

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONOMICAS

CARRERA DE GERENCIA Y LIDERAZGO

Tesis previa a la obtención del Título de Ingeniero en Gerencia y Liderazgo

TEMA

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
MICROEMPRESA DE SERVICIOS EN EL ÁREA DE ALBAÑILERÍA,
PLOMERÍA E INSTALACIONES ELÉCTRICAS PARA EL SECTOR DE
LA CONSTRUCCIÓN**

AUTORA

Verónica Paola Quieta Cevallos

DIRECTOR

Eco. Nicolás Collaguazo

Quito, Mayo del 2010

DECLARACIÓN

Yo, Verónica Paola Quieta Cevallos, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Politécnica Salesiana, puede hacer uso de los derechos de este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y normatividad institucional vigente.

Verónica Paola Quieta Cevallos

CERTIFICACIÓN

Certifico que la presente tesis fue desarrollada por Verónica Paola Quieta Cevallos, bajo mi supervisión.

Quito, Mayo del 2010

Econ. Nicolás Collaguazo
DIRECTOR DE TESIS

AGRADECIMIENTOS

Antes que a todos quiero agradecer a Dios por darme las fuerzas necesarias en los momentos en que más las necesite y bendecirme con la posibilidad de encaminarme a su lado durante toda mi vida, a mi Madre Elena Cevallos quien me supo dar ánimos para culminar esta etapa importante de mi vida.

A los docentes de la Carrera de Gerencia y Liderazgo de la Universidad Politécnica Salesiana por sus consejos y ayuda desinteresada en los momentos que más los necesite, haciendo de mí una buena profesional y una mejor persona.

A mis compañeros y amigos, Sonia B., Diego L., Cristian V., por estar siempre dispuestos a ayudarme en los buenos y malos momentos.

En particular a mi profesor guía, el Eco. Nicolás Collaguazo, quien me oriento durante el tiempo que duro esta tesis.

Al Sr. Patricio Guzmán, Maestro Profesional de la Construcción, quien destinó parte importante de su tiempo para asesorarme, guiarme y darme un punto de vista más humano y real al que se enfrenta el trabajador de la construcción.

Gracias a todas las personas que directa o indirectamente me apoyaron en toda mi vida.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi familia, por acompañarme en cada una de mis etapas estudiantiles.

A mis padres, por todo lo que me han dado en la vida, especialmente por sus sabios consejos y por estar a mi lado en los momentos difíciles.

A mi Madre, Elena Cevallos, quien ha sido un pilar importante en toda mi carrera universitaria, quien se ha convertido en mi mejor amiga y confidente; *“Gracias por todo”*.

A mi hermana, Zulay, quien me ha acompañado en las arduas noches de elaboración de mi tesis.

A mi abuelita, “Mamita” Elvira, quien desde el cielo me guía y estoy segura que en estos momentos está orgullosa de mi.

Y a todos quienes tuve la oportunidad de conocer en el transcurso de la elaboración de la tesis, y supieron aconsejarme, apoyarme y motivarme a culminar este sueño.

A mi “GRAN AMOR” Santiago, simplemente por ser como es. Gracias por darme ánimos y estar a mi lado durante todo este tiempo y mostrarme con una sonrisa, que el amor de verdad puede existir.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN.....	I
CERTIFICACIÓN	II
AGRADECIMIENTO	III
DEDICATORIA	IV
ÍNDICE GENERAL.....	V
ÍNDICE DE TABLAS	XII
ÍNDICE DE GRAFICOS.....	XIV
INDICE DE ANEXOS	XV
RESUMEN EJECUTIVO	XVI

CAPITULO I

DISEÑO Y PLAN DE TESIS	1
1.1 DEFINICIÓN DEL TEMA	1
1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	1
1.2.1 Síntomas del problema.....	1
1.2.2 Diagnostico y pronostico	3
1.3. FORMULACION Y SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	3
1.3.1 Formulación	3
1.3.2 Sistematización	3
1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION	4
1.4.1 Objetivo General.....	4
1.4.2 Objetivos Específicos	4
1.5. JUSTIFICACION	4
1.6. . MARCO DE REFERECIA	5
1.6.1 Marco Teórico.....	5
1.6.2 Marco conceptual.....	8
1.7. LUGAR ESPACIAL DE UBICACIÓN	10
1.8. HIPOTESIS	10
1.8.1 Variables de estudio.....	10
1.9. METODOLOGIA	12
1.10. TEMARIO	13
1.11. BIBLIOGRAFIA	14
1.12. PRESUPUESTO	15
1.13. CRONOGRAMA	15

CAPITULO II

2.1 ANALISIS DEL MICRO Y MACRO AMBIENTE	16
2.1.1 EL SECTOR: ESTRUCTURA Y TENDENCIA	16
2.1.1.1 Construcción y alquiler de vivienda: tasas de variación anula PIB real	17
2.1.1.2 PIB total y PIB de la construcción.....	18
2.1.1.3 Índices de precios de materiales, equipo y maquinaria de la construcción .	20
2.1.1.3.1 Variación de los costos.....	22
2.1.1.4 Cifras comparativas de vivienda.....	22
2.1.1.5 Financiamiento.....	25
2.1.2 LAS EMPRESAS ECUATORIANAS Y SU PARTIPICACION EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCION	28
2.1.2.1 Incremento sustancial de las empresas del sector de la construcción debido a la gran obra pública.....	28
2.1.2.2 Análisis del sector externo	30
2.1.2.2.1 Importaciones de hierro, 2005-2008.....	30
2.1.2.3 Intervención de gobiernos seccionales en el sector de la construcción	32
2.1.3 POLITICAS ESTATALES DE APOYO AL SECTOR DE LA CONSTRUCCION	32
2.1.3.1 Reactivación de la construcción	32
2.1.3.2 Reajuste de salarios mínimos legales, construcción y servicios técnicos y arquitectónicos	34
2.1.4 PRINCIPALES FUENTES DE FINANCIAMIENTO DIRIGIDAS AL SECTOR DE LA CONSTRUCCION	35
2.1.4.1 Las remesas de los migrantes ecuatorianos	35
2.1.4.2 Remesas recibidas por país de origen de procedencia	35
2.1.4.3 Principales provincias beneficiarias de remesas Tercer trimestre 2009	38

2.1.4.3.1 Participación regional de remesas	39
2.1.4.4 Comportamiento de las remesas a largo plazo.....	40
2.1.4.5 Inmigración en Ecuador.....	41
2.2. ANÁLISIS DEL MICRO AMBIENTE (ZONA QUITUMBE)	44
2.2.1 ASPECTOS SOCIOCULTURALES	45
2.2.2 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	45
2.2.3 ASPECTOS GEOGRÁFICOS	46
2.2.4 ASPECTOS ECONÓMICOS	47
2.2.4.1 Desempleo y Subempleo.....	47
2.2.4.2 El sector de la construcción y su participación en el PIB	49
2.2.5 ASPECTOS POLÍTICOS	49
2.2.5.1 Programa Socio Empleo.....	49
2.2.5.2 Red Socio Empleo	52
2.2.6 ASPECTOS MEDIO AMBIENTALES	53
CAPÍTULO III	
ESTUDIO DE MERCADO	54
3.1 DESARROLLO DEL MERCADO	54
3.1.1 Análisis del mercado.....	54
3.1.2 Definición del mercado.....	54
3.1.3 Mercado Objetivo	54
3.1.4 Mercado geográfico	55
3.2 SITUACIÓN DEL MERCADO	55
3.3 OFERTA DEL SERVICIO	55
3.3.1 Atributos del servicio.....	56
3.3.2 Áreas de servicios	57

3.3.2.1 Áreas principales	57
3.3.2.2 Áreas complementarias	59
3.4 DIRECCIONAMIENTO DE MARKETING	60
3.4.1 Marketing Mix	60
3.4.1.1 Producto	60
3.4.1.2 Precio	63
3.4.1.1 Promoción.....	63
3.4.1.2 Publicidad	66
3.4.1.2 Plaza.....	67
3.5 CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA	68
3.5.1 Herramienta a utilizar - la Encuesta.....	70
3.5.2 Análisis de la información.....	71
3.6 ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	77
3.6.1 Fuerzas de Porter	77
3.6.2 Matriz de las 5 fuerzas de Porter	77
3.6.2.1 Amenaza de entrada de nuevos competidores	78
3.6.2.2 Rivalidad entre competidores	80
3.6.2.3 Poder de negociación entre los proveedor	82
3.6.2.4 Amenaza de entrada de productos sustitutos	84
3.6.2.5 Poder de negociación de compradores	84
 CAPÍTULO IV	
PROYECTO DE INVERSION	86
4.1 ESTUDIO DE MERCADO	87
4.1.1 Demanda del Mercado	87
4.1.2 Servicios.....	88

