como el cuidado de su propia familia, estudios, etc.

La empresa brindará distintos tipos de limpieza y el cobro deberá ser por horas. Los costos de cada servicio se determinarán después del análisis cuantitativo, económico y financiero que se desarrollara posteriormente. No obstante, se plantea contar con tres tipos de limpieza:

- Limpieza básica o de mantenimiento (barrido, trapeado, sacudido de muebles y mobiliario, tendido de camas)
- Limpieza profunda (incluye además aplicación de cera y lustrado, así como lavado de ventanas.
- Premium (incluye además la limpieza techos y exteriores).

Así mismo, se propone contar con servicios especiales por los cuales se cobrará por servicio prestado, como:

- Lavado de muebles
- Lavado de cortinas
- Lavado de alfombras
- Lavado de colchones
- Limpieza de estufas u hornos
- Limpieza de campanas extractoras

Conclusiones

Se realizó una investigación exploratoria con el objetivo de determinar si existe la necesidad de un servicio de limpieza de hogares de familias pertenecientes a clases socioeconómicas A y B en la ciudad de Piura. Para ello se aplicaron las técnicas de recolección de datos de la sesión grupal y de entrevistas en profundidad, igualmente se recabó información pertinente de fuentes secundarias.

Se concluye que, efectivamente, existe una latente necesidad de limpieza de hogares por parte de las familias piuranas pertenecientes a clases socioeconómicas A y B. Esta es una necesidad que con el transcurrir de los años se ha vuelto cada vez más difícil de satisfacer. Por un lado, por la inserción de la mujer de clase media y media alta en el ámbito laboral lo cual las imposibilita de ejercer dicha función. Por otro lado, por la creciente diversificación de trabajos en especial de medio tiempo a los que tienen acceso las personas que solían dedicarse a la limpieza de hogares.

Se determinó que los principales requerimientos de las familias piuranas pertenecientes a niveles socioeconómicos A y B en Piura frente a un servicio de limpieza de sus hogares son: la eficiencia en la realización del trabajo, el cumplimiento del horario establecido para el mismo y el cuidado en la manipulación de objetos de valor, así como en el uso de los útiles de limpieza. Mientras que, de la colaboradora se espera: honradez y proactividad.

En cuanto a los distintos tipos de limpieza que estas familias requieren se encuentran: el barrido, trapeado y encerado de pisos, sacudido de repisas y mobiliario, limpieza de baños y cocina, así como de artefactos de línea blanca como refrigeradora u horno microondas.

Los principales motivos por los cuales las familias piuranas de nivel socioeconómico A y B se sienten insatisfechas frente a la limpieza de sus hogares son:

ineficiencia en el servicio, incumplimiento de los horarios, ruptura o pérdida de objetos de valor y el uso excesivo de útiles de limpieza.

La mayoría de familias necesita que sus hogares se limpien diariamente, no obstante, algunas de ellas optan por una limpieza inter diaria o dos veces por semana. En cuanto a otros tipos de limpieza, profunda, como la de paredes, techos y ventanas o el lavado de alfombras, cortinas y muebles, estos son servicios requeridos de forma esporádica.

El gasto promedio de estos hogares en el servicio de limpieza, incluyendo el sueldo de la colaboradora, así como los pasajes de la misma asciende a un aproximado de 700 a 800 soles mensuales.

Por concepto de útiles y utensilios de limpieza gastan entre 60 y 100 soles al mes.

Se cree conveniente la creación de un servicio de limpieza de hogares por horas, con personal capacitado y con útiles de limpieza de primera calidad a fin de garantizar un servicio óptimo. De esta manera, el personal dedicado a la limpieza de hogares tendrá la plena seguridad de obtener ganancias por hora de trabajo y de contar con un horario laboral respetado. Así mismo, tendrán la tranquilidad de contar con todos los implementos y útiles de limpieza necesarios y en el momento adecuado. Mientras que, las familias contratantes contarán con un servicio de limpieza eficaz sin generarles mayor gasto que el de la misma limpieza.

Recomendaciones

Se recomienda la creación de un negocio de limpieza de domicilios por horas en la ciudad, que cuente con distintos tipos de servicios, ajustándose a las diversas necesidades de las familias piuranas pertenecientes a niveles socioeconómicos A y B, conforme a la propuesta diseñada.

No obstante, dada la naturaleza de la presente investigación se recomienda validar los resultados obtenidos con una posterior investigación, esta vez de carácter cuantitativo. De esta manera, se tendrá la seguridad de contar con información que permita tomar decisiones acertadas en la futura implementación del negocio que se pretende desarrollar.

El análisis cuantitativo deberá consistir en la aplicación del cuestionario desarrollado y testeado en la presente investigación. La muestra que desarrolle la encuesta deberá ser una representativa de la población objeto de estudio.

Así mismo, se recomienda realizar un análisis económico y financiero del negocio a implementar, a fin de determinar su capacidad de generar beneficios presentes y futuros, así como su capacidad para atender adecuadamente sus compromisos de pago.

