



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

TEMA:

**“Factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas
en las urbanizaciones de la Vía a la Costa”**

AUTORA:

De La Torre Aguilar, Sonia Angélica

Componente práctico del examen complejo previo a la obtención del título de

INGENIERA EN MARKETING

REVISOR

Samaniego, Jaime, Ing.

Guayaquil, Ecuador

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente **componente práctico del examen complejo**, fue realizado en su totalidad por **De La Torre Aguilar, Sonia Angélica**, como requerimiento para la obtención del Título de **Ingeniera en Marketing**.

REVISOR

f. _____

Samaniego, Jaime, Ing.

DIRECTORA DE LA CARRERA

f. _____

Lic. Torres Fuentes, Patricia Dolores, Mgs.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2017



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, De La Torre Aguilar Sonia Angélica

DECLARO QUE:

El **componente práctico del examen complejo**, “Factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas en las urbanizaciones de la Vía a la Costa”, previo a la obtención del Título de **Ingeniera en Marketing**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2017

EL AUTOR

f. _____

De La Torre Aguilar, Sonia Angélica



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

AUTORIZACIÓN

Yo, De La Torre Aguilar Sonia Angélica

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución el **componente práctico del examen complejo** “Factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas en las urbanizaciones de la Vía a la Costa”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 11 días del mes de septiembre del año 2017

EL AUTOR:

f. _____

De La Torre Aguilar, Sonia Angélica



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE INGENIERÍA EN MARKETING

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

f. _____

Ing. Samaniego López, Jaime, Mgs.

REVISOR Y COORDINADOR

f. _____

Lic. Torres Fuentes, Patricia Dolores, Mgs.

DIRECTORA DE CARRERA

INFORME URKUND

[oc \(D30481280\)](#)

[mensaje completo](#)

de texto presente en 0 fuentes.

Lista de fuentes Bloques

+	Categoría	Enlace/nombre de archivo
+	>	Ensayo_Sonia De La Torre_3ra Revisión.doc
+		Trabajo_Mercy Yoza Facso.pdf
+	Fuentes alternativas	
+		ANA BOLAÑOS.docx
+		https://www.vialacostagye.com/urbanizaciones/
+	La fuente no se usa	

40 Activo

↑ < >

Archivo de registro Urkund: Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

0 Advertencias.

CONCLUSIONES

Son muchos los factores que intervienen en la elección de una empresa de n siempre va a predominar es un buen servicio y el punto diferenciador está m menciona en el Manual de Oslo, 2005 es la introducción de un nuevo , o sign servicio.

La elección de una empresa de mantenimiento de viviendas, el que y el punto diferenciador está marcado por la innovación, la cual como se ción de un nuevo, o significativamente mejorado producto o servicio. {

proceso que permite conjugar habilidades y técnicas en función de dar res. (Hernández & Ortiz, 2013) un buen servicio debe tener puntos cia para ser elegido.

ly y soluciones inmediatas, sin trabas desde que solicita el servicio hasta el recibido.

a la empresa de servicios es importante tomar en cuenta las necesidades cumplimiento del estudio de mercado al procedimiento de contratación

mpresa se ejecutó un análisis FODA para el establecimiento de los i contratación de la empresa de limpieza.

personal. Granica.

ximidad en el pequeño comercio. Amazon.

cción a la costa. Obtenido de Comunidad vía a la costa.

AGRADECIMIENTO

A mis padres porque siempre me han guiado y me han apoyado en todo momento, gracias a ellos por ser el pilar principal en mi vida para ser la persona que soy el día de hoy, por su amor y apoyo incondicional, por ayudarme a crecer y enseñarme a ir de la mano de Dios en cada paso que doy.

A mi esposo e hijos por ser parte de mi vida y con su sola presencia y con su amor inspirarme a seguir creciendo como persona y como profesional.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD.....	III
AUTORIZACIÓN	IV
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN.....	V
INFORME URKUND	VI
AGRADECIMIENTO	VII
ÍNDICE GENERAL	VIII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	X
RESUMEN	XI
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.....	2
EL PROBLEMA.....	2
1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.-	2
1.1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA (CONTEXTO).-.....	4
1.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.-.....	4
1.3 RELEVANCIA SOCIAL.-.....	5
1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.-.....	5
1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.-	5
1.5.1 Objetivo General.-.....	5
1.5.2 Objetivos Específicos.-	6
1.6 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN	6
1.8 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.-	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO.....	8

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.-	8
2.2 SITUACIÓN ACTUAL.....	10
2.3 CÓMO LOGRAR SATISFACER LA NECESIDAD DE LOS DUEÑOS Y HABITANTES DE LAS VIVIENDAS.....	11
2.4 FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA ELECCIÓN DE UNA EMPRESA DE MANTENIMIENTO DE VIVIENDAS	11
2.5 ALCANCE DEL SERVICIO	13
2.6 BENEFICIOS DEL MANTENIMIENTO DE SU VIVIENDA.....	15
2.7 CONSECUENCIAS DE LA FALTA DE MANTENIMIENTO EN SU VIVIENDA..	15
2.8 TIEMPO DE RESPUESTA.....	15
2.9 PERSONAL CALIFICADO.....	16
2.10 SERVICIO DIFERENCIADOR.....	17
2.11 BUENAS PRÁCTICAS	20
2.12 PRECIO Y FORMA DE PAGO	21
2.13 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.-	22
Ley de la defensa del Consumidor.....	22
Según lo que determina la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011):.....	22
2.14 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.-.....	23
2.15 ANÁLISIS EMPRESAS DE MANTENIMIENTO	25
CONCLUSIONES	27
BIBLIOGRAFÍA	28

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Urbanizaciones en vía a la costa. Tomado de (Google maps, 2017).....	8
Figura 2. Urbanizaciones en dirección a la costa. Tomado de (Comunidad vía a la costa, 2017).	9
Figura 3. Urbanizaciones en dirección a Guayaquil. Tomado de (Comunidad vía a la costa, 2017).	9
Figura 4. Motivación e implicación de compra.	12
Figura 5. Competitividad en las empresas.	13
Figura 6. Subempleo nacional 2014 – 2017. Tomado de (El Comercio, 2017).	17
Figura 7. Clasificación de residuos en hogares, nacional, urbano, rural, periodo 2010 - 2015. Tomado de (INEC, 2017).	21

RESUMEN

Son muchos los factores que intervienen al momento de elegir una empresa para el mantenimiento de las viviendas, tales como: Empresarial, Productivo, Social y Económico. Los dueños de las viviendas lo que menos requieren es algo que sea complicado de contratar y que esto genere un largo proceso, por lo tanto el mantenimiento de las viviendas no debe ser un problema, ya que para esto se han formado empresas que se encarguen de todo el mantenimiento completo para así evitar preocupaciones, ahorrar tiempo, dinero y lograr que su vivienda no pierda su valor con el pasar de los años.