4.1.3 Segmentación	88
4.1.3.1 Base geográfica	88
4.1.3.2 Base conductual	88
4.2 ESTUDIO TECNICO	89
4.2.1 Descripción operativa de procesos.....	89
4.2.2 Disponibilidad de materiales e instalaciones	93
4.3 ESTUDIO ADMINISTRATIVO	98
4.3.1 Antecedentes de la empresa	98
4.3.2 Cultura organizacional	99
4.3.3 Selección de personal	101
4.3.3.1 Contratación del personal.....	102
4.3.4 Estructura organizacional	103
4.3.4.1 Organigrama funcional.....	103
4.3.4.2 Jornada laboral	105
4.3.4.3 Aspecto legal	105
4.3.5 Impacto ambiental	106
4.3.5.1 Análisis del impacto ambiental de la planta.....	106
4.3.6 Marco legal.....	108
4.4 ESTUDIO FINANCIERO	110
4.4.1 Supuestos financieros.....	111
4.4.2 Inversión inicial.....	112
4.4.3 Proyección de ventas	113
4.4.4 Precios de venta.....	115
4.4.5 Estado de pérdidas y ganancias.....	116
4.4.6 Liquidación de utilidades	118
4.4.7 Flujo de caja.....	119

4.4.8 Flujo de caja corriente y descontado	119
4.5 EVALUACIÓN ECONOMICA	120
4.5.1 Tasa interna de retorno	121
4.5.2 Valor actual neto	121
4.5.3 Costo beneficio.....	122
CAPÍTULO V	
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	123
5.1 CONCLUSIONES.....	123
5.2 RECOMENDACIONES	125
BIBLIOGRAFIA.....	126

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Construcción y alquiler de vivienda: PIB	16
Tabla No. 2 Construcción y alquiler de vivienda: Tasas de variación anual PIB real... ..	17
Tabla No. 3 PIB total y PIB de la construcción (construcción + alquiler).....	18
Tabla no. 4 Índices de precios de materiales, equipo y maquinaria de la construcción	20
Tabla No. 5 Inversión en vivienda	25
Tabla No. 6 Origen del Financiamiento de la construcción de vivienda, 2000 - 2007 ...	25
Tabla No. 7 Cartera bruta total del sistema bancario, 2002 - ene 2008	26
Tabla No. 8 Mayores empresa del Ecuador	28
Tabla No. 9 Importaciones de hierro, 2005 – 2008.....	30
Tabla No. 10 Presupuesto de inversiones de los municipios de Quito, Guayaquil y Cuenca, 2008 -2009	32
Tabla No. 11 Reactivación de la construcción	32
Tabla No. 12 Reajuste de salarios mínimos legales, construcción y servicios técnicos y arquitectónicos	34
Tabla No. 13 Montos de remesas recibidas en miles de USD por país de origen.....	35
Tabla No. 14 Principales provincias beneficiarias de remesas	38
Tabla No. 15 Entrada de extranjeros, según principales nacionalidades	41
Tabla No. 16 Habitantes Zona Quitumbe.....	45
Tabla No. 17 Población parroquia de Chillogallo por género.....	46
Tabla No. 18 Tasa trimestral mercado laboral	47
Tabla No. 19 Producto Interno Bruto	49
Tabla No. 20 Cronograma de promociones.....	65
Tabla No. 21 Competidores LIMPAVID CIA LTDA.	79

Tabla No. 22 Competidores INSTALEC	80
Tabla No. 23 Proveedores	83
Tabla No. 24 Materiales requeridos para el servicio.....	93
Tabla No. 25 Descripción de equipos de oficina.....	95
Tabla No. 26 Descripción de muebles de oficina.....	95
Tabla No. 27 Requerimiento de personal	101
Tabla No. 28 Jornada laboral	105
Tabla No. 29 Proyección de la inflación.....	111
Tabla No. 30 Inversión en activos fijos.....	112
Tabla No. 31 Inversión en gastos de instalación y puesta en marcha	112
Tabla No. 32 Inversión en suministros y materiales para el servicio.....	112
Tabla No. 33 Proyección de ventas	113
Tabla No. 34 Precio de mano de obra	116
Tabla No. 35 Estado de pérdidas y ganancias	117
Tabla No. 36 Liquidación de utilidades	118
Tabla No. 37 Flujo de caja corriente y descontado	119
Tabla No. 38 Índices de evaluación	120

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No.1 Construcción y alquiler de vivienda: tasas de variación anual PIB real ..	17
Gráfico No.2 PIB total y PIB de la construcción (construcción + alquiler) tasas de crecimiento anual 2000 - 2009	19
Gráfico No.3 Inversión en vivienda por gobiernos	22
Gráfico No.4 Las cifras de Ecuador, composición de la ejecución presupuestaria por sectores	24
Gráfico No.5 Monto de remesas recibidas por país de origen	36
Gráfico No.6 Principales provincias beneficiarias de remesas	38
Gráfico No.7 Participación regional de remesas, tercer trimestre 2009	39
Gráfico No.8 Entradas de extranjeros, según principales nacionalidades	41
Gráfico No.9 Administración Quitumbe	44
Gráfico No.10 Tasa trimestral del mercado laboral en Quito	47
Gráfico No.11 Mercado geográfico- ubicación parroquia de Chillogallo.....	55
Gráfico No.12 Mecanismos de promoción de ventas.....	64
Gráfico No.13 Servicios requeridos con mayor frecuencia	71
Gráfico No.14 Costo del servicio d electricidad por punto eléctrico	72
Gráfico No.15 Costo adecuado del servicio.....	73
Gráfico No.16 Los usuarios conocen de un posible competencia.....	73
Gráfico No.17 Existencia de la empresa – beneficio a los usuarios.....	74
Gráfico No.18 Contratación de la mano de obra.....	75
Gráfico No.19 Servicio con materiales incluidos.....	76
Gráfico No.20 Matriz de las 5 fuerzas de Porter	77
Gráfico No.21 Diagrama de flujo de las operaciones de atención al cliente	90
Gráfico No.22 Ubicación geográfica del Barrio de Chillogallo.....	96

Gráfico No.23 Distribución de planta	97
Gráfico No.24 Organigrama funcional.....	103
Gráfico No.23 Porcentaje de participación por áreas.....	114

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexos No. 1 Ley de prevención y control de la contaminación ambiental	129
Anexos No. 2 Esquemas de las encuestas piloto	133
Anexos No. 3 Encuesta para los habitantes de la Parroquia de Chillogallo	135
Anexos No. 4 Responsabilidad Tributaria	136
Anexos No. 5 Registro único de contribuyentes RUC.....	140
Anexos No. 6 Legalización de contrato de arrendamiento	142
Anexos No. 7 Patente municipal.....	143
Anexos No. 8 Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos	145
Anexos No. 9 Registro de marca	146
Anexos No. 10 Certificado por guías de buenas practicas ambientales.....	148
Anexos No. 11 Permiso para las instalación de publicidad exterior	149
Anexos No. 12 Manual de funciones	151
Anexos No. 13 Listado de suministros y materiales requeridos para el servicio por áreas de trabajo.....	156

RESUMEN EJECUTIVO

Con el estudio realizado se ha elaborado un proyecto de factibilidad que permita la conformación de una microempresa de servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas para el sector de la construcción, ubicado en el sector Sur de la ciudad de Quito, creando una fuente de ingresos propios y fomentando el trabajo en equipo, así como el desarrollo de la zona comercial del la Parroquia de Chillogallo.

Después de llevar a cabo los estudios correspondientes de esta investigación, se determinó que en la Zona Sur se están realizando un sinnúmero de proyectos de construcción tanto públicos como privados, los mismos que demandan un alto grado de mano de obra; razón por la cual se decidió ubicar la empresa en este sector.

En el primer capítulo, se presenta el planteamiento del problema, objetivos, justificación del tema, marco de referencia y conceptual, hipótesis, la misma que se verá validada al concluir el proyecto. Todos estos temas servirán de guía en el desarrollo de la tesis.

En el segundo capítulo, se desarrolla un análisis macro y micro en el que se podría desenvolver la empresa; en el escenario a nivel macroeconómico se define la situación en la que se encuentra el país con sus actores económicos, políticos y sociales, que afectan el crecimiento de la microempresa. Además se analiza el escenario microeconómico, mediante el estudio de la población, su desarrollo sociocultural, demográfico, económico, político y ambiental.

En el tercer capítulo, se elabora un estudio de mercado, situación de mercado, oferta del servicio, direccionamiento de marketing, la investigación de campo realizada, cálculo del tamaño de la muestra, diseño de cuestionarios para la encuesta, tabulación de los datos y su respectivo análisis, por último se analizó el modelo de

las cinco fuerzas de Porter para obtener una correcta información acerca de: los clientes, el servicio, el precio, el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores.

En el cuarto capítulo se estudia cada uno de los elementos del proyecto de inversión y su importancia en la ejecución de este proyecto.

El estudio de mercado con el que se determinó la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales del servicio que se desea ofrecer.

El estudio técnico en el que se define el proceso más óptimo de atención al cliente a través de flujogramas y la disponibilidad de materiales instalaciones para el correcto funcionamiento de la empresa.

El estudio administrativo en el que se estructura la cultura organizacional, el organigrama funcional y la descripción de cargos así como también todo lo relacionado al aspecto legal.

El estudio financiero en el que se refleja la viabilidad del proyecto a través de la distribución del Capital de Trabajo, Inversión, Depreciación, Amortización de Activos, Amortización del Préstamo, Proyección de las Ventas, de Compras, de los Gastos, el Estado de Pérdidas y Ganancias, Balance General, Métodos del Análisis Financieros como son: el Flujo de Caja, Valor Actual Neto (VAN), la (Tasa Interna de Retorno) TIR y por último el Costo Beneficio.