Referencias bibliográficas

- Arévalo, L. y Casa, J. (2011). Proyecto para la prestación de servicios de limpieza en hogares del sector norte de la ciudad de Quito (tesis de pregrado). Universidad Politécnica Salesiana, Quito, Ecuador.
- Arias, F. (2006). El proyecto de investigación. Recuperado de https://www.academia.edu/9103795/Fidias_G._Arias_El_Proyecto_de_Investigaci%C3%B3n_5ta._Edici%C3%B3n
- Arriagada, I. (agosto 2002). Cambios y desigualdad en las familias latinoamericanas. Revista de la CEPAL. Recuperado de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10829/1/077143161_es.pdf
- Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados APEIM. (2018). Recuperado de <http://apeim.com.pe/>
- Ávila, H. (2006) Introducción a la metodología de la investigación. Recuperado de <https://clea.edu.mx/biblioteca/INTRODUCCION%20A%20LA%20METODOLOGIA%20DE%20LA%20INVESTIGACION.pdf>
- Banco Mundial. (2018). Global Economic Prospects January 2018. Recuperado de <https://www.bancomundial.org/>
- Becerra, A y Santellan, P. (2018). Mujeres: Entre la autonomía y la vida familia. Nóesis: Revista de Ciencias Sociales y Humanidades. Recuperado de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=85950999007>
- Begazo, A., Flores, R. y Mogollón, V. (2014). Plan de negocios para el lanzamiento de Safety Clean, servicio profesional de limpieza especializada en departamentos en Lima Metropolitana de la empresa Var SAC (tesis de postgrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

- Behar, D. (2008) Metodología de la Investigación. Recuperado de <http://rdigital.unicv.edu.cv/bitstream/123456789/106/3/Libro%20metodologia%20investigacion%20este.pdf>
- Casilda, R. (febrero 2017). América Latina: Un nuevo modelo de crecimiento económico. Boletín Económico de ICE. Recuperado de http://www.revistasice.com/CachePDF/BICE_3084_31-46__B44C67AC5CB36A162396D0D4F72244B3.pdf
- Cladellas, R (2009). El tiempo como factor cultural y su importancia socioeconómica: Estado del arte y líneas futuras. Recuperado de <https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/7606/cladellas.pdf>
- Cueva, E., López, G., Meza, U. y Ortega, R. (2016). Empresa de servicio de limpieza de hogares en la ciudad de Arequipa (proyecto de negocio). Escuela de postgrado de la Universidad San Ignacio de Loyola, Lima, Perú.
- Churchill, G. (2003). Investigación de Mercados. Cuarta Edición. Cengage
- Di Nella, D, Almeda E, Ortiz, R y Camps C. (junio 2016). Familias Monoparentales, Inclusión y Comunidad. Arxius de Sociología. Recuperado de <http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/108219/1/667259.pdf>
- Hernández-Sampieri, R, Fernández, C y Baptista, M (2014). Metodología de la Investigación. Recuperado de <http://observatorio.epacartagena.gov.co/wp-content/uploads/2017/08/metodologia-de-la-investigacion-sexta-edicion.compressed.pdf>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI. (2018). Recuperado de <https://www.inei.gob.pe/>
- Kinnear, T y Taylor, J. (1998). Investigación de Mercados. Santa Fe de Bogotá, Colombia. Mc Graw Hill.
- Kinnear, T y Taylor, J. (2000). Investigación de Mercados. Recuperado de https://www.academia.edu/23438594/Kinnear_Taylor_Investigacin_de_mercados_un_enfoque_aplicado_pdf
- Kotler, P y Armstrong, G. (2013). Fundamentos de Marketing. Recuperado de https://www.academia.edu/32749954/Fundamentos_de_marketing_11ed_Kotler_Libro_
- León, Magdalena. (enero-abril 2013). Proyecto de Investigación-acción: trabajo doméstico y servicio doméstico en Colombia. Revista de Estudios Sociales. Recuperado de <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/pdf/10.7440/res45.2013.16>

- Malhotra, N. (2008). Investigación de Mercados. Recuperado de <http://www.cars59.com/wp-content/uploads/2015/09/Investigacion-de-Mercados-Naresh-Malhotra.pdf>
- Núñez, L. (2006). ¿Cómo analizar datos cualitativos? Butlletí LaRecerca Recuperado de <http://www.ub.edu/ice/recerca/fitxes/fitxa7-cast.htm>
- Palella, S y Martins, F. 2006. Metodología de la Investigación Cuantitativa. Recuperado de <https://issuu.com/jesusbricenoprieto/docs/178265729-metodologia-de-la-investi>
- Pérez, M. (2015). Proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de servicios de limpieza y mantenimiento de domicilios en la ciudad de Loja (tesis de pregrado). Universidad Nacional de Loja, Loja, Ecuador.
- Pérez Ventura, J. (2015). Introducción al concepto de desarrollo. Recuperado de <http://elordenmundial.com/2015/01/09/introduccion-al-concepto-de-desarrollo/>
- Pozo, M. (2014). Estudio de la factibilidad para la creación de una pequeña empresa que proporcione servicios de limpieza para hogares y oficinas en la provincia de Imbabura (trabajo de grado). Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador.
- Rodríguez, A. y Pérez, A. O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento Revista EAN, 82, <https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Salamanca, A y Martin-Crespo, M. (2007). El muestreo en la investigación cualitativa. Nure investigación. Recuperado de <http://ceppia.com.co/Documentos-tematicos/INVESTIGACION-SOCIAL/MUESTREO-INV-CUALITATIVA.pdf>
- Serbia, J. (2007). Diseño, muestreo y análisis en la investigación cualitativa. Universidad Nacional de Lomas de Zamora. Recuperado de http://www.cienciared.com.ar/ra/usr/3/206/n7_vol3pp123_146.pdf
- Vieytes, R. (2004). Metodología de la Investigación en Organizaciones, Mercado y Sociedad. Editorial de las Ciencias. Buenos Aires. Argentina