La vía a la costa es una zona que se encuentra en pleno desarrollo, existe una gran cantidad de urbanizaciones que van en aumento y en esta zona no existe una empresa que se dedique al mantenimiento integral de las viviendas, por lo cual hay un considerable mercado actual y con un visible potencial de crecimiento.

En el presente ensayo se identificarán cuáles son los factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas en la vía a la costa, el cual servirá de apoyo para quien tenga en mente crear este tipo de empresas.

INTRODUCCIÓN

Las personas requieren tener un lugar donde vivir, sea este alquilado o propio, y por lo general buscan una vivienda nueva o relativamente nueva, por lo cual inicialmente que no se requiere mantenimiento inmediato de ningún tipo. Al pasar los meses-años se olvidan que para conservar la vivienda en el estado que se adquiere, requiere mantenimiento.

El mantenimiento de las viviendas es una necesidad permanente y por lo general sus habitantes no tienen ni habilidades ni tiempo para preocuparse por este tema.

Pero que es lo que realmente necesita el habitante de una vivienda y cuáles son los factores que intervienen en su elección al momento de escoger una empresa de mantenimiento?

El presente ensayo pretende mostrar cuales son los factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas en las urbanizaciones de la Vía a la Costa, por lo tanto puede tomarse en consideración al momento de analizar la factibilidad de introducir una empresa que se dedique a dar servicio completo de mantenimiento integral a las viviendas y que cubra las necesidades de acuerdo a los factores que los clientes considerarían para elegir con quien realizar los mantenimientos de sus viviendas.

CAPÍTULO 1

EL PROBLEMA

1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.-

Según (Mancera, 2016), el mantenimiento involucra todo tipo de trabajo necesario para preservar el estado de los edificios, la planta, el equipo y la maquinaria en las condiciones que se pueda trabajar de manera segura, eficaz y en buen estado; para conservar las instalaciones con la finalidad de evitar gastos y problemas relacionados al mal estado de las mismas.

La carencia de mantenimiento y la falta limpieza de estas áreas pueden ocasionar no sólo un alto desembolso de dinero para solucionar los daños sino también accidentes, de la misma manera que pueden ser relacionados a: pisos deteriorado y rotos, peldaños o escaleras desgastadas, maquinarias con defectos; fugas de tuberías, instalaciones eléctricas o tuberías sin aislamiento, salidas de emergencia deterioradas u obstruidas, ascensores averiados, mala iluminación del espacio de trabajo, sistemas de ventilación en mal estado dando lugar a una contaminación atmosférica por humos o polvos peligrosos, entre otros (Mancera, 2016).

Bajo éste concepto una empresa que se destine al mantenimiento de bienes inmuebles en la ciudad de Guayaquil debe tener como objeto de operación, brindar a los clientes un lugar ideal para sus labores diarias con seguridad y eficiencia.

Entre los aspectos importantes que debe brindar la empresa dedicada el mantenimiento en general, se encuentran:

- Mantenimiento y Reparación: Fontanería, pintura, albañilería, cerrajería, carpintería, remodelaciones, limpieza de cisterna, limpieza de ventanas, reparaciones eléctricas, estructuras metálicas y limpieza de trampas de grasa.

- Mantenimiento de Jardines: Corta y diseño de zonas verdes, aplicación de fertilizantes y mantenimiento de jardines internos.

La ciudad de Guayaquil, es la segunda ciudad con mayor crecimiento de proyectos inmobiliarios del país con un 11,75%. “En Guayaquil el promedio de proyectos que se construyen anualmente oscila entre los 117 y 132” (El Comercio, 2015) y a su vez posee una expansión que supera el 3% anual (El Universo, 2006). Es decir que el crecimiento de la ciudad referente a su infraestructura es satisfactorio para una empresa que se dedique a dar mantenimiento a dicha infraestructura.

Entre las empresas que brindan servicio de mantenimiento a inmuebles se encuentra a la empresa llamada “INTELCA”, cuya matriz operativa está ubicada en la ciudad de Guayaquil, su trayectoria posee 35 años en el mercado la cual le ha permitido ganar reconocimientos por su calidad y eficiencia, una mayor participación y presencia a nivel nacional, provocando que su cartera de clientes sea cada vez más amplia (INTELCA, 2016).

1.1. UBICACIÓN DEL PROBLEMA (CONTEXTO).-

Según (Market Watch, 2016), en un estudio realizado, determinó que a partir del año 2013 a inicios del año 2015 se han construido un total de 1.081 nuevos proyectos inmobiliarios a nivel nacional, teniendo el mayor desarrollo inmobiliario las ciudades de: Quito con 536 proyectos nuevos construidos, Guayaquil con 127 proyectos y Cuenca con 76, lo que representa el 69% de los proyectos que se han realizado en el país.

Según datos del (INEC, 2016), se registra un total de 704.556 empresas a nivel nacional, frente a las 179.830 empresas registradas en el Directorio de 2014 (un crecimiento del 293%), entre ellas el 89,6% son microempresas, el 8,2% pequeñas, el 1,7% medianas y el 0,5% grandes empresas.