Finalmente en el último capítulo, se desarrollan las conclusiones y recomendaciones en función de todo el proceso de investigación, de tal manera que se pueda generar un contexto global para la creación de la microempresa EL KONSTRUCTOR.

CAPITULO I

DISEÑO Y PLAN DE TESIS

1.1. DEFINICION DEL TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UNA MICROEMPRESA DE SERVICIOS EN EL AREA DE ALBAÑILERIA, PLOMERIA E INSTALACIONES ELECTRICAS PARA EL SECTOR DE LA CONSTRUCCION”

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.2.1. Síntomas del problema

La globalización de los mercados ha generado en cada uno de los países desarrollados y en vías de desarrollo la búsqueda de una mejor posición competitiva de acuerdo a sus recursos, tecnología y mano de obra. El consolidar las ideas en productos y servicios a través de proyectos que deben ejecutarse bajo condiciones cada vez más demandantes de seguridad en el éxito y cumplimiento de tiempo, presupuesto y calidad, es prioritario.

Es así como día a día, podemos ver un sinnúmero de empresas y microempresas con ideas innovadoras que van desde, accesorios y ropa para mascotas, entrega de flores con mimo, hoteles para mascotas, industrialización de medicinas caseras, en fin un sin número de empresas que han logrado tener mucho éxito porque ha sabido combinar la creatividad, originalidad, el diseño gráfico y costos razonables para su producto o servicio.

Como podemos darnos cuenta el principal objetivo de estos negocios alternativos es crear microempresas que no tengan mucha competencia y que posean una elevada demanda y rentabilidad

Tantos sectores se han visto beneficiados con estos proyectos y propuestas, pero ¿Qué pasa con el sector de la construcción?

Y me refiero no a las grandes obras que se edifican día a día por toda la ciudad, sino a problemas que se presentan en nuestro hogar, cuando hay una fuga de agua, o humedad en nuestras paredes o cuando decidimos remodelar o pintar,..., ¿A quién recurrimos?

La lista no es tan larga, y las opciones se reducen a dos, o nos hacemos plomeros, pintores, o albañiles improvisados, o nos dedicamos a buscar un “maestro de la construcción”; pero ¿Arriesgarnos así vale la pena?

Pero quien nos garantiza un trabajo de calidad, bajos costos, seguridad y lo más importante en el tiempo estimado.

Los resultados son obvios, el cliente no queda satisfecho en su totalidad, debido a que el personal contratado en la mayoría de los casos ha aprendido esta profesión de forma empírica, lo que genera que en el transcurso de la obra surjan imprevistos como la compra excesiva de material y herramientas que en ciertos casos no utiliza y termina siendo un gasto para el cliente, además se presentan retrasos en el tiempo de entrega debido a que el trabajador resulto no ser tan responsable y se dedico a trabajar uno que otro día, además no se tiene un registro o certificados que respalden los trabajos realizados anteriormente es decir referencias y a todo esto podemos sumarle el costo elevado de este “servicio”.

No existe una entidad, institución o empresa que respalde este trabajo y pueda prestar garantías al cliente de la calidad de servicio que se requiere o se va a realizar.

Y que mejor prueba de todo esto que nuestro propio testimonio, ¿Verdad?

1.2.2. Diagnóstico y pronóstico

En fin como podemos darnos cuenta esta problemática no está muy alejada de la realidad, es así que con el proyecto de factibilidad para la creación de una microempresa de servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas para el sector de la construcción se podría aprovechar al la demanda insatisfecha que existe actualmente en el mercado, con la oferta de un servicio económico, de calidad y oportuno.

Es por eso que la propuesta planteada podría ser una muy buen alternativa para satisfacer las necesidades de los clientes otorgando un trabajo de calidad en el tiempo requerido.

1.3. FORMULACION Y SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

1.3.1. Formulación

- ¿Cuál es el mecanismo para mejorar el servicio en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas para el sector de la construcción en la parroquia de Chillogallo?

1.3.2. Sistematización

- ¿Cuál es el comportamiento de las variables macro y micro ambientales y como afectan al sector de la construcción?
- ¿Cómo se puede determinar el comportamiento del mercado de la construcción y específicamente el relacionado a los servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas para el sector Sur de la ciudad de Quito?
- ¿Cuál es la estructura idónea aplicable para la formulación del proyecto de factibilidad para el servicio de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas?
- ¿Cómo se puede determinar la viabilidad del proyecto propuesto?

1.4. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION

1.4.1. Objetivo General

Elaborar un proyecto que permita la conformación de una empresa de servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas para el sector de la construcción.

1.4.2. Objetivos Específicos

- Analizar la situación actual del sector de la construcción y su proyección a futuro en el Ecuador a través de un estudio de necesidades, demandas y ofertas.
- Diagnosticar el entorno en el que se pretende instalar la empresa de servicios y más específicamente en el sector sur de la ciudad de Quito
- Establecer los parámetros necesarios para establecer las etapas que servirían para conformar una empresa dedicada a brindar servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas para el sector de la construcción

1.5. JUSTIFICACION

El presente estudio sustenta su justificativo en la necesidad de otorgar soluciones inmediatas en lo relacionado a reparación, mantenimiento y asesoría en el sector de la construcción, con precios accesibles y materiales de calidad; permitiendo así satisfacer un mercado potencial, innovando el concepto de la construcción en el hogar y contribuyendo al crecimiento y bienestar de la comunidad.

1.6. MARCO DE REFERENCIA

1.6.1. Marco Teórico

En el campo de la economía como ciencia, la empresa siempre ha tenido una posición privilegiada como objeto de estudio. Desde Adam Smith, David Ricardo y Schumpeter, la empresa juega un papel fundamental en la economía regional, nacional y mundial.

Partiendo de los análisis de la escuela clásica, con el paso del tiempo se fue esbozando una teoría económica, basada en la naturaleza, comportamiento y crecimiento de la empresa, así como, también del empresario.

Más adelante, los economistas pasan de un enfoque teórico a un análisis y explicación a través del uso de herramientas y modelos matemáticos, creando así, una nueva rama de la economía conocida como “microeconomía”, que parte de los supuestos de la escuela clásica.

A finales de los 80’s, universidades como Wharton, Yale y Harvard, promueven en el mundo capitalista la teoría de la empresa vista desde un enfoque meramente estratégico (mercadotecnia, finanzas, ventas, etc.).

El concepto de empresario

Ya en el siglo XX podemos hacer referencia a concepciones distintas del empresario que consideramos cruciales para entender su comportamiento actual.

La teoría del “empresario riesgo” de Knight (1921)¹, según la cual el riesgo que asume el empresario al constituirse como tal justifica el beneficio que este obtiene. Dicho riesgo viene dado por la incertidumbre o ausencia de información perfecta, lo cual dificulta las decisiones que este ha de ir tomando.

¹ En su obra editada al castellano en 1947 *Riesgo, incertidumbre y beneficio*, Aguilar, Madrid Metropolitana

- La teoría del “empresario control o decisor” de Simon (1947)², que considera al empresario como “el hombre administrativo” que toma las decisiones necesarias para controlar el proceso económico de su empresa. El empresario es quien toma las decisiones en la empresa en base a la visión global que posee sobre la misma.
- La teoría del “empresario líder” (Bennis y Schein, 1965) define al empresario como “el motivador del grupo humano, creando y buscando nuevos caminos y desarrollando una nueva cultura”

En las pequeñas empresas sociales cobran relevancia las teorías del empresario riesgo, del empresario decisor y del empresario líder, por cuanto las grandes dificultades técnicas y humanas en las que se crean (escasez de recursos financieros y una formación empresarial insuficiente), suponen un elevado riesgo para quienes deciden constituirlos.

“Llámesele emprendedor al que tiene la idea y concepto de un producto o servicio a realizar, un inversionista al que pone a disposición el capital necesario para el arranque y sostenimiento inicial del negocio y, finalmente y no menos importante, la persona que se va a encargar de rendir cuentas y de administrar el nuevo negocio a emprender” (Zorrilla, marzo del 2004).

Siguiendo a Wolkstein (1978)³, definen sencillamente a la empresa constructora o contratista como aquella “cuya actividad consiste en ejecutar un trabajo específico de construcción de acuerdo con un contrato, con un precio determinado

² En su obra *Administrative behavior*, Mc Millan, Nueva York, editada en castellano por Aguilar, 1962.

³ WOLKSTEIN, H. W., *Métodos contables en la industria de la construcción*, Ed. Deusto, Bilbao, 1978, pág. 49.

Construcción.

Construcción significa “acción y efecto de construir”. Construir, según la Real Academia Española de la Lengua, es “fabricar, edificar, hacer de nueva planta una obra de arquitectura o ingeniería, un monumento o, en general, cualquier obra pública”, lo cual identifica un posible objeto social de la empresa constructora ⁴.

Oferta y demanda.

La expresión "oferta y la demanda" fue acuñada por James Denham-Steuart en su obra *Estudio de los principios de la economía política*, publicada en 1767. Adam Smith usó esta frase en su libro de 1776 *La riqueza de las naciones*, y David Ricardo, en su libro *Principios de política económica e impositiva* de 1817, tituló un capítulo “Influencia de la demanda y la oferta en el precio”

En *La riqueza de las naciones*, Smith en general asume que el precio de oferta es fijo, y que es únicamente la demanda la que hace que el precio suba o baje. Ricardo, en los *Principios de política económica e impositiva*, establece de forma más rigurosa algunas suposiciones que sirvieron para forjar sus ideas sobre la oferta y la demanda. Pero fue Antoine Agustín Cournot el primero que desarrolló un modelo matemático para explicar la oferta y la demanda en su libro *Desarrollo de los principios matemáticos de la teoría de la bonanza económica*.