Anexos

Anexo A. Empresas y/o plataformas digitales iberoamericanas que ofrecen servicio de limpieza a domicilio por horas

ESPAÑA

WAYOOK

Wayook.es es una plataforma virtual española que permite reservar servicios de limpieza a domicilio desde 9,90 euros la hora, siendo el cliente quien elige el precio a pagar de acuerdo al tipo de limpieza requerido. Dentro de los servicios que brinda se encuentra el de limpieza estándar la cual incluye el aseo y organización de cocinas, baños, dormitorios, salas y comedores. Así mismo, ofrece otros servicios domésticos como planchado de ropa, limpieza de artefactos eléctricos, lavado de muebles y limpieza de ventanas.

Wayook se hace presente en 98 ciudades de España y es la empresa quien se hace responsable por los utensilios de limpieza así como por los insumos requeridos.

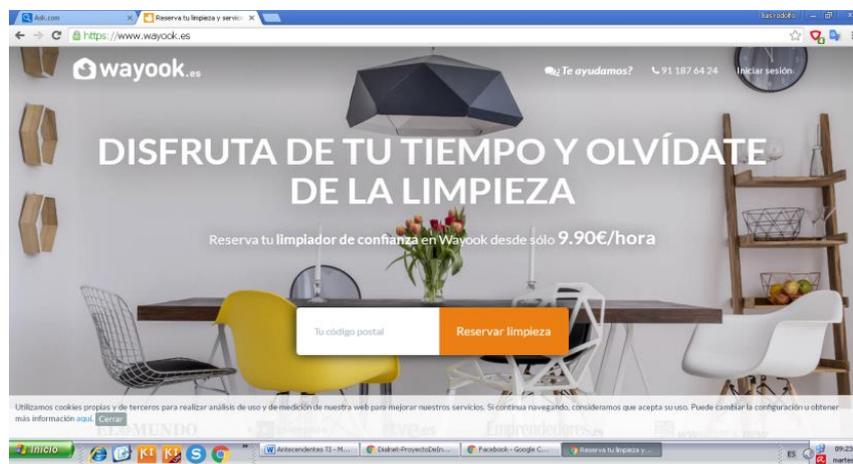


Figura 12. Imagen Plataforma Virtual Wayook
Fuente: Wayook (2018)

GRUPO-NET

Grupo- Net es una empresa española de prestación de servicios de limpieza. Dentro de los servicios que brinda se encuentra el mantenimiento de limpiezas (baldosas), jardines y piscinas, control de accesos, reparaciones y mantenimientos, control de plagas y asistencia domiciliaria. Dentro de este último rubro se ofrecen los servicios de atención a personas mayores y dependientes, así como tareas del hogar (limpieza del domicilio, tareas de cocina, lavado y planchado de ropa, cuidado y mantenimiento del hogar). Hablando

específicamente de la limpieza profunda de la vivienda, esta incluye el aseo de cocina, áreas de descanso y sociales, cuartos de baño y dormitorios, siendo la empresa quien se encarga no solo del servicio sino también de los útiles y utensilios de limpieza necesarios.



Figura 13. Imagen plataforma virtual Gruponet
Fuente: Gruponet (2018)

CRONOSHARE

Cronoshare es una empresa española que le permite al usuario escoger el tipo de profesional que desee para realizar el servicio requerido, mostrándole los colaboradores que se encuentran cerca de la zona. Entre los distintos tipos de servicio que se ofrecen se encuentran: Limpieza y hogar, reparaciones y obras, clases particulares, clases de idiomas, cuidado de personas, mudanza y transporte. Dentro del rubro de limpieza y hogar ofrecen los servicios de limpieza de a empresas, limpieza a domicilios y el de empleada del hogar.



Figura 14. Imagen plataforma virtual Cronoshare
Fuente: Cronoshare (2018)

MÉXICO

Aliada.mx

Aliada.mx es una plataforma virtual que facilita el contacto entre personas que necesitan de un servicio de limpieza de sus viviendas y las personas que además de desear brindar este servicio se encuentran capacitadas y previamente evaluadas para ello. Dicha plataforma no presta los servicios de limpieza, solo funge como intermediario. (Marketplace). Por ello, a pesar de hacer un análisis previo de los antecedentes policiales/penales y de las referencias de trabajo de las personas que prestan los servicios de limpieza, no es responsable por ningún inconveniente que de este resulte.