1.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN.-

Para determinar el alcance de la investigación se tomaron los siguientes aspectos a consideración, los cuales se detallan a continuación:

- **Objeto.-** Posicionamiento.
- **Campo.-** Marketing.
- **Área.-** Comunicación / Publicidad.
- **Aspecto.-** Conocimiento / Experiencia / Calidad

1.3 RELEVANCIA SOCIAL.-

Las personas que pertenecen a cualquier status social mantienen a su disposición algún tipo de vivienda, por ende obligatoriamente necesitan de mantenimiento en su hogar. Y es allí, donde se encuentran involucrados los servicios de una empresa que se dedique a las necesidades de estructura y mantenimiento

La existencia de esta empresa sin duda alguna genera un impacto en la sociedad, pues solventas las necesidades de los habitantes de la ciudad de Guayaquil, en todo lo referente al mantenimiento de bienes inmuebles.

1.4 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.-

¿Cuáles son los factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas en las urbanizaciones de la Vía a la Costa?

1.5 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.-

1.5.1 Objetivo General.-

- Determinar los factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas en las urbanizaciones de la Vía a la Costa.

1.5.2 Objetivos Específicos.-

- Efectuar un estudio de mercado con la finalidad de establecer las necesidades y expectativas de los clientes (viviendas) que requieren del servicio.
- Ejecutar un análisis FODA para determinar un diagnóstico inicial de la empresa
- Definir las herramientas que determinen la elección de la empresa destinada a realizar el mantenimiento de las viviendas.

1.6 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA DE LA INVESTIGACIÓN

Con el desarrollo del presente ensayo se busca que la empresa la cual sea destinada al mantenimiento de las viviendas, empiece a tener un desempeño óptimo en el cual se va a desenvolver, puesto que resulta relevante que las operaciones se establezcan de manera progresiva para poder brindar respuestas positivas a las demás viviendas que conforman la urbanización.

Según el Plan Nacional del Buen Vivir (2016), el trabajo se justifica con el objetivo N° 9.- “Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas” en donde aportara al cambio de la matriz productiva estableciendo una nueva forma de producción y consumo ya que se encarga de dignificar las condiciones laborales de los trabajadores del país. Es importante mencionar que la constitución establece de manera explícita que el régimen de desarrollo debe basarse en la generación de trabajo digno y estable.

1.8 VARIABLES DE LA INVESTIGACIÓN.-

- **Independiente.-** Factores que inciden en la elección de la empresa
- **Dependiente.-** Mantenimiento de las viviendas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.-

Se escogió la Vía a la costa ya que se considera que es un mercado en total crecimiento, como indicó Xavier Márquez, 2015 director de la Inmobiliaria Dibiens en un artículo de diario El Universo: “Hay suficiente mercado porque la zona está en plena expansión y hay más de 100.000 personas que la habitan y todas cuentan con poder adquisitivo. “La mayoría de las familias trabajan”. (El Universo, 2015).

Y esa aseveración se puede confirmar al realizar un recorrido por la zona, actualmente hay 28 urbanizaciones ya construidas y en su mayoría habitadas, como se puede visualizar en las figuras 1, 2 y 3.



Figura 1. Urbanizaciones en vía a la costa. Tomado de (Google maps, 2017).

Urbanizaciones en Dirección a la Costa

 Bosques de la Costa Km 10 Vía a la Costa www.bosquesdelacosta.com.ec	 Torres del Salado Km 11 Vía a la Costa	 Altos del Sol Km 11.5 Vía a la Costa www.portalalsol.com.ec	 Portal al Sol Km 11.5 Vía a la Costa www.portalalsol.com	 Porto Vita Km 11.5 Vía a la Costa
 Casa Club Km 11.5 Vía a la Costa www.casoclub.com.ec	 Porto Alegre Km 12.5 Vía a la Costa www.portoalegre.com.ec	 Costalmar II Km 19 Vía a la Costa www.costalmar2.com	 Costa Brisa (Proyecto) Km 19.5 Vía a la Costa	 Villas del Bosque Km 21 Vía a la Costa

Figura 2. Urbanizaciones en dirección a la costa. Tomado de (Comunidad vía a la costa, 2017).

Urbanizaciones en Dirección a Guayaquil

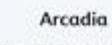
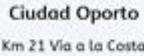
 Puerto Azul Km 7 Vía a la Costa	 Belorizonte Km 11 Vía a la Costa	 Portofino Km 11.5 Vía a la Costa www.porfino.com.ec	 Laguna Club Km 12.5 Vía a la Costa	 Punta Esmeralda Km 12.5 Vía a la Costa www.caviacion.com/proyecto.php?id=8
 TerraNostra Km 13 Vía a la Costa	 Arcadia Km 13 Vía a la Costa	 Puerto Seymour Km 13.5 Vía a la Costa	 Costalmar I Km 14 Vía a la Costa	 Vía al Sol Km 14.5 Vía a la Costa
 Los Ficus Km 14.5 Vía a la Costa	 Ciudad Oporto Km 21 Vía a la Costa	 Valle Alto Km 21.5 Vía a la Costa	 Los Angeles Km 22 Vía a la Costa	 Lomas del Bosque Km 32 Vía a la Costa

Figura 3. Urbanizaciones en dirección a Guayaquil. Tomado de (Comunidad vía a la costa, 2017).

2.2 SITUACIÓN ACTUAL

En Guayaquil existen empresas que se dedican a dar diferentes tipos de mantenimientos específicos, lo cual podemos observar en la página web ecuadorencifras.gob.ec donde consta el último censo económico (INEC, 2015), por lo cual las personas deben contactarse con diferentes empresas y/o personas, separar citas con cada uno, esperar que cada uno llegue y si no llegan reprogramar la cita, lo cual implica pérdida de tiempo y atraso en la reparación.

Estas empresas atienden a clientes de toda la ciudad lo cual hace que la demanda sea mayor que la oferta, y por ende no siempre los técnicos pueden acudir a la vivienda con la premura que se requiere sino que el cliente debe programar la visita para muchos días después, ocasionando molestias a los habitantes durante el tiempo de espera.