La Creación de la Demanda de Mercado

Se dice que la dimensión o crecimiento de la empresa estará limitado a la demanda de mercado: “Una empresa está ligada a productos dados y que su expansión solo puede referirse a unos mercados determinados” (Pentrose, 1962).

⁴ Casanovas, M. y Bachs, J. “Management” y finanzas de las empresas promotoras - constructoras. Ed. Deusto, Bilbao, 2001, 3era ed., pág. 19-73

1.6.2. Marco conceptual

Población Económicamente Activa (PEA).

Grupo de personas que, dentro de las edades productivas, se encuentran ocupadas o desocupadas; por lo tanto, este grupo se divide en la PEA activa y la PEA inactiva.

Entre las personas activas u ocupadas se ubica a empleadas, subempleadas o desempleadas, así como a quienes trabajan por cuenta propia. Y entre las inactivas se incluye a quienes realizan actividades de estudio o quehaceres domésticos, a los jubilados o pensionistas, y a las personas que están impedidas para trabajar.

El sector de la construcción.

El sector de la Construcción, corresponde a una actividad comercial productiva, constituida tanto por personas naturales como jurídicas, incluyendo las comunidades y las sociedades de hecho, orientadas a la elaboración bienes inmuebles, estando presentes la prestación de servicios de construcción y concesiones viales.

La actividad de la construcción se divide generalmente de forma similar entre la construcción de viviendas, la edificación no residencial y los proyectos de ingeniería civil.

Empleo.

La palabra empleo tiene dos grandes significados. Por un lado, hace referencia a la acción y efecto de emplear. Este verbo significa ocupar a alguien (encargándole un negocio o puesto), gastar dinero en una compra o, simplemente, usar algo. Por otra parte, el termino empleo se utiliza para nombrar una ocupación u oficio. En ese sentido, se lo suele utilizar como sinónimo de trabajo.

Tipos de empresa.

Una empresa puede clasificarse de acuerdo a determinados parámetros

- de acuerdo a la actividad a la que se dedican
- de acuerdo a la participación de estado
- de acuerdo al número de personas que la conforman
- de acuerdo a sus dimensiones
- según el marco jurídico
- microempresa atendiendo a su trabajo
- por su organización

De Acuerdo A La Actividad A La Que Se Dedicar:

- Producción.- Es aquella que transforma la materia prima
- Comercio.- Es aquella especializada en revender el producto sin ninguna transformación.
- Servicio.- Es aquella que hace uso de habilidad personal y entrega un producto de consumo inmediato.

De acuerdo a sus dimensiones:

- Microempresa.- Su capital no supera los \$20000 dólares y no sobrepasa los 10 trabajadores
- Pequeña industria.- Tiene un máximo de 50 trabajadores y \$100000 dólares.
- Mediana industria.- Tiene una máximo de 200 trabajadores y \$300000 dólares.
- Gran industria.- Sobrepasa los 200 trabajadores y los \$500000 dólares

Microempresa Atendiendo a su trabajo

- Microempresa de producción.- es la que transforma los materiales e insumos, en bienes de consumo final, con la venta de su producto.
- Microempresa de comercio.- es aquella que sirve de enlace entre la producción y el consumidor. Compra mercaderías a un precio y vende a un mayor precio.
- Microempresa de servicio.- atiende al cliente, e intenta satisfacer en sus necesidades biológicas, sentimentales, afectivas y similares

1.7. LUGAR ESPACIAL DE UBICACIÓN

La propuesta de “creación de una microempresa de servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas para el sector de la construcción” se desarrollara en el sector Sur de la ciudad de Quito en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Chillogallo.

1.8. HIPOTESIS

La propuesta de creación de una microempresa de servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas permitirá el desarrollo del sector de la construcción en el Sector Sur de la Ciudad de Quito así como la rentabilidad para el inversionista.

1.8.1 Variables de estudio:

-Variable independiente:

- Creación de la empresa

-Variable dependiente:

- Desarrollo del sector de la construcción
- Rentabilidad

- Variables geográficas:

- Región,
- Tamaño de ciudad,
- Densidad,
- Clima.

- Variable demográfica:

- Edad,
- Ingresos,
- Ocupación,
- Educación

- Variables Psicográfica:

- Clase social,
- Estilo de vida,
- Personalidad

- Variable conductual:

- Ocasiones,
- Beneficios,
- Condición de usuario,
- Clasificación de uso,
- Estado de lealtad,
- Etapa de disposición,
- Actitud hacia el producto o servicio

- Mercado competidor:

- Directo: empresas que producen o venden productos similares
- Indirecto: empresas que necesitan de los mismos servicios que el proyecto usara.

- Mercado consumidor: donde se dirigirá la estrategia comercial.

- Sus motivaciones de consumo
- Sus hábitos de compra
- Sus opiniones sobre nuestro producto y los de la competencia
- Su aceptación de precio, preferencias, etc

-El producto o servicio

1.9. METODOLOGIA

Para desarrollar el presente proyecto de “Factibilidad para la creación de un microempresa de servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas para el sector de la construcción” se utilizará el método inductivo, adoptando un estudio de tipo analítico, apoyado a través de recopilación experimental y técnicas demostradas en la investigación.

Las técnicas y métodos empleados para demostrar los objetivos planteados se originan mediante la toma de datos directos, encuestas, entrevistas a los beneficiarios del servicio a ofertarse, utilizando procedimientos analíticos de datos socio-económicos, factibilidad económica, información estadística, etc. valores que facilitará el estudio del proyecto para determinar de forma más práctica las opiniones de las personas en objeto de estudio y así evidenciar la situación real e implementar un modelo de gestión que ayude a resolver esta problemática.

Las encuestas serán realizadas a las personas del sector con el objetivo de conocer estados de opinión o hechos específicos con la finalidad de explorar los problemas básicos que se puedan presentar.

Las entrevistas permitirán obtener información acerca de las necesidades y la manera de satisfacerlas, así como consejo y comprensión por parte del usuario para toda idea o método nuevos.

Por último se utilizará el método de observación directa para poder determinar que se está haciendo, como se está haciendo, quien lo hace, cuánto tiempo toma, dónde se hace y porque se hace.

La observación, se empleará para verificar los resultados de la entrevista.

La recolección de datos, consiste en la recopilación de información; se lleva a cabo por medio de entrevistas, cuestionarios y observación; donde el analista obtiene y desarrolla los sistemas de información logrando sus metas y objetivos.

1.10. TEMARIO

INTRODUCCION

Capítulo I PLAN ANALITICO

- 1.1. Definición del tema
- 1.2. Planteamiento del problema
- 1.3. Formulación y sistematización del problema
- 1.4. Objetivo de la investigación
- 1.5. Justificación del proyecto
- 1.6. Marco de referencia
- 1.7. Justificación espacial de ubicación
- 1.8. Hipótesis de trabajo
- 1.9. Aspectos metodológicos
- 1.10. Temario
- 1.11. Bibliografía
- 1.12. Presupuesto
- 1.13. Cronograma

Capítulo II ANALISIS DE LA SITUACION MICRO Y MACRO AMBIENTE

- 2.1. Análisis del Macro Ambiente
- 2.2. Análisis del Micro Ambiente

Capítulo III ESTUDIO DE MERCADO

- 3.1. Desarrollo del mercado
- 3.2. Situación de mercado
- 3.3. Oferta del servicio
- 3.4. Direccionamiento de Marketing
- 3.5. Calculo del tamaño de la muestra
- 3.6. Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Capítulo IV PROYECTO DE INVERSION

- 4.1 Estudio de Mercado
- 4.2. Estudio Técnico
- 4.3. Estudio Administrativo
- 4.4. Estudio Financiero
- 4.5. Evaluación Financiero

Capítulo V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- 5.1. Conclusiones
- 5.2. Recomendaciones

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

1.11. BIBLIOGRAFIA

- ANZOLA, Sérvulo, Administración de Pequeñas Empresas, 2da edición, 2006.
- PARRA, Ibarra América, El Desafío Legal de la Microempresa Informal, 1era edición, 1997.
- CEPESIU, La Microempresa de los 90 en Ecuador, 2001.
- SAMUELSON, Nordhaus, Macroeconomía, Decimoctava edición, 2002.
- STALEY, Eugene, Industrias Pequeñas para Países en Desarrollo, 1968.
- MENDOZA, Carlos E., Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación, 3era edición.
- BICH, Sorensen, Peter, Introducción a la Macroeconomía Avanzada, Volumen I Crecimiento Económico, 2008.
- <http://www.cambiemosecuador.com/2008/06/los-informales.html>
- ALTENBURG, TILMAN y QUALMANN, Regine, Modernización económica y empleo en América Latina propuestas para un desarrollo incluyente, Santiago de Chile, CEPAL, Marzo de 2001, serie No. 2
- ARRIAGADA, Camilo, Pobreza en América Latina: nuevos escenarios y desafíos de políticas para el hábitat urbano. Santiago de Chile, CEPAL, Octubre de 2000, Serie No.27.