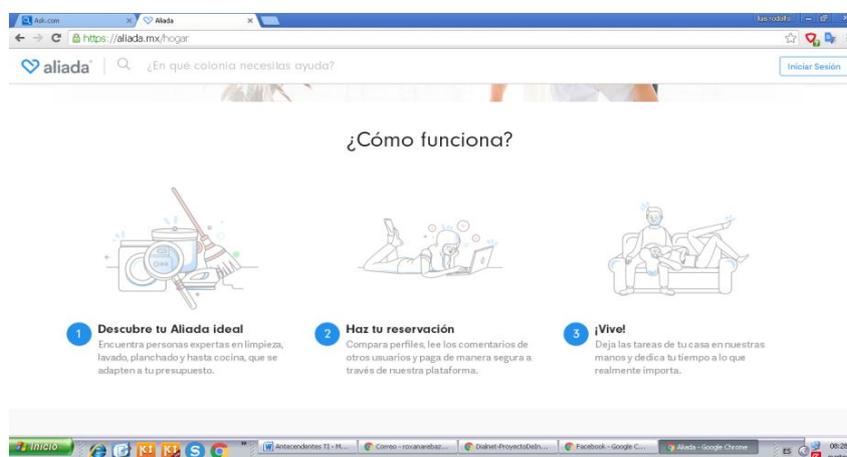


Figura 15. Imagen plataforma virtual Aliada
Fuente: Aliada (2018)

JELPMI

Jelpmi es un sitio web que le permite al usuario solicitar los servicios de personas que anuncian su disponibilidad a través del mismo. Los servicios ofrecidos son: Jelpmi agendado (solicitando el servicio con un mínimo de 24 horas de anticipación), Jelpmi express (solicitar el servicio sin la necesidad de programarlo con 24 horas de anticipación) o Jelpmi único (única visita al domicilio). Todos los servicios se realizan en no menos de 3 horas y no más de 9 horas. Así mismo, los paquetes de limpieza varían según: Servicio básico, servicio a la medida, servicio express.



Figura 16. Imagen plataforma virtual Jelpmi
Fuente: Jelpmi (2018)

MI DULCE HOGAR

Mi dulce hogar es una empresa que permite solicitar el servicio de limpieza de hogares en línea o por teléfono. El servicio incluye: barrido, sacudido, tendido de camas, lavado de platos, lavado de baños, limpieza de la cocina y sacado de basura. No prestan servicios adicionales como lavado o planchado de ropa, ni cocina. Los servicios extras que ofrecen son los de: limpieza de estufa, limpieza de refrigerador, limpieza de vidrios, limpieza de calle y cochera. La persona solicitante del servicio deberá proveer de los utensilios y útiles de limpieza necesarios, de lo contrario deberá pagar un precio extra por los mismos.

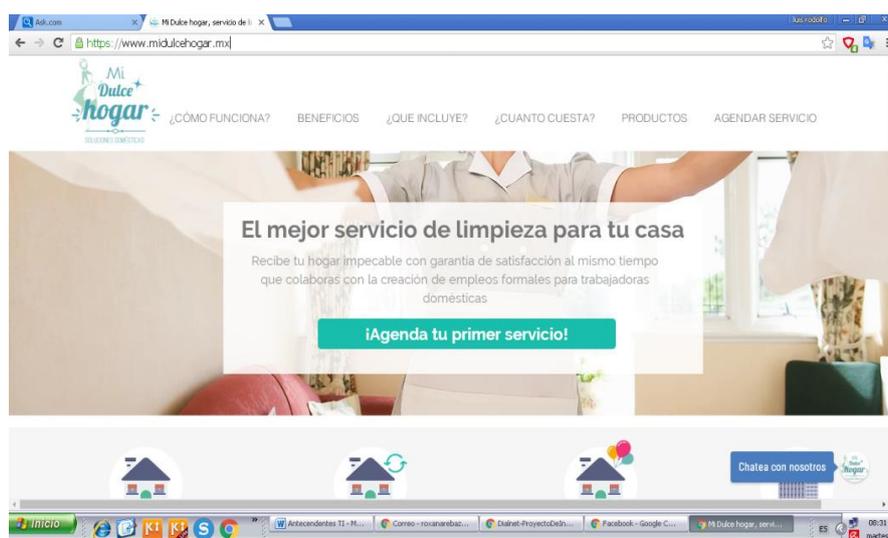


Figura 17. Imagen plataforma virtual Mi dulce hogar
Fuente: Mi dulce hogar (2018)

COLOMBIA

HOGARU

Hogaru es una plataforma digital que se encarga de conectar a los colaboradores domésticos, que trabajan por días en la limpieza de viviendas u oficinas, con los usuarios que requieren dicho servicio. Ofrece a sus clientes la posibilidad no solo de ejecutar una reserva online y pagarla sino también escoger el tipo de servicio, otorgándole al usuario la posibilidad de elegir cuantas horas y qué días necesita al profesional de limpieza. Así mismo, los usuarios pueden evaluar los servicios después de realizados. Hogaru ha sido catalogada por Spain Startup y Wayra como la startup más innovadora de su país y se encuentra presente en tres ciudades Colombianas: Bogotá, Cali y Medellín. También llamada el “Uber” de los servicios domésticos.

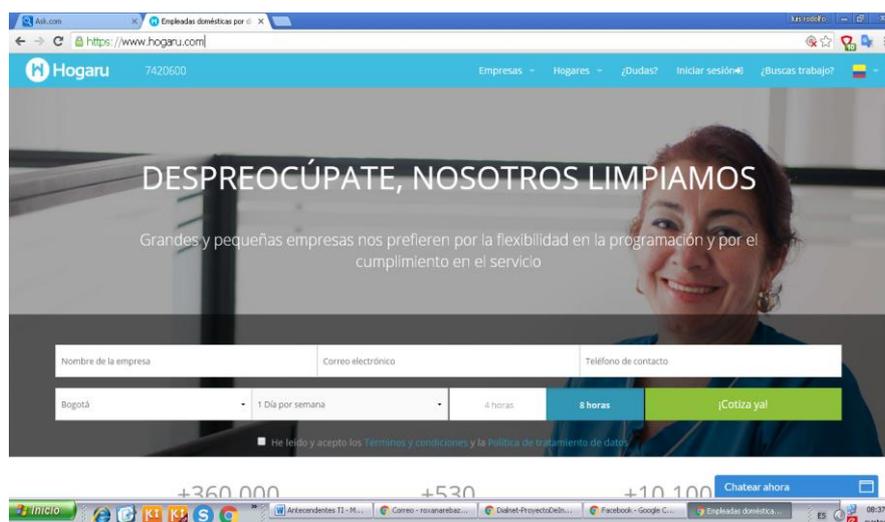


Figura 18. Imagen plataforma virtual Hogaru
Fuente: Hogaru (2018)