Es muy común que en la primera visita sólo observen cual es el inconveniente que se tiene y programen una nueva cita para recién ahí realizar la reparación, ocasionando pérdida de tiempo adicional, y hay que considerar que esta programación es por cada tipo de mantenimiento y reparación.

Esto hace que muchos propietarios busquen solucionar su problema contratando personas que realizan las reparaciones de manera informal, quienes no siempre prestan un servicio de calidad y no tienen el respaldo de una empresa que garantice ética y calidad del servicio solicitado y de los materiales usados.

2.3 CÓMO LOGRAR SATISFACER LA NECESIDAD DE LOS DUEÑOS Y HABITANTES DE LAS VIVIENDAS

La administración del hogar es la manera en cómo se distribuyen los recursos entre las distintas áreas y tareas, para poder eficientarla de tal manera que puedan aprovecharse correctamente (Venegas, 2014). Basados en la cita anterior, se considera que los dueños de las propiedades deben tomar conciencia de la importancia de destinar entre otras una parte de su presupuesto mensual para dar mantenimientos preventivos de su vivienda y todo su equipamiento, con el fin de evitar daños mayores posteriores.

Dicho mantenimiento debe ser realizado por una empresa especializada con el fin de que el propietario se despreocupe de este tema, esta empresa de una u otra manera debe garantizar que con la vivienda en sus manos no se tendrán gastos inesperados y molestias por daños o desperfectos.

Para lograr satisfacer esta necesidad, se debe lograr motivar al cliente, para lo cual podemos considerar que “La motivación son los procesos que hacen que las personas se comporten como lo hacen, y surge cuando aparece una necesidad que el consumidor desea satisfacer” (Solomón, 2008).

2.4 FACTORES QUE INTERVIENEN EN LA ELECCIÓN DE UNA EMPRESA DE MANTENIMIENTO DE VIVIENDAS

Al escoger la empresa adecuada para cualquier tipo de servicio son muchos los factores que intervienen, para el caso de la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas inicialmente se debe analizar el comportamiento de la elección de compra para conocer que

es lo que motiva y relacionarla con las implicaciones de compra de los consumidores, Matriz FCB. (García, 2008).

Implicación	Fuerte	Intelectual, Racional	Emocional, sensorial
		Aprendizaje	Afectividad
	Débil	Rutina	Hedonismo
		Motivación	

Figura 4. Motivación e implicación de compra.

Podemos decir que la implicación de compra es Fuerte ya que el consumidor antes de decidir su compra, realiza un proceso de evaluación de alternativas. Y Podemos encasillarlo dentro de la motivación de Afectividad, ya que en este tipo de servicio busca un beneficio que lo satisfaga.

Por lo antes expuesto se debe ofrecer beneficios que resulten satisfactorios para el consumidor.

Para definir los factores que intervienen en la elección es importante combinar de manera coherente las 4Ps del marketing. (Perreault, Cannon, & McCarthy, 2010).

Es importante considerar que las empresas deben ser más competitivas en: el servicio, las relaciones y el valor añadido. (Couso, 2005).

Servicio	Orientar la empresa al cliente como objetivo integral y prioritario, dirigido a obtener su satisfacción y permanecer en el mercado.
Relaciones	Conseguir la fidelización de clientes
Valor añadido	Nos diferenciará de nuestros competidores, generando una preferencia hacia nuestra empresa.

Figura 5. Competitividad en las empresas.

2.5 ALCANCE DEL SERVICIO

En el día a día son muchas las actividades que cada persona debe realizar, tanto en su hogar como fuera de él, como menciona (Alles, 2010) en su libro *Conciliar vida profesional y personal* “las personas tienen al mismo tiempo intereses profesionales y otros de tipo personal” por lo cual al momento de escoger un servicio se requiere que sea lo más completo posible, con el fin de evitar pérdidas de tiempo al tener que hablar con una y otra empresa por el mismo tema.

Por lo general los propietarios no son expertos en el tema de mantenimiento de viviendas y tienen poco o nulo conocimiento de mantenimiento y reparaciones, un factor muy importante y determinante en la elección de la empresa que brinden el servicio integral, cuanto más amplio sea su portafolio, mayor probabilidad hay de que sea la empresa elegida por el cliente.

Un factor diferenciador es poder solicitar todos los servicios en un solo lugar, lo cual implica ahorro de tiempo, el cual puede ser usado para realizar cosas productivas, importantes y que generen valor, como pasar más tiempo con la familia, tener más tiempo para el trabajo, para compartir con amigos, para salir en pareja, disfrutar, divertirse o simplemente descansar.

Se contempla que el servicio incluya:

- Mantenimiento preventivo (actividad principal)
- Mantenimiento correctivo

- Programación de visitas preventivas mensuales
- Coordinación de visitas de emergencias cuando así se lo requiera, las cuales seguramente se presentarán en épocas lluviosas, ya que con las visitas programadas mensuales los casos emergentes se reducen considerablemente, en cuyo caso se procederá a tomar los correctivos respectivos de manera inmediata.
- Los mantenimientos deben ser tanto en la parte interna como externa de la vivienda, sus electrodomésticos, limpieza de ventanas, limpieza de cortinas, control de plagas, así como también mantenimiento de jardines, piscinas, limpieza de cisternas y limpieza de filtros en caso de que la vivienda los tuviere.
- Debe contemplar la presentación de un informe completo en cada visita donde se detalle lo realizado con sus respectivas fotografías, observaciones, recomendaciones y presupuesto en caso de que hubiera algún correctivo adicional que realizar.

Como beneficios de que el alcance del servicio sea amplio tenemos:

- Centrar en una sola empresa el mantenimiento integral de la vivienda, evitando así tener que coordinar con diferentes empresas o personas cada reparación y su implícita pérdida de tiempo.
- Atención constante y de calidad al cliente con el adecuado seguimiento
- Total tranquilidad ya que con los mantenimientos adecuados y a tiempo la casa conserva su valor y el cliente puede despreocuparse ya que no se encontrará con problemas en su casa o artefactos por solucionar.