1.12. PRESUPUESTO

NATURALEZA DEL GASTO	DESCRIPCION	COSTO (\$)
1._ BIENES		
1.1._	Copias de consultas	10,00
1.2._	Textos	150,00
1.3._	Suministros de papelería	50,00
SUBTOTAL		210,00
2._ SERVICIOS		
2.1._	Metodología de la investigación - Asesoría	400,00
2.2._	Internet	100,00
2.3._	Movilidad	216,00
2.4._	Empastados	45,00
2.5._	Fotocopias	50,00
2.6._	Otros servicios a terceros	100,00
SUBTOTAL		911,00
RESUMEN:	Bienes	210,00
	Servicios	911,00
TOTAL:		1121,00

1.13. CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA EL DESARROLLO DE TESIS DE GRADO														
ACTIVIDADES	MESES													
	SEPT	OCT		NOV		DIC		ENE		FEB		MAR		ABR
	14-30	01-15	16-30	01-15	16-30	01-15	16-30	01-15	16-30	01-15	16-28	01-15	16-30	01-15
1._ Lineamiento metodológico para elaboración del plan de tesis	X													
2._ Elaboración del plan de tesis	X													
3._ Entrega del plan de tesis		X												
4._ Desarrollo del 50% del plan de tesis		X	X	X										
5._ Revisión del trabajo de tesis y corrección					X									
6._ Presentación del 50% de la tesis						X								
7._ Desarrollo del 50% de la tesis final							X	X						
8._ Revisión del trabajo de tesis y corrección									X					
9._ Presentación del 50% de la tesis final										X	X			
10._ Defensa de la tesis												X	X	X

CAPITULO II

2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO (MACRO AMBIENTE)

2.1.1. EL SECTOR: ESTRUCTURA Y TENDENCIA

En el 2008 el subsector de la construcción alcanzó los \$ 5.260.751 millones y el subsector de alquiler de vivienda llegó a \$ 3.897.717 millones, según el sistema de cuentas nacionales del Banco Central del Ecuador (BCE). Sumados, habrían alcanzado un total de \$ 9.158.468 millones, que representa 17% del PIB total del Ecuador en el 2008 (Tabla N° 1).

TABLA N° 1										
CONSTRUCCIÓN Y ALQUILER DE VIVIENDA: PIB										
	2000	2001	2002	2003 (sd)	2004 (p)	2005 (p)	2006 (pr)	2007 (pr)	2008 (pr)	2009 (proy)
US \$ de 2000 (miles)										
Construcción	1.126.869	1.348.759	1.618.939	1.608.353	1.673.003	1.795.966	1.863.590	1.865.553	2.197.621	2.276.736
Alquiler de vivienda	543.455	558.432	571.879	578.155	632.396	664.571	673.361	682.990	692.388	698.827
Sector	1.670.324	1.907.191	2.190.818	2.186.508	2.305.399	2.460.537	2.536.951	2.548.543	2.890.009	2.975.563
Inflación del sector										
Construcción	7%	23%	2%	6%	21%	8%	19%	9%	7%	3%
Alquiler de vivienda	-48%	46%	68%	43%	23%	8%	18%	6%	7%	7%
Sector	-23%	30%	21%	22%	23%	7%	13%	8%	4%	4%
% del PIB*										
Construcción	7%	8%	8%	7%	8%	8%	9%	9%	10%	11%
Alquiler de vivienda	3%	4%	6%	7%	8%	8%	8%	8%	7%	8%
Sector	10%	2%	14%	15%	17%	17%	17%	17%	17%	19%

Sed= semidefinitivas, p= provisionales, pr=previsiones, proy= proyecciones

*A precios corrientes de cada periodo

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora de Tesis

El PIB del sector de la construcción (construcción más alquiler de vivienda) del 2008 fue 5 veces superior al del 2000, lo que significa que entre esos ocho años tuvo un crecimiento promedio de 23% cada año.

El PIB del sector construcción en el 2008 alcanzó \$ 2.197 millones, y el del alquiler de vivienda \$ 692 millones, con lo que el total del sector llegó a \$ 2.890 millones de dólares.

Esto significa que en conjunto, el sector tuvo un crecimiento real de 13,4% en relación al 2007, muy superior a la cifra oficial de crecimiento global de la economía en 2008, que habría sido de 6,5%.

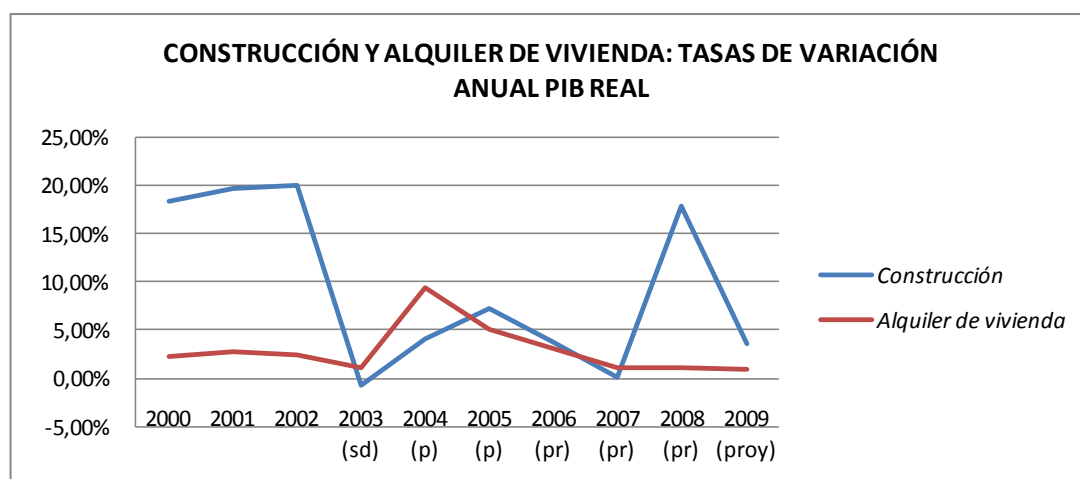
2.1.1.1. Construcción y alquiler de vivienda: Tasas de variación anual PIB real

TABLA N° 2										
Construcción y alquiler de vivienda: Tasas de variación anual PIB real										
	2000	2001	2002	2003 (sd)	2004 (p)	2005 (p)	2006 (pr)	2007 (pr)	2008 (pr)	2009 (proy)
Construcción	18,30%	19,70%	20,00%	-0,70%	4,00%	7,30%	3,80%	0,10%	17,80%	3,60%
Alquiler de vivienda	2,20%	2,80%	2,40%	1,10%	9,40%	5,10%	3,10%	1,10%	1,10%	0,90%

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora de Tesis

GRAFICO N° 1



Si siguiendo las cifras oficiales, en 2008 el sector de la construcción habría tenido una tasa de crecimiento de 17,8% real anual y el de servicios inmobiliarios de 1,3%. Según se puede apreciar en el Gráfico N°1, el crecimiento del sector durante 2008 habría sido notoriamente superior al de 2007.

Este gráfico sugiere que las importantes tasas de crecimiento de los tres primeros años luego de la dolarización no se pudieron mantener a partir de 2003, año en que la construcción marcó un sensible descenso (menos 0,7%) y el crecimiento de los alquileres de vivienda se redujo a 1,1%.

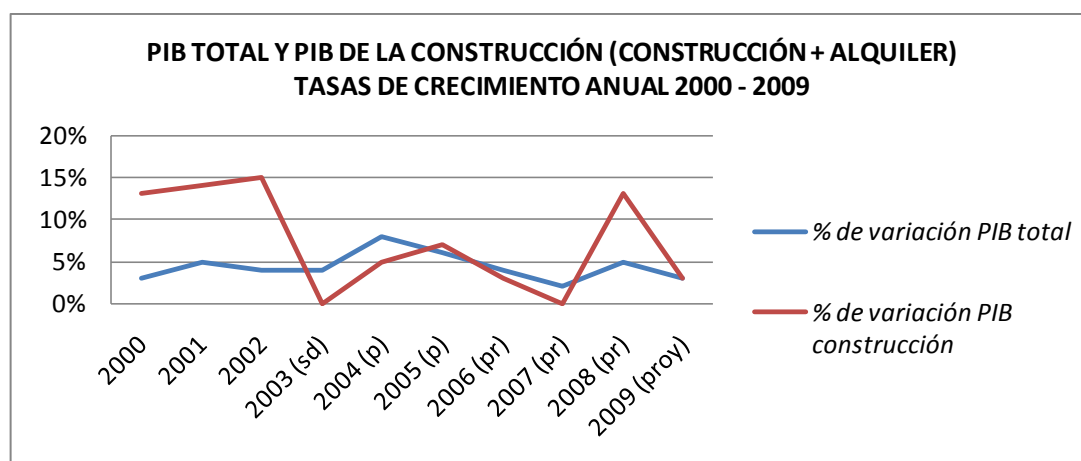
Las altas tasas de crecimiento del sector entre 2001 y 2002, se deben a la construcción del Oleoducto de Crudos Pesados OCP, mientras que en el año 2000 solo se debe considerar el ajuste luego de la severa crisis de 1999.