ECUADOR

FANCER, MASTER EN LIMPIEZA

Francer es una empresa ecuatoriana dedicada a la limpieza de viviendas, oficinas y empresas. Dentro del aseo domestico cuentan con los servicios de: Fumigación de plagas, lavado de muebles y tapices, lavado y aseo de cisternas, lavado y desinfección de alfombras, lavado y desinfección de baños y limpieza y lavado de colchones. Prestan sus servicios tanto en Quito como en cualquier parte del Ecuador.



Figura 19. Imagen plataforma virtual Francer
Fuente: Francer(2018)

PROHOGAR, LOS PROFESIONALES DEL HOGAR

Prohogar es una empresa creada con el objetivo de apoyar a sus clientes en las tareas del hogar. Brinda los servicios de limpieza de casas, oficinas y edificios, siendo el cliente quien decide la frecuencia del mismo, de manera esporádica o frecuente. En cuanto a la limpieza de viviendas esta incluye las siguientes tareas: barrer, aspirar, trapear, limpiar polvos, vidrios y ventanas, desinfectar baños y cocinas, lavar vajilla, arreglar y plancharropa, cocinar.

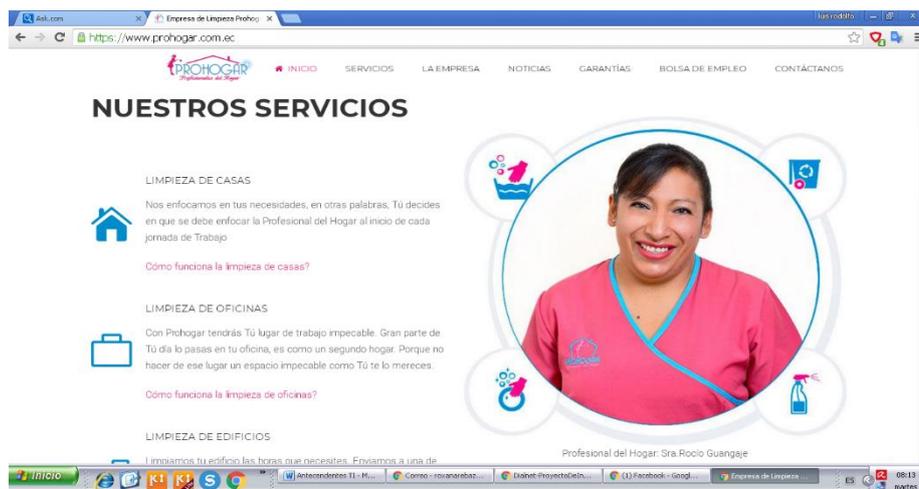


Figura 20. Imagen plataforma virtual Prohogar
Fuente: Prohogar (2018)

BOLIVIA

DELUXE, LIMPIEZA INTEGRAL

Deluxe es una empresa boliviana de limpieza de vehículos, hogares y oficinas. Entre los servicios ofrecidos se encuentran: lavado de vehículos (en el domicilio), limpieza y mantenimiento y planchado de ropa. El personal se presenta en el inmueble uniformado, contando con todos los materiales y utensilios necesarios. El usuario podrá solicitar los servicios por horas o por días.



Figura 21. Imagen plataforma virtual Deluxe
Fuente: Deluxe (2018)

TOTES, EXPERTOS EN LIMPIEZA

Totes, es una empresa boliviana que brinda servicios de limpieza a viviendas así como a todo tipo de empresas. Ofrece: lavado de alfombras, lavado y pulido de pisos, limpieza de vidrios, desengrasado de cocinas, lavado de tapices y colchones, limpieza en seco, desinfectado y sanitizado de baños, lavado profundo de interior de automóviles, mantenimiento general y desempolvado, servicio de jardinería, fumigado de ambientes, entre otros. Cuentan con años de experiencia, personal capacitado, insumos y materiales importados y tecnología de punta. La empresa está presente en las ciudades más importantes del país como: La Paz, Cochabamba, Sucre, Tarija, Oruro, Potosí y El Alto.



Figura 22. Imagen plataforma virtual Totes
Fuente: Totes (2018)

Anexo B. Empresas y/o plataformas digitales peruanas que ofrecen servicio de limpieza a domicilio por horas

LIMA

MANITAS LIMPIADORAS

Manitas limpiadoras es una empresa peruana que ofrece distintos tipos de servicio de limpieza como: Limpieza periódica (de 6 y 8 horas), limpieza puntual (una vez), limpieza y mantenimiento para departamentos de alojamiento, limpieza de mudanza (tanto del hogar nuevo como del que se muda), limpieza y lavado de ventanas y limpieza para eventos (matrimonios, fiestas, reuniones, conferencias, etc.)