2.6 BENEFICIOS DEL MANTENIMIENTO DE SU VIVIENDA

El mantenimiento sistemático de su casa, además de mejorar la calidad de vida de quienes viven en ella, le dará un número importante de beneficios.

1. Aumento de la vida útil de los materiales de la construcción.
2. Mantención del valor de su propiedad.
3. Mejoramiento de la apariencia de su propiedad.
4. Prevención de daños en partes de su vivienda.
5. Identificación y corrección de problemas menores antes que se conviertan en problemas mayores (los que tendrían un mayor costo de reparación).

2.7 CONSECUENCIAS DE LA FALTA DE MANTENIMIENTO EN SU VIVIENDA.

1. Fallas prematuras o aceleradas en los materiales de construcción.
2. Pérdida de funcionalidad de algún elemento y por lo tanto, de la vivienda.
3. Incremente en los costos de las reparaciones posteriores.
4. Daños generados por problemas no resueltos en su etapa inicial.
5. Efectos sobre el confort, seguridad y salud de los usuarios.

2.8 TIEMPO DE RESPUESTA

Lo ideal es que la empresa que preste el servicio de mantenimiento de las viviendas quede en la misma zona lo cual representa una ventaja para el cliente por cuanto recibirá el servicio en menor tiempo y también es una ventaja para la empresa por cuanto hay optimización de costos por traslados.

Además del corto tiempo de respuesta también es importante que la respuesta y solución al servicio solicitado sea inmediato, en lo posible en la primera visita y si se requiere una segunda visita sea el mismo día o al día siguiente de tal manera que el cliente no tenga pérdida de tiempo y desesperación por la espera.

Debemos considerar que “la demora de la gratificación puede incrementar un impulso, en vez de reducirlo”. (Solomón, 2008, Pág. 35).

2.9 PERSONAL CALIFICADO

Un factor determinante es la capacidad de los trabajadores de la empresa, tanto en el área administrativa como en el área operativa.

Se debe sentir un buen servicio desde la primera llamada, y desde la primera visita, se debe percibir que la empresa cuenta con personal capacitado para las reparaciones.

La empresa debe procurar contar con personal de confianza, lograr manejar un buen código de ética que garantice la honestidad de cada colaborador. Cada colaborador debe demostrar eficiencia y efectividad en cada parte del proceso y el cliente debe sentir un buen seguimiento desde la primera visita.

Algo también muy importante es la buena imagen del personal, en lo posible se debe procurar el uso de uniforme el cual debe estar siempre bien presentable.

El personal debe tener conocimiento pleno de la zona, con el fin de que lleguen con rapidez a cualquiera de las urbanizaciones. Una buena opción es escoger personal de la misma zona, en este caso si bien es cierto que la vía a la costa tiene en su mayoría urbanizaciones de nivel

medio-alto, hay también zonas como Chongón, Puerto Hondo y puertas del sol, donde de lo conversado con algunos habitantes hay personal calificado para realizar los mantenimientos, y como parte de la responsabilidad social se debe considerar a estos habitantes, y procurar que cumplan con el perfil adecuado dentro del proceso de selección.

Esto da también una ventaja por cuanto los empleados trabajarían cerca de su lugar de residencia, optimizando mejor el tiempo, con esto se logra también aportar a la reducción del subempleo, el cual de acuerdo a las estadísticas presentadas por el INEC van en aumento.

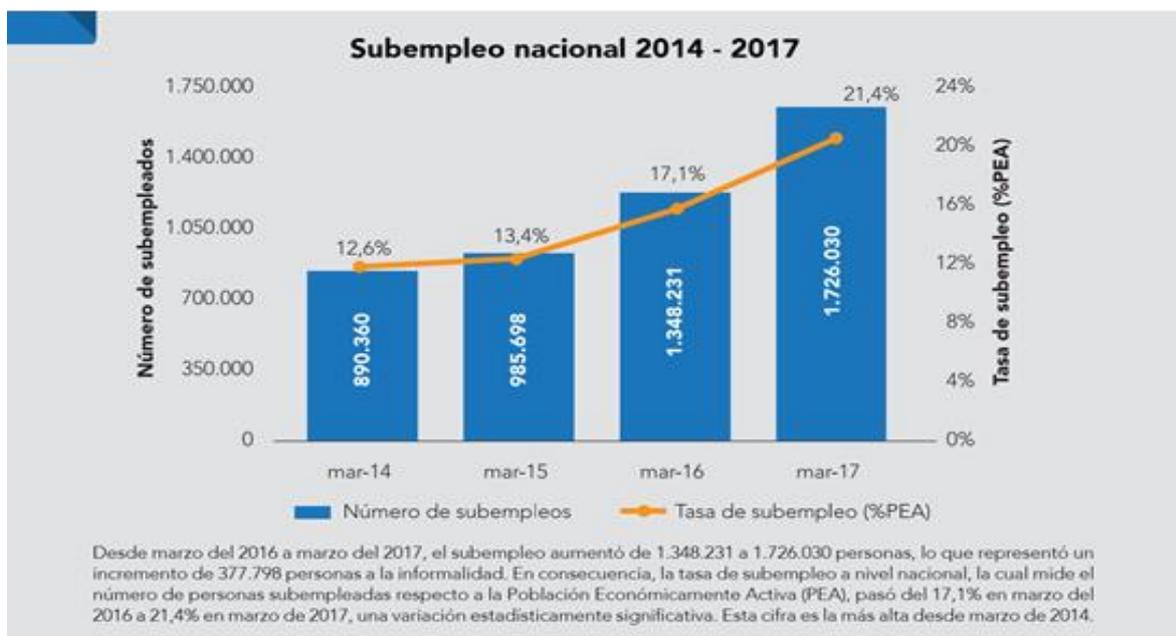


Figura 6. Subempleo nacional 2014 – 2017. Tomado de (El Comercio, 2017).