Pese a los extraordinarios crecimientos de los precios del petróleo en los mercados mundiales, el sector de la construcción mantuvo su participación en el PIB total durante 2008, es decir 17% (Tabla N° 2), lo que implica que se ha convertido en uno de productiva. Pero al mismo tiempo esto también podría significar que las opciones de inversión en otras áreas productivas tienden a estrecharse.

2.1.1.2. PIB total y PIB de la construcción (construcción + alquiler) tasas de crecimiento anual, 2000 – 2009

TABLA N° 3										
PIB total y PIB de la construcción (construcción + alquiler)										
Tasas de crecimiento anual 2000 – 2009										
	2000	2001	2002	2003 (sd)	2004 (p)	2005 (p)	2006 (pr)	2007 (pr)	2008 (pr)	2009 (proy)
% de variación PIB total	3%	5%	4%	4%	8%	6%	4%	2%	5%	3%
% de variación PIB construcción	13%	14%	15%	0%	5%	7%	3%	0%	13%	3%

Fuente: BCE
Elaborado por: Autora de Tesis



En 2008, el sector de la construcción fue uno de los principales motores de la economía ecuatoriana, con un crecimiento real de 13%, mientras que el PIB total creció al 5%.

El crecimiento del sector de la construcción durante 2008 es más relevante si se considera el recrudecimiento de las presiones inflacionarias en los mercados mundiales, que encarecieron el hierro, cobre, acabados y otros insumos demandados del exterior.

Para el 2009 el BCE estima que el crecimiento del subsector de la construcción será de 3.6% y el alquiler de vivienda de 0.9% (Tabla N° 2). En ambos casos, las tasas reales de crecimiento serían coherentes al movimiento esperado para el PIB total, de 3.1%. En el caso del subsector de la construcción, estas expectativas se basan en la agresiva política de inversión pública del gobierno nacional que está empeñando sus esfuerzos en la ejecución de obras públicas para cumplir con los objetivos sociales, en la consecución de proyectos eléctricos rezagados y la reconstrucción de la infraestructura vial.

En cambio, la actividad privada de construcción de vivienda experimenta una contracción significativa, debido a las condiciones generales de los mercados financieros, en especial el control de las tasas de interés, el manejo de la información crediticia, la incertidumbre alrededor de las políticas de Gobierno y las variaciones generales de precios no parecen apoyar la expansión de la demanda de vivienda.

2.1.1.3. Índices de precios de materiales, equipo y maquinaria de la construcción base abril/12 2000=100.00

A diferencia de lo ocurrido en años anteriores, en 2008 los más significativos incrementos de precios de insumos para la construcción no solo ocurrieron en las importaciones de hierro, cobre, materiales pétreos o materiales cerámicos, sino en insumos producidos en el país, como ladrillos de arcilla y tubos de hormigón simple y sus accesorios (afectados por la fuerte temporada invernal), parquet, aditivos y emulsiones asfálticas (Tabla N° 4).

TABLA N° 4		
INDICES DE PRECIOS DE MATERIALES, EQUIPO Y MAQUINARIA DE LA CONSTRUCCION		
BASE ABRIL/12 2000=100.00		
2008		
MATERIALES QUE MAS SUBIERON		
MATERIALES	NIVEL	VAR MENSUAL
Emulsiones asfálticas	Nac.	7,54
Parquet	Nac.	4,35
Tubos de hormigón simple y accesorios	Cañar	4,04
Productos para juntas y tapa juntas	Nac.	3,96
Adoquines de hormigón	Loja	3,34
Aditivos para hormigones asfálticos	Nac.	2,75
Vehículos para transporte liviano	Nac.	2,34
Tubos de hormigón simple y accesorios	Azuay	2,3
Ladrillos comunes de arcilla	Guayas	1,91
Ladrillos comunes de arcilla	Cañar	1,12
MATERIALES QUE MAS BAJARON		
MATERIALES	NIVEL	VAR MENSUAL
Alambre de metal	Nac.	-8,32
Productos metálicos Estruc. Electro soldadas	Nac.	-8,42
Mallas diversas (tumbados)	Nac.	-8,43
Laminas y planchas Galv. Pre pintadas	Nac.	-8,46
Alambres y cables para Inst. Telef. Ext.	Nac.	-10,77
Acero en barras	Nac.	-10,99
Cables de metal fu= 16500 kg/cm ²	Nac.	-14,67
Combustibles (Precios Internacionales)	Nac.	-17,8
Perfiles estructurales de acero	Nac.	-21,62
Combustibles (Precios Internacionales) (mezcla)	Nac.	-23,05

Fuente: INEC

Los altos precios de los materiales para la construcción incidieron en la subida inflacionaria de este sector; uno de los factores que impulsa el aumento de los costos es el incremento de los precios de la materia prima importada, el hierro es el que más se encareció en el último mes. Según el INEC, la variación del precio de este producto fue del 30%.

Desde octubre pasado hasta julio del 2008, el precio del hierro en el exterior se incrementó en un 122%, es decir, la tonelada pasó de USD 545 a USD 1 200. Así lo señalan los directivos de las empresas distribuidoras de hierro.

La alta demanda de esta materia prima en la India y China, este último país por las Olimpiadas y la rehabilitación de ciudades azotadas por los fenómenos naturales, disparó el precio de las materias primas.

Pero a más del hierro, los costos de los ladrillos presentan un notable incremento en Chimborazo y Carchi, también están los ductos, alambres y alcantarillas.

Pese a que este año se estimaba que el monto de las importaciones de los materiales de construcción aumentaría significativamente, en la realidad decreció en al menos un 11,24%.

Entre enero y junio del 2007, el país importó USD 192,59 millones, mientras que este año las compras al exterior alcanzaron USD 170,93 millones.

La caída de las importaciones se debe a que hay una reserva de materiales de construcción en el país. El incremento de los precios obligó a que las empresas realicen adquisiciones por adelantado y así evitar un mayor impacto de precios.

Eso permite que el precio del hierro se estabilice. Desde junio anterior, el quintal de este producto se ubicó en USD 75,33.

Incluso, entre las empresas encargadas de la distribución se prevé estabilidad del precio hasta diciembre. “Las Olimpiadas ya no demandan otras obras, a escala mundial, y las vacaciones frenan el mercado interno”.

Pero mientras el sector público sigue creciendo, el sector privado, entendiéndolo como el área inmobiliaria, se ha afectado. Hasta ahora no se logra cuantificar el impacto de las construcciones privadas en las áreas turística, educativa y de salud.

2.1.1.1.3. Variación de los costos

Según el INEC, los costos de la construcción en vivienda multifamiliar se incrementaron en el 2,68% entre junio y julio pasados. Por ello, los constructores ajustaron los precios en más del 8%.

Las casas que a inicios de año se comercializaban en USD 62 500, a junio anterior se avaluaron en USD 71 000, un ajuste del 13,6%.

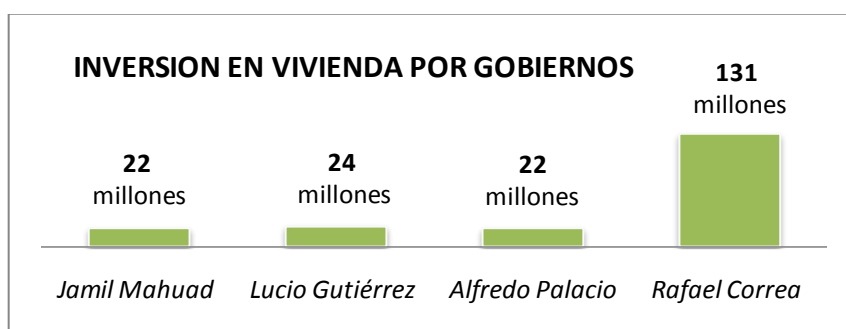
La Cámara de la Construcción prevé que la demanda de materiales de la construcción aumentará en el resto del año, pues se ejecutará la obra vial y los préstamos hipotecarios del IESS motivarán la demanda inmobiliaria.

2.1.1.4. Cifras comparativas de vivienda

La Revolución Ciudadana alcanza cifras históricas de atención en vivienda a sectores vulnerables de la población ecuatoriana.

Mientras en el gobierno de Lucio Gutiérrez la inversión en vivienda fue de 24 millones de dólares y en el de Alfredo Palacio de 22 millones; la actual administración –con una diferencia abismal- alcanza la cifra de 496,3 millones invertidos en generar condiciones de vida dignas.

GRAFICO N° 3



Fuente: Presidencia de la República del Ecuador
Elaborado por: Autora de Tesis

Las reformas que marcaron a régimen⁵

El primer periodo del Gobierno de Rafael Correa se caracterizó por ser fuente de altos ingresos para el Estado. En el 2007 se incorporaron al presupuesto 1.300 millones de dólares, correspondientes a los fondos petroleros y 2.500 millones se obtuvieron entre 2007 y 2008 como ingreso extraordinario por el incremento en el precio del petróleo.

En total, el Gobierno Central (sin considerar los organismos autónomos y las empresas públicas) tuvo recursos por aproximadamente 24,400 millones hasta marzo de 2009, esto es alrededor del 50% del PIB, ingresos por encima de lo obtenido por cualquier otro gobierno en la historia del Ecuador.

El gobierno de la Revolución Ciudadana logró concretar algunas de sus promesas de campaña, como dar una asignación de recursos al sector social o dejar atrás un Tratado de Libre Comercio (TLC) con EE.UU. y no renovar el convenio de uso de la Base de Manta con esa nación.