El usuario accede al sitio web el cual le permite cotizar el servicio de acuerdo a sus requerimientos, si este está conforme se realizará la transacción con al menos 24 horas de anticipación.

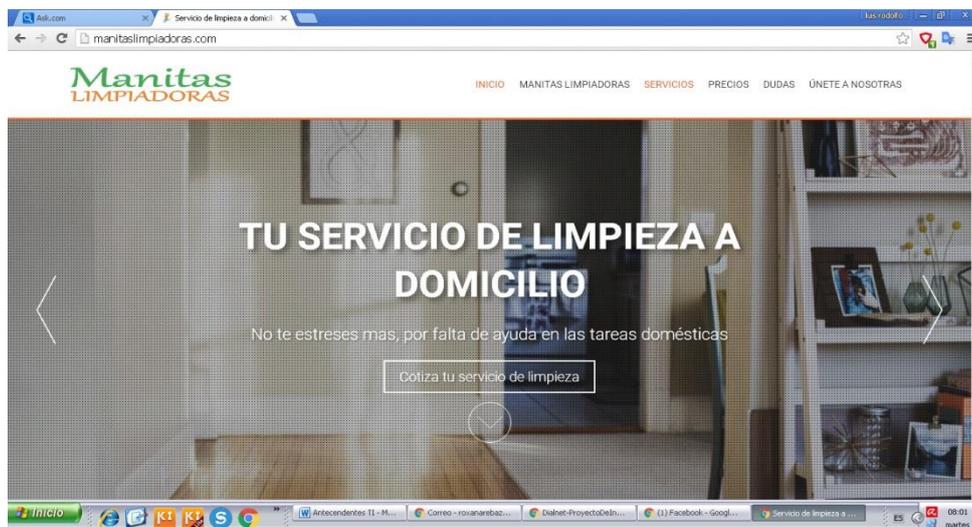


Figura 23. Imagen plataforma virtual Manitas limpiadoras
Fuente: Manitas limpiadoras (2018)

FULLCLEAN LIMA, SERVICIO DE LIMPIEZA HOGAR Y RESIDENCIAL

Fullclean Lima es una empresa que ofrece los siguientes servicios: Limpieza general de hogares, servicio de limpieza empresarial y servicio de limpieza de centros comerciales. En cuanto a la limpieza general de hogares esta puede ser tanto a casas como a departamentos y la misma incluye el aseo y organización de sala/comedor, habitaciones,

cocina y baños. Además, ofrece servicios adicionales como: limpieza de refrigeradora, limpieza de horno, limpieza de cochera o sótano, así como de áreas externas y patios.



Figura 24. Imgen plataforma virtual Full Clean
Fuente: Full Clean (2018)

Anexo C. Empresas piuranas que ofrecen servicios domésticos a domicilio distintos a la limpieza del hogar

DELIVERY EXPRESS PIURA

Delivery Express Piura es una empresa que nació con la finalidad de servir como un apoyo para aquellas personas que por falta de tiempo o por cualquier otra circunstancia no pueden realizar alguna compra. Es así, que los usuarios pueden solicitar distintos tipos de compras como alimentos (frutas, verduras, abarrotes) ya sea en supermercados o mercados, medicinas, ropa, zapatos u accesorios, comidas preparadas en restaurantes, etc. La presencia de Delivery Express Piura y su gran acogida es una muestra de la carencia de tiempo que hoy en día experimentan los piuranos.



Figura 25. Imagen plataforma virtual Delivery Express Piura
Fuente: Delivery Express Piura (2018)

CAR WASH KING E.I.R.L

Car Wash King es una empresa piurana dedicada al lavado de vehículos que entre sus servicios ofrece el lavado de autos a domicilio, delivery. Evidenciando, una vez más, la creciente necesidad del público objetivo por contar con colaboradores que realicen las tareas que por distintos motivos no pueden hacer, en este caso, llevar sus vehículos hasta los lavaderos de autos, esperar su turno lo cual puede tomar horas y esperar durante la realización del servicio mismo.



Figura 26. Logotipo car wash king
Fuente: car wash King (2018)

Anexo D. Guía de preguntas para la realización de las sesiones grupales

Sábado 09 de junio de 2018

jueves 21 de junio de 2018

Hora: 5:30 pm

Hora: 6:00 pm

Presentación

Buenas tardes, quisiera empezar esta pequeña reunión agradeciéndoles por haber aceptado colaborar con nosotros para la realización de esta sesión grupal. Mi nombre es Roxana Rebaza García y estoy aquí en representación propia y de mi compañera Rosalin Flores Antonio. Nosotras estamos realizando una pequeña investigación sobre la viabilidad comercial de un negocio de limpieza de domicilios por horas en la ciudad de Piura.

Explicación introductoria

La reunión tendrá una duración aproximada de 45 a 60 minutos, contaremos con la presencia de una videocámara con la finalidad de contar con un registro que nos permita, con posterioridad a esta reunión, revisar la información recopilada. Es preciso señalar que la filmación de la sesión será observada únicamente por las integrantes de la presente investigación, no será transmitida a terceros.