2.10 SERVICIO DIFERENCIADOR

Un punto muy diferenciador y que se convierte en un factor muy importante al momento de continuar con la empresa escogida es el correcto seguimiento, una vez que el cliente contrata los servicios más bien la empresa debe programar todo lo que el cliente va a requerir y determinar la frecuencia requerida y estar siempre pendiente de que se cumpla cada servicio

en el menor tiempo con el fin de evitar daños mayores posteriores y evitarle “dolores de cabeza” al cliente.

Otro punto diferenciador es mantener al cliente siempre informado de todo lo que ocurre en su vivienda, es decir que el cliente al contratar el servicio se despreocupa totalmente del tema. Y todo lo que se realice, se observe y se recomiende debe quedar registrado para que en caso de cambio de personal, puedan estudiar cada caso y continuar con el correcto mantenimiento

El servicio como ya se ha mencionado, debe ser lo más completo posible, desde lo más sencillo y básico en cuanto al mantenimiento de la vivienda, hasta lo más complejo. Todos los productos que se usen deben ser de la mejor calidad, que garantice el trabajo realizado.

Los mantenimientos deben ser preventivos para evitar problemas mayores posteriores, las citas se debe agendar automáticamente de acuerdo a la frecuencia requerida por cada tipo de mantenimiento y el cliente debe recibir llamadas de recordatorio, para que se programe y autorice el ingreso.

Es importante considerar que si a costos se refiere, los mantenimientos correctivos no son lo ideal por cuanto se presenta con la configuración de una curva ascendente, ya que al no ser preventivos se ve reducida la vida útil de los equipos y en este caso de la vivienda y obviamente depreciación del activo,, aumenta la compra de repuestos para reparaciones, pagos adicionales por la premura de la ejecución del trabajo. (Tavares, 2014).

La rapidez de respuesta también es un factor determinante. Adicional al horario de atención, en vista de que las urgencias en el hogar se pueden presentar en cualquier momento y horario, lo ideal es contar con un servicio 24/7 es decir las 24 horas del día, los 7 días de la semana

incluido fines de semana y feriados, incluidas las consultas telefónicas a cualquier hora y en cualquier momento, por cualquier imprevisto que se presente.

En resumen lo que determina la elección es un servicio diferenciador e innovador con respecto a los servicios existentes. Servicio personalizado y de calidad.

En el libro Calidad y servicios de proximidad en el pequeño Comercio (Arenal, 2016) menciona que la insatisfacción de los clientes afecta negativamente a las empresas, “se necesita una docena de contactos positivos para compensar un incidente negativo”, también se indica que para lograr la satisfacción de los clientes se deben proporcionar los siguientes valores:

Fiabilidad: Los clientes desean que las empresas realicen el servicio deseado de forma fiable, precisa y consistente. Se detectó que una de las mayores causas de insatisfacción de los clientes son las promesas no cumplidas.

Capacidad de respuesta: Las empresas deben mostrar una actitud de ayuda y el ofrecimiento de un servicio rápido.

Seguridad: Los clientes dicen que los empleados deberían conocer todos los detalles de su trabajo, mostrarse corteses y proyectar confianza en el servicio que ofrecen.

Elementos tangibles: Las instalaciones físicas y los equipos deben ser atractivos y estar limpios y los empleados deben tener una buena apariencia física.

Empatía: Los clientes desean empresas que les ofrezcan un servicio personalizado y que les escuchen. Las personas desean ser tratados como individuos. Desean ser conocidos y reconocidos.

2.11 BUENAS PRÁCTICAS

Un detalle diferenciador y que no todas las empresas lo contemplan son las buenas prácticas, como por ejemplo contar con un plan de tratamiento de residuos y desechos y el uso de las respectivas normas de seguridad, esto incluso en cumplimiento de las exigencias del Ministerio de Relaciones Laborales de contar con un reglamento de higiene y seguridad en el trabajo, como se menciona en la página del Ministerio de Relaciones Laborales. (Ministerio del Trabajo, 2017).

Es importante mencionar que el hecho de programar mantenimientos preventivos es amigable con el medioambiente, ya que esto incide totalmente en el adecuado funcionamiento de los equipos y se ve reflejado en el ahorro tanto en consumo de energía eléctrica como en consumo de agua potable, y un ahorro adicional se verá reflejado en el gasto mensual ya que disminuye considerablemente la recurrencia de reparaciones y también disminuye la frecuencia de cambio de repuestos.

En los informes estadísticos presentados por el INEC en el periodo 2010 - 2015 se puede apreciar que el porcentaje de personas que está haciendo conciencia del control medioambiental va en aumento.

**CLASIFICACIÓN DE RESIDUOS EN HOGARES, NACIONAL, URBANO, RURAL,
PERIODO 2010 - 2015**

**Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo - ENEMDU
Módulo de Información Ambiental en Hogares
(EN PORCENTAJE)**

AÑO	PLÁSTICO		PAPEL - CARTÓN		ORGÁNICOS		VIDRIO ⁽¹⁾	
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO
2010	17,5	82,5	19,7	80,4	15,2	84,8	-	-
2011	23,2	76,8	22,3	77,7	14,2	85,8	-	-
2012	25,4	74,6	20,7	79,3	20,4	79,6	-	-
2013	19,7	80,3	15,3	84,7	14,7	85,3	11,4	88,6
2014	31,5	68,5	20,9	79,1	22,8	77,2	12,7	87,3
2015	32,7	67,3	21,7	78,3	22,8	77,2	12,3	87,7
URBANA	36,7	63,3	23,4	76,6	18,6	81,4	12,6	87,4
RURAL	23,7	76,3	17,6	82,4	32,5	67,5	11,7	88,3

Figura 7. Clasificación de residuos en hogares, nacional, urbano, rural, periodo 2010 - 2015. Tomado de (INEC, 2017).

2.12 PRECIO Y FORMA DE PAGO

El precio sin lugar a dudas es también un factor determinante al momento de elegir una empresa que dé el mantenimiento a la vivienda, un precio cómodo permite que el cliente destine un valor mensual dentro del presupuesto para este fin.