- Sector social

Hubo recursos para lo social

El sector social captó la mayor parte del presupuesto devengado en el 2008. Ejecutó \$ 3.891,5 millones, es decir, \$ 1.195,8 millones más que el 2007.

- Obras públicas

Impulsó infraestructura vial

Más de 160 proyectos de construcción, reconstrucción, mantenimiento y mejoramiento vial en 23 provincias. La infraestructura ha sido uno de los puntales de la gestión del régimen.

⁵ <http://www.cedatos.com.ec/contenido.asp?id=174>

-Tributos ⁶

La recaudación tuvo mejoría

Las recaudaciones tributarias en este Gobierno se ha convertido en una de las mayores fuentes de ingresos, ampliando controles y sanciones : el 54% mas de ingresos entre el 2007 y 2009, en comparación con los tres años anteriores al pasar de \$ 11.715 millones a \$18.031 millones. Se esta recaudando mas y controlando la evasión. Ante la caída de los ingresos petroleros, los tributos son la primera fuente para el Estado.

Un reporte del Banco Central muestra el 7% más de ingresos por el Impuesto a la Renta en el 2009. El SRI establece que ese tributo representa ahora el 39%, frente al 26% del gobierno de Gustavo Noboa, el 28% del de Lucio Gutiérrez y el 31% del de Alfredo Palacio.

El Banco Central atribuye el alza al incremento de las retenciones en la fuente. También hay más recaudación por el aumento de la tarifa del impuesto a la salida de divisas y a la eliminación de exoneraciones, y por el nuevo impuesto a los activos en el exterior.

GRAFICO N° 4



Fuente: El Universo

⁶ <http://www.eluniverso.com/2009/08/09/1/1355/79A2D14E4B314FEDA74944CE1B39BFF5.html>

Llegando a la conclusión de que se ha mejorado la calidad de vida en vivienda, escrituras y bonos de titulación a 135.393 familias ecuatorianas.

TABLA N° 5		
INVERSION EN VIVIENDA		
GOBIERNO	ACTIVIDADES	TOTAL
Rafael Correa	Bonos pagados para viviendas nuevas (rural y urbana)	98.711
	Bonos pagados para mejoramiento de vivienda (rural y urbana)	20.147
	Escrituras de terrenos entregados de vivienda en 2008	4369
	Bonos entregados en titulación en 2008	12.166

Fuente: Presidencia de la República del Ecuador
Elaborado por: Autora de Tesis

2.1.1.5. Financiamiento

La información del INEC establece que en el 2007 (último año disponible) el financiamiento de vivienda ascendió a \$ 1.888 millones, de los cuales el 94% se originó en fondos propios y solo el 6% en crédito (Tabla N° 6).

TABLA N° 6					
Origen del Financiamiento de la construcción de vivienda, 2000 - 2007*					
Año	Propio		Crédito		Total
	Valor	%	Valor	%	
2000	54.773.155	95	3.102.422	5	57.875.577
2001	64.488.349	97	2.267.163	3	66.755.512
2002	528.551.788	97	14.320.197	3	542.871.985
2003	724.300.788	98	17.198.627	2	741.499.415
2004	921.773.310	93	64.273.934	7	986.047.244
2005	878.405.901	96	39.544.323	4	917.950.224
2006	1.225.615.970	97	33.874.821	3	1.259.490.791
2007	1.781.698.787	94	106.381.701	6	1.888.080.488

Fuente: BCE
Elaborado por: Autora de Tesis

La cartera del sistema financiero privado destinada a vivienda ha crecido desde el 2002 de 8,1% a 14,4% en el 2009.

TABLA N° 7					
Cartera bruta total del sistema bancario, 2002 - ene 2008					
como porcentaje del total					
	Comerciales	Consumo	Vivienda	Microempresa	Total*
Dic-02	61,7	28,4	8,1	1,9	3.047
Dic-03	63,4	24,9	8,7	3	3.339
Dic-04	58	26,6	10,7	4,7	4.260
Dic-05	54,3	28	11,2	6,5	5.435
Dic-06	52,2	29,1	11,5	7,2	6.790
Dic-07	48,69	29,8	13,5	8	7.571
Dic-08	48,5	29,2	13,6	8,7	9.635
Mar-09	47,1	30,1	14,4	8,4	9.216

*Millones de US \$

Fuente: Superintendencia de Bancos

Elaborado por: Autora de Tesis

En cuanto a la construcción de vivienda residencial, el Estado impulso la actividad mediante planes populares de vivienda, el bono de la vivienda y el aporte del IESS a través de los préstamos hipotecarios

En este sentido, el impulso del Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda (MIDUVI) fue históricamente débil, no obstante, desde el 2007 el cambio de estrategia implicó importantes incrementos en su presupuesto, tal es que la entidad destinó bonos \$ 166 millones y a Septiembre del 2008 colocó \$ 216,8 millones, como impulso a las diferentes fases de construcción residencial.

Otra fuente importante de financiamiento para la vivienda es el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS), que ha reiniciado sus programas de crédito hipotecario, en el afán de contribuir con sus recursos a dinamizar la construcción y, al mismo

tiempo, colocar su cartera en rubros productivos que le generen mejores rendimientos que los obtenidos por sus depósitos en el BCE.

En esta ocasión, los afiliados del IESS podrán acceder a préstamos para ampliar, remodelar y construir su vivienda. El monto mínimo fijado para estos préstamos es de 10 mil dólares y no se establecen montos máximos. Sin embargo, quienes deseen acceder a un inmueble que supere los 70 mil dólares, deberán aportar el 20 por ciento de su valor, y en el caso de montos menores, el Instituto desembolsará el 100 por ciento del costo del inmueble.

Con estas reformas, habrá un número mayor de afiliados que podrán beneficiarse de estos créditos, pues quienes ganan 200 dólares podrán calificar y sus cuotas serán de un máximo de \$ 80 mensuales.

Los requisitos son: un mínimo 36 aportaciones (3 años); las 12 últimas deberán ser continuas. Antes la base era de 60 aportaciones (5 años). No tener otros créditos hipotecarios con el IESS ni estar registrado en la Central de Riesgos de la Superintendencia de Bancos en categoría D o E.

2.2. LAS EMPRESAS ECUATORIANAS Y SU PARTICIPACION EN EL SECTOR DE LA CONSTRUCCION

2.2.1. Incremento sustancial de las empresas del sector de la construcción debido a la gran obra pública ⁷

TABLA N° 8				
MAYORES EMPRESAS DEL ECUADOR				
SECTOR CONSTRUCCION				
POS. 2007	COMPAÑÍA	VENTAS 2007	VENTAS 2008	VARIACION %
N.D.	COSNTRUMERCADO	476,03	438,55	-8
2	HOLCIM ECUADOR	324,63	338,98	4
3	ACERIA DEL ECUADOR (ADELCA)	155,72	280,9	80
4	ANDEC	140,3	205,52	46
N.D.	IMPORTADORA INDUSTRIAL AGRICOLA IIASA	119,6	198,04	66
9	NOVACERO	94,9	182,13	92
8	IPAC	97,86	178,07	82
5	HIDALGO E HIDALGO	109,23	153,29	40
6	IDEAL ALAMBREC	105,65	153,11	45
11	COMERCIAL KIWI	70,03	104,5	49
10	LAFARGE CEMENTOS	84,89	102,11	20
7	CONSTRUCTORA NORBERTO ODEBRECHT	104,85	98,95	-6
12	DIPAC MANTA	68,33	83,89	23
22	HERDOIZA CRESPO CONSTRUCTORES	40,14	80,45	100
13	PRODUCTOS METALURGICOS (PROMESA)	60,62	74,7	23
16	EDIMCA	47,9	59,32	24
15	PINTURAS CONDOR	51,59	58,89	14
14	GRAIMAN	52,23	56,2	8
N.D.	COMPAÑÍA VEDU	25,3	54,98	117
19	COMPAÑÍA FERREMUNDO	42,7	53,06	24
N.D.	DITECA	12,66	51,43	306
21	EDESA	42,05	49,82	18
17	FOPECA	46,07	46,09	-1
18	TRECX	43,95	45,46	3
23	F.V.- AREA ANDINA	39,64	45,19	14
	TOTAL 25 EMPRESAS	2457,27	3193,63	30
	TOTAL SECTOR	3286	4220,09	28,43

⁷ "500 Empresas más grandes del país", *Vistazo*, No. 1010, Septiembre 24, 2009,

Si bien las empresas productoras de cemento no han registrado incrementos sustanciales, han tenido un desempeño estable.

Holcim (2), por ejemplo, despachó más de tres millones de toneladas de cemento, un incremento de ocho por ciento más de lo que produjo en el 2007; mientras que Lafarge Cementos (11) logró un incremento de 20 por ciento en sus ventas. A inicios del año pasado aumentó su capacidad de producción de clinker, la materia prima para hacer cemento, a un millón de toneladas por año. Esto es parte del proyecto de ampliación de la producción de cemento que culminó a inicios de este año y que le permite a la empresa generar más de 1,6 millones de toneladas del producto al año.