Rompimiento de hielo

Para nosotros es muy importante que ustedes sientan la completa confianza de expresarse de la manera más libre posible. Esta sesión no es una evaluación, no existen preguntas correctas o incorrectas. La dinámica de la misma consiste justamente en recoger las diferentes ideas, sentimientos, opiniones, percepciones y necesidades de los participantes respecto al tema de investigación. Por ello, cualquier opinión para nosotros es importante, incluso aquellas que pudieran parecer las más sencillas.

Para mantener un orden y un ambiente agradable les pido esperar que la persona que esté hablando termine de expresarse, a fin de no interrumpir su intervención. Levanten la mano cuando deseen intervenir. A fin de conocernos un poco mejor entre todas, por favor sírvanse presentarse indicando su nombre, su edad, estado civil y ocupación.

Preguntas generales o de apertura

- ✓ ¿Consideras importante que tu hogar se encuentre limpio y ordenado?
- ✓ ¿Crees que la limpieza del hogar es una tarea demandante y agotadora?
- ✓ ¿Cuentas con el tiempo y la disponibilidad necesaria para hacerlo tú?
- ✓ ¿Consideras fácil o difícil buscar y encontrar a alguien para que trabaje limpiando tu hogar?
- ✓ ¿Cuál es el tiempo promedio que demoras en encontrar a esta persona?

Preguntas de transición

- ✓ ¿Quién realiza la limpieza de tu hogar?
- ✓ ¿Con que frecuencia realiza esta tarea? (diario, inter diario, una vez por semana)
- ✓ ¿Cuánto tiempo tiene trabajando contigo?
- ✓ ¿Estás satisfecha con la labor que realiza?
- ✓ ¿Quién capacitó a esta persona cuando empezó a trabajar en tu hogar?
- ✓ ¿Le tomó mucho tiempo adaptarse a tu hogar y hacer las cosas de manera eficiente?
- ✓ ¿Esta persona trabaja cama-dentro o cama-fuera?
- ✓ ¿Qué otros gastos, aparte de su sueldo, significa para ti contar con alguien que limpie tu hogar? (Ejemplo: alimentación, pasajes, habitación y servicios, estudios, etc.)
- ✓ ¿Qué útiles y utensilios de limpieza le proporcionas a la persona que trabaja para ti?
- ✓ ¿Quién realiza la limpieza pesada del hogar? Es decir, lavado de alfombras, muebles, cortinas, tanques elevados, entre otros.

Preguntas específicas

- ✓ ¿Cuáles son los principales inconvenientes que has experimentado con personal de limpieza que ha trabajado para ti? (Ejemplo: Faltas, tardanzas, robo, mentiras, incumplimiento de sus funciones, abandono del trabajo, etc.)
- ✓ ¿Cuáles son tus principales requerimientos en cuanto a la limpieza de tu hogar?
- ✓ ¿Cuál es el horario que tú consideras más apropiado para esta limpieza?
- ✓ ¿Qué características consideras importantes debe tener la persona que realice esta tarea?

Preguntas de cierre

- ✓ ¿Te gustaría que exista en la ciudad una empresa que te brinde la posibilidad de contar con personal que limpie tu hogar de manera eficiente, que llegue puntual, que sea una persona honesta, que esté previamente capacitada y que además cuente con los útiles y utensilios adecuados y necesarios para el trabajo?
- ✓ ¿Recomendarías este servicio a tus amistades y familiares?

Agradecimiento

Esto ha sido todo en cuanto a la realización del Focus Group. Queremos agradecerles por su amabilidad y buena disposición. Las invitamos a pasar a la mesa para que se sirvan unos bocaditos y entregarles un pequeño presente a cada una de ustedes como agradecimiento por su gran apoyo.

Anexo E. Guía de entrevista en profundidad

AL INICIO DE LA ENTREVISTA

Presentación

Hola, ¿cómo estás?, mi nombre es Roxana, soy amiga de la señora (nombre de la empleadora) quien me ha permitido conversar contigo por unos minutos. Quiero contarte que estoy haciendo una pequeña investigación sobre el servicio de limpieza de hogares en la ciudad de Piura, es por eso que estoy hoy día aquí para conversar contigo.

Explicación sobre la confidencialidad y el anonimato en el uso de la información recabada

Me gustaría que sepas que las preguntas que te haré no tienen una respuesta correcta o incorrecta, es decir, no hay nada específico que yo espero escuchar de ti. Serán más que nada preguntas sobre opiniones o experiencias que puedas tener respecto a tu trabajo. Además, todo lo que conversemos hoy solo será analizado por mí y por mi compañera de trabajo, la información no se hará pública. Por, ello te pido que te sientas con la libertad suficiente para comentar todo lo que desees.

Solicitud de permiso para grabar la entrevista

Como te comentaba, mi compañera de trabajo y yo debemos analizar la información que obtengamos de esta y otras entrevistas, para lo cual necesitamos grabarla ya que de otro modo no podríamos recordar con detalle todo lo que hoy conversemos. ¿Estás de acuerdo con que esta entrevista sea grabada?

DURANTE LA ENTREVISTA

Preguntas generales o de apertura

- ✓ ¿Hace cuantos años que trabajas aquí en casa de la señora (nombre de la empleadora)?
- ✓ ¿Cómo llegaste a trabajar aquí? (recomendación, aviso en periódico, agencia de empleos, etc.)