Debemos considerar que el consumidor está interesado en el buen servicio y la calidad del producto, sin embargo, su mayor interés en cualquier momento es el precio de los productos, en este caso servicio, similares (Mercado, 2004). El precio es de interés fundamental tanto para el que compra como el que vende.

Otro factor muy incidente es la forma de pago, como se menciona en el libro de comportamiento del consumidor “la manera de pagar por una compra es una de las decisiones que enfrentan los consumidores” (Schiffman & Kanuk, 2005), por lo tanto el cliente debería tener varias alternativas, de tal manera que pueda escoger la que mejor se ajuste a su estilo

habitual de compra es decir que pueda ser en efectivo, con cheque, con tarjeta de crédito, con transferencia bancaria, con débitos mensuales de la cuenta o de la tarjeta de crédito.

2.13 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.-

En la fundamentación legal se toman las siguientes leyes, que se detallan a continuación:

Ley de la defensa del Consumidor

Según lo que determina la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011):

Art. 4.-

Derechos del consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes:

- Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad;

- Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar;

La ley de la defensa del consumidor establece las formas en que procederá determinado proveedor para comercializar un producto, en el artículo mencionado se estipulan dos

derechos importantes concernientes al consumidor, tanto en los derechos en la oferta de calidad de los productos como la difusión de los mismos por parte de los proveedores.

Ley de Comunicación – Tercer Suplemento

Según la Ley Orgánica de Comunicación (2013):

Art. 10.- Normas deontológicas.- Todas las personas naturales o jurídicas que participen en el proceso comunicacional deberán considerar las siguientes normas mínimas, de acuerdo a las características propias de los medios que utilizan para difundir información y opiniones:

Las normas deontológicas de la ley de comunicación se ha establecido con diferentes literales, donde se mencionan cada uno de las características que deberán tener los medios de comunicación a fin de difundir información adecuada, dicha ley es regulada para todas las personas que ejerzan una actividad de comunicación.

2.14 DEFINICIÓN DE TÉRMINOS.-

Bien Inmueble: “Los bienes inmuebles son aquellos bienes que tienen una situación fija y no pueden ser desplazados. Se conoce principalmente a los bienes inmuebles de carácter inmobiliario, es decir pisos, casas, garajes u otros ejemplos similares” (Derecho.com, 2015)

Cartera de clientes: “Conjunto de clientes que los vendedores de una empresa tienen dentro de un área de venta y con los que interesa mantener un contacto” (Consumoteca, 2015)

. **Comunicación:** (Wieman, 2012), “Implica la transmisión de ideas, pensamientos y sentimientos mediante el habla u otro medio.”(Pág. 15).

Empresa: (García, 2012), “La empresa constituye un área de investigación propia y específica de la unidad económica productiva con un planteamiento científico diferente”. (Pág. 120).

Estrategia: “Plan ideado para dirigir un asunto y para designar al conjunto de reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento, una estrategia es el proceso seleccionado a través del cual se prevé alcanzar un cierto estado futuro” (Definición.DE, 2015).

Investigación de mercados: “Es la recopilación y análisis de información, en lo que respecta al mundo de la empresa y del mercado, realizados de forma sistemática o expresa, para poder tomar decisiones dentro del campo del marketing estratégico y operativo” (Marketing XXI, 2015).

Mantenimiento: “Conjunto de acciones que tienen como objetivo mantener un artículo o restaurarlo a un estado en el cual el mismo pueda desplegar la función requerida o las que venía desplegando hasta el momento en que se dañó, en caso que haya sufrido alguna rotura que hizo que necesite del pertinente mantenimiento y arreglo” (Diccionario ABC, 2015).

Mercado: (Ferré, 2013), “El mercado está formado por todos aquellas personas que se dedican al intercambio, compra o venta de productos y servicios.” (Pág. 18).

Plan de comunicación: (Ferrato, 2011), “Herramienta en la cual su contribución es la de servir como marco para las acciones comunicativas.” (Pág. 30)..

2.15 ANÁLISIS EMPRESAS DE MANTENIMIENTO

Con respecto al análisis de las empresas que ofrecen servicios de mantenimiento a domicilios, a continuación se describen parte de algunas empresas existentes en la ciudad de Guayaquil:

EMPRESA	FUNCIONES	OBJETIVOS	UBICACIÓN
Intelca CIA LTDA	Limpieza profunda y Técnica Mensajería Fumigación y desratización	Garantiza la limpieza interna y externa	Guayaquil.
Samcleaning	Limpieza de piso Limpie de alfombras Lavado de muebles Limpieza de casas de vidrios.	Brindar un servicio oportuno y personalizado	Guayaquil.
Allclean	Oficinas Casas Condominios	Prestar servicio general de limpieza de calidad.	Guayaquil
World Clean	Lavado y Limpieza de Muebles Lavado y Limpieza de Colchones Lavado y Limpieza de Alfombras Lavado y Limpieza de Sillas Limpieza casas oficinas y otros.	Extracción total de todo tipo de bacterias y suciedad	Guayaquil

Figura No. 8 Empresas de limpieza Guayaquil (Sectorización norte).
Fuente: INEC 2016

En conclusión el análisis de algunas de las empresas relacionadas a la limpieza de viviendas, se establece que es importante saber cuál es cada una de sus funciones como proceso operacional de limpieza y su objetivo.

La decisión al momento de contratar a la empresa que se encargue de la limpieza está basada en la experiencia, confianza y credibilidad de la misma, ya que esto ayuda a que se agilice de manera directa la contratación de dicha empresa.

CONCLUSIONES

Son muchos los factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas, el que siempre va a predominar es un buen servicio y el punto diferenciador está marcado por la innovación, la cual como se menciona en el Manual de Oslo es la introducción de un nuevo, o significativamente mejorado producto o servicio. (OECD, 2005). La Innovación se define también como el proceso que permite conjugar habilidades y técnicas en función de dar soluciones novedosas a problemas particulares. (Hernández & Ortiz, 2013) un buen servicio debe tener puntos diferenciadores con respecto a la competencia para ser elegido.

Los clientes exigen rapidez, descomplicación y soluciones inmediatas, sin trabas desde que solicita el servicio hasta el momento que realiza su pago por el servicio recibido.

Dentro del marco sobre el servicio que brinda la empresa de servicios es importante tomar en cuenta las necesidades y expectativas de los clientes, basados en el cumplimiento del estudio de mercado al procedimiento de contratación de la empresa.

Para establecer el diagnóstico inicial de la empresa se ejecutó un análisis FODA para el establecimiento de los indicadores que derivan de la gestión para la contratación de la empresa de limpieza.

BIBLIOGRAFÍA

Alles, M. (2010). Conciliar vida profesional y personal. Granica.

Arenal, C. L. (2016). Calidad y servicios de proximidad en el pequeño comercio. Amazon.

Comunidad vía a la costa. (2017). Urbanizaciones en dirección a la costa. Obtenido de Comunidad vía a la costa: <https://www.vialacostagye.com/urbanizaciones/>

Couso, R. P. (2005). Servicio al cliente. Vigo: Ideas Propias .

Diccionario ABC, (2015). Significados y descripciones.

El Comercio. (2017). Subempleo nacional 2014 - 2017. Quito: El comercio.

El Universo (2006). Crecimientos inmobiliarios y proyectos del país <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/11/12/nota/5234567/nuevos-proyectos>.

El Universo. (12 de Noviembre de 2015). Nuevos proyectos en vía a la costa. Obtenido de El Universo: <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/11/12/nota/5234567/nuevos-proyectos>.

García, S. (2008). Marketing principios y metas. Holgín S.A.

Google maps. (2017). Urbanizaciones vía la costa. Obtenido de Google maps: <https://www.google.com.ec/maps/>

Hernández, J. S., & Ortiz, R. H. (2013). Innovación y conocimiento tecnológico en la sociedad del siglo XXI. México: Nueva época.

INTELCA (2016). Estudio de participación y servicios www.intelca.com

INEC. (2015). Ecuador en Cifras. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censo:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

INEC 2016 Ecuador en Cifras. Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censo:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>

INEC. (2017). Clasificación de residuos en hogares, nacional, urbano, rural, periodo 2010 - 2015. . Obtenido de Instituto Nacional de Estadística y Censo:
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec>

Mancera (2016). Problemas relacionados al mal estado de las viviendas. Ejemplar 21, Pág. 31

Market Watch (2016). Estudio de proyectos inmobiliarios a nivel nacional. Tomo 16, Pág. 21

Marketing XXI, (2015). Marketing estratégico y operativo.

Mercado, S. (2004). Mercadotecnia programada: principios y aplicaciones para orientar la empresa hacia el mercado. Limusa.

Ministerio del Trabajo. (2017). Ministerio del Trabajo. Obtenido de
<http://www.trabajo.gob.ec/>

Moreno (2014), Los estudios de campo y su enfoque en la investigación, Tomo XII

OECD. (2005). Manual de Oslo. Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico.

Plan del Buen Vivir (2016). www.pbv.gob.ec.

Perreault, W., Cannon, J., & McCarthy, J. (2010). Basic Marketing. McGraw-Hill.

Schiffman, L., & Kanuk, L. (2005). Comportamiento del consumidor. Pearson.

Solomón, M. R. (2008). Comportamiento del consumidor. México: Pearson Educación.

Tavares, L. (2014). Administración moderna de mantenimiento. Novo Polo .

Venegas, L. I. (2014). Administración del Hogar. Cancún: Universidad Politécnica.

Wieman (2012) Ley de la comunicación social Tercer Suplemento.

Xavier Márquez (2015). Director Inmobiliaria Dibiens, www.eluniverso.com



DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **De La Torre Aguilar, Sonia Angélica**, con C.C: # **0918855206** autor del **componente práctico del examen complejo: “Factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas en las urbanizaciones de la Vía a la Costa”**, previo a la obtención del título de **Ingeniera en Marketing** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, **11** de septiembre de **2017**

f. _____

Nombre: **De La Torre Aguilar, Sonia Angélica**

C.I: **0918855206**

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	“Factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas en las urbanizaciones de la Vía a la Costa”		
AUTOR(ES)	Sonia Angélica De La Torre Aguilar		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES)	Jaime Samaniego		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Marketing		
TÍTULO OBTENIDO:	Ingeniero en Marketing		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	11 de Septiembre del 2017	No. DE PÁGINAS:	30 páginas
ÁREAS TEMÁTICAS:	Investigación de mercados, análisis y evaluación de proyectos		
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	Mantenimiento de casas, mantenimiento integral, mantenimiento preventivo		
RESUMEN/ABSTRACT			
<p>Son muchos los factores que intervienen al momento de elegir una empresa para el mantenimiento de las viviendas. Los dueños lo que menos requieren es algo que les complique la vida, por lo tanto el mantenimiento de la vivienda no debe ser una preocupación para ellos, se requiere una empresa que se encargue de todo el mantenimiento completo para así evitar preocupaciones, ahorrar tiempo, dinero y lograr que su vivienda no pierda su valor con el pasar de los años.</p> <p>La vía a la costa es una zona que se encuentra en pleno desarrollo, existe una gran cantidad de urbanizaciones que van en aumento, en un 90% las urbanizaciones de la zona son de un nivel social medio-alto, y en esta zona no existe una empresa que se dedique al mantenimiento integral de las viviendas, por lo cual hay un considerable mercado actual y con un visible potencial de crecimiento. En este ensayo analizaremos cuales son los factores que intervienen en la elección de una empresa de mantenimiento de viviendas, el cual servirá de apoyo para quien tenga en mente crear este tipo de empresas.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-4-6005360	E-mail: sadaderincon@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN (COORDINADOR DEL PROCESO UTE)::	Nombre: Ing. Jaime Samaniego López		
	Teléfono: +593-4- 2209207		
	E-mail: jaime.samaniego@cu.ucsg.edu.ec		
SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA			
Nº. DE REGISTRO (en base a datos):			
Nº. DE CLASIFICACIÓN:			
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):			