Preguntas de transición

- ✓ ¿Te sientes contenta trabajando en esta casa?
- ✓ ¿Antes de trabajar aquí, en cuántas casas más has trabajado limpiando?
- ✓ ¿Por qué se acabaron los trabajos anteriores? (despido, renuncia)

Preguntas específicas

- ✓ ¿Cuáles son las labores específicas que realizas en esta casa para mantenerla limpia y ordenada?
- ✓ En base a tu experiencia, así como en la de otras personas a las cuales puedas haber observado, ¿cuáles son los principales inconvenientes, es decir aquellos aspectos encuentras difíciles de manejar, en tu trabajo?
- ✓ ¿Consideras que el pago que recibes por el trabajo que realizas es justo? ¿Por qué?
- ✓ ¿Cuánto recibes de pago por la limpieza que realizas?
- ✓ ¿Te encargas de realizar otras labores como lavado o planchado de ropa o preparación de alimentos?
- ✓ ¿Qué tipo de beneficios laborales tienes? (seguro de salud, gratificaciones, etc.)

AL FINAL DE LA ENTREVISTA**Palabras de agradecimiento**

Bueno, esto ha sido todo. Te agradezco muchísimo por el tiempo que me has brindado y por la sinceridad de tus respuestas. Quisiera entregarte este pequeño detalle como recuerdo de nuestra entrevista. ¡Muchas gracias!

Anexo F. Cuestionario

El presente cuestionario tiene como finalidad recabar información relevante sobre la necesidad de servicio de limpieza de domicilios en la ciudad de Piura para familias pertenecientes a clases socioeconómicas A, B. Todo esto como parte de un trabajo de investigación, motivo por el cual contamos con tu valiosa participación la cual agradecemos de antemano.

ENCUESTA SOBRE SERVICIO DE LIMPIEZA DE DOMICILIOS EN LA CIUDAD DE PIURA

Instrucciones: Conteste las siguientes preguntas con responsabilidad y honestidad marcando la alternativa conveniente o completando la respuesta, según sea el caso.

CUESTIONARIO

Nombre: _____ **Edad:** _____

1. ¿Cuántos miembros tiene su familia? (con quienes habita en su vivienda)

2 () 3-5 () Más de 5 ()

2. ¿Qué tipo de vivienda habita?

Departamento () Casa ()

3. ¿Cuenta usted con una persona que se encargue de realizar la limpieza de su inmueble?

Si () No ()

4. En los últimos 5 años ¿cuántas personas han trabajado para su familia limpiando su hogar?

Una sola persona () 2-3 () Más de 4 ()

5. ¿Desde hace cuánto tiempo trabaja con usted la persona que se encarga de limpiar su hogar en la actualidad?

6. ¿Cómo contactó con esta persona?

- Por medio de una agencia de empleos domésticos ()
 Por recomendación de un familiar o amigo ()
 Puse un aviso en el periódico u otros medios ()
 Otro ()

7. Evalúe las siguientes características que consideramos debe tener la persona que se encarga de la limpieza de su hogar y coloque números del 1 al 3 según su grado de importancia, siendo el número 1 lo más importante.

- Puntualidad () Eficacia () Honestidad ()

8. ¿Qué tipo de limpieza realiza en su domicilio la persona encargada? Marque todas las alternativas que se ajusten a su experiencia, no incluya aquellas labores para las cuales usted contrata a otra persona.

- | | |
|------------------------|--------------------------|
| Barrido () | Tendido de camas () |
| Sacudido () | Lavado de alfombras () |
| Trapeado () | Limpieza de baños () |
| Limpieza de cocina () | Limpieza de ventanas () |
| Lavado de Muebles () | Techos y exteriores () |

9. ¿Qué otro tipo de labores realiza la persona que se encarga de la limpieza de su hogar? Marque todas las alternativas que se ajusten a su experiencia

- | | |
|-----------------------|------------------------------|
| Lavado de ropa () | Preparación de Alimentos () |
| Planchado de ropa () | Cuidado de niños () |

10. ¿Con qué frecuencia se limpia su vivienda?

- Diariamente () Interdiario () Dos a tres veces por semana ()

11. ¿En qué horario realizan la limpieza de su hogar?

- Durante la mañana () Durante la tarde ()

12. En cuanto a la satisfacción que siente frente al servicio de limpieza que realiza la persona encargada en su hogar, usted se siente:

Muy satisfecho () Satisfecho () Insatisfecho ()

13. En cuanto a la persona que realiza la limpieza de su hogar ¿Con cuáles de los siguientes inconvenientes se siente identificado? Marque todas las alternativas que considere pertinentes

Faltas y/o tardanzas injustificadas ()

Perdida de objetos valiosos ()

Ruptura de objetos valiosos ()

No sigue las instrucciones dadas ()

Uso desmedido de los útiles de limpieza ()

14. ¿Cuánto gasta aproximadamente durante un mes en útiles de limpieza para su hogar? (detergente, lejía, desinfectante, entre otros)

Menos de S/.50 () Entre 50 y 100 soles () Más de S/. 100 ()

15. ¿A cuánto asciende el sueldo de la persona que trabaja limpiando su inmueble?

Menos de 500 mensual () 500 mensual () 600-700 mensual ()

Más de 700 () Gana por día/horas a la semana ()

16. ¿Qué otros gastos significan para usted contar con una persona que se encargue de la limpieza de su hogar?

Pasajes ()

Alimentación ()

Seguro de salud ()

Derechos laborales en general (CTS, vacaciones pagadas, entre otros) ()

Fin de la Encuesta

¡Muchas Gracias!