Y es que la obra pública del Gobierno fue otra de las razones por las que el sector registró un incremento sustancial en su facturación. Empresas vinculadas a obras gubernamentales registran un aumento en sus ventas, es el caso de Herdoíza Crespo Construcciones (14), una de las principales edificadoras del Proyecto Hidroeléctrico Mazar, y la Compañía Verdu (19), que durante la emergencia vial le fue adjudicada por el Ministerio de Obras Públicas la construcción de la carretera Santa Elena-Bahía de Caráquez, La Puntilla-La Aurora y Cumbe-Loja, que le representó un incremento de 117 por ciento en sus ventas.

Otras empresas proveedoras de equipos para construcción, específicamente retroexcavadoras y maquinaria pesada como Importadora Industrial Agrícola IIASA (5), Diteca (21) y Automekano (32), distribuyen maquinarias a varias constructoras como Hidalgo e Hidalgo (8) y Foepca (23). En conjunto el incremento de estas tres supera el 90 por ciento.

Automekano es la representante exclusiva de la marca de retroexcavadoras inglesas JCB, de la marca Nissan Diesel y de la japonesa para el tratamiento del asfalto Leeboy Rosco.

Sin embargo, la crisis económica mundial afecta a las empresas ecuatorianas. Así lo registra Edesa (22), debido "a que la construcción es justamente el origen de la crisis americana y nosotros somos exportadores a Estados Unidos de nuestros productos, igualmente tenemos otro mercado importante como Centroamérica que también está afectada porque ellos venden sus productos a Estados Unidos y son receptores de remesas".

2.1.2.2. Análisis del sector externo

2.1.2.2.1. Importaciones de hierro, 2005-2008

En el 2008, las importaciones de planchas, barras y perfiles de hierro, importantes insumos para la industria de la construcción, tuvieron un incremento de 30% con respecto al 2007. Según la Empresa de Manifiestos, en el 2008 se importaron 1.008.623.629 millones de toneladas (Tabla N° 9).

TABLA N° 9							
Importaciones de hierro, 2005-2008							
	Planchas		Barras		Perfiles		Total
	Toneladas	% del total	Toneladas	% del total	Toneladas	% del total	Kilogramos
2005	242.291972	43%	306108.999	54%	19.622.879	3%	568.023.850
2006	373.624.230	47%	401.023.161	50%	22.597.376	3%	797.244.767
2007	351.632.879	46%	395.218.374	51%	25.890.295	3%	772.741.548
2008	496.176.472	49%	487.309.126	48%	25.138.031	2%	1.008.623.629

Fuente: Empresa de Manifiestos

El auge de la economía china cambió la dinámica del mercado internacional de insumos de la construcción. Los chinos tienen la industria siderúrgica más grande del planeta, pero el crecimiento de la demanda interna de hierro y acero sobrepasó la producción, obligando a las autoridades chinas a reducir las exportaciones en 20% e incrementar la oferta importada en 10% (se avizora llegará a 540 millones de toneladas métricas anuales).

En Ecuador, esto ha incidido en el índice de precios de la construcción, que a diciembre del 2008 tuvo una variación anual de 12,39%. Desde finales del 2007, la inflación ralentizó las inversiones privadas, lo que afecta al rezago estructural de la oferta de vivienda, a esto se suma la incertidumbre causada por los cambios estructurales que plantea el Gobierno, todo lo cual perfila un período de estancamiento, al menos en lo que corresponde a las actividades privadas.

El incremento en la facturación de las empresas procesadoras de hierro marca la tendencia en el sector de la construcción, que crece en cerca del 30 por ciento.⁸

Uno de los principales protagonistas del crecimiento dado en el rubro de construcción en el 2008 es Adelca, que con su nueva planta recicladora de chatarra ferrosa obtiene la materia prima necesaria para la comercialización de acero, que el año anterior les generó un incremento de 80 por ciento en sus ventas.

En esta planta Adelca invirtió entre 70 y 80 millones de dólares para incrementar su capacidad de producción a 270 mil toneladas de acero al año.

Uno de los puntos importantes de la empresa es el proceso de recolección de chatarra, mediante el cual diariamente recogen latas, cocinas, tuberías obsoletas. Con el Gobierno mantienen un plan de renovación del parque automotor en donde a través de la Corporación

En esta planta Adelca invirtió entre 70 y 80 millones de dólares para incrementar su capacidad de producción a 270 mil toneladas de acero al año.

Financiera Nacional (CFN) los transportistas públicos entregan sus vehículos y Adelca los recibe como chatarra y los procesa. El Estado le da a ese transportista un bono y la CFN le brinda un préstamo para renovar su vehículo, en el denominado Plan Renova, del Gobierno.

El incremento en sus ventas se debe también al aumento en el precio internacional del hierro. La demanda que empezó a experimentarse desde China, y parte de Sudáfrica generó un aumento en sus costos en todo el mundo durante los tres primeros trimestres de 2008. Esto sumado a la obra pública provoca que las empresas procesadoras de acero incrementen sus ventas, como Andec (4), Novacero (6), IPAC (7).

⁸ "500 Empresas mas grandes del país", *Vistazo*, No. 1010, Septiembre 24, 2009,

2.1.2.3. Intervención de gobiernos seccionales en el sector de la construcción

TABLA N° 10			
Presupuesto de inversiones de los municipios de Quito, Guayaquil y Cuenca, 2008 -2009			
	Quito	Guayaquil	Cuenca
Gastos Presupuestados 2008 (ejecutado)	307.441.368	371.671.496	121.063.590
Gasto Inversión 2008 (ejecutado)	226.391.602	219.502.101	85.295.554
% de participación Inversión/ Presupuesto Total, año 2008	74%	59%	70%
Gastos Presupuestados 2009	504.221.198	490.855.000	154.330.173
Gasto Inversión 2009	435.336.509	322.473.320	102.517.843
% de participación Inversión/ Presupuesto Total, año 2009	86%	66%	66%

Fuente: Municipios de Quito, Guayaquil y Cuenca
Elaborado por: Autora de Tesis

Un factor importante para expandir el sector de la construcción podría constituir las actividades de los municipios pues, los dos principales municipios del país, Quito y Guayaquil, han considerado para el 2009 sustanciales expansiones de sus gastos de inversión (que tienen como un rubro muy importante la construcción), que para estas dos jurisdicciones sumarían \$ 757 millones.

2.1.3. POLITICAS ESTATALES DE APOYO AL SECTOR DE LA CONSTRUCCION

2.3.1. Reactivación de la construcción

TABLA N° 11	
REACTIVACION DE LA CONSTRUCCION	
Al Banco del Pacífico para crédito hipotecario Tasa subsidiada a 12 años plazo	200 millones
BEV para financiamiento de constructores y compra de cartera	200 millones
Bonos de 5000 USD par a Vivienda, hasta a 60,000 USD. Hasta junio 2010	200 millones
TOTAL	600 millones

Fuente: Presidencia de la República del Ecuador
Elaborado por: Autora de Tesis

El Gobierno destinará alrededor de 2.600 millones de dólares del Banco Central del Ecuador (BCE) a la reactivación de la economía y a la generación de empleo, tras hacerse público que el desempleo alcanza el 9,1%.

Los recursos serán inyectados a sectores generadores de empleo, especialmente al de vivienda. Para ese segmento se cuenta con 600 millones, de los cuales 200 irán al Banco del Pacífico para créditos hipotecarios con un interés del 5%, a 12 años plazo.

Una cifra similar irá al Banco Ecuatoriano de la Vivienda (BEV), para financiar proyectos de constructoras y, 200 millones de dólares adicionales para bonos de vivienda.

En este caso, a las familias que adquieran sus casas de hasta 60 mil dólares, el Estado les entregará bonos de hasta 5.000 dólares. Es decir, que esta vez, el régimen ha considerado vivienda para la clase media.

Este programa durará hasta julio del 2010.

Otra parte de los recursos, que ascienden a 475 millones, irá a la banca pública. Así el Banco del Estado (BEDE) recibirá 110 millones orientados a financiar obras de los gobiernos locales.

Otros 130 millones, irán a la CFN para refinanciar la cartera a mayor plazo y menor tasa para beneficiar a las empresas endeudadas.

Mientras que al BNF irán 205 millones para líneas de crédito y 20 millones para microcréditos y finanzas populares. (LCF)

2.1.3.2. Reajuste de salarios mínimos legales, construcción y servicios técnicos y arquitectónicos

El ministro de Trabajo, Antonio Gagliardo, emitió el acuerdo 219 oficializando el aumento de 18 dólares al salario básico unificado que desde el 1 de enero de 2009 pasará a 218 dólares mensuales, conforme anticipó el presidente Rafael Correa haciendo referencia a un aumento del 9 por ciento de la inflación anual.

A trabajadores en general, pequeña industria, agrícolas y maquila se fija la remuneración mínima en 218 dólares mensuales; artesanos y microempresa en 185 dólares; y, trabajadores del servicio doméstico en 200 dólares mensuales. Estos últimos tienen un aumento de 30 dólares

La Tabla N° 12 presenta en detalle los nuevos costos laborales vigentes para el 2009, de acuerdo a las tablas salariales aprobadas por la Contraloría General del Estado.

TABLA N° 12						
Reajuste de salarios mínimos legales, construcción y servicios técnicos y arquitectónicos						
Enero de 2008						
	Sueldo Unif.	Aporte Patronal	Fondo reserva	Total Mensual	Jornal Real	Costo hora
Remuneración básica mínima	218					
Primera categoría						
Peón	218	317,84	218	298,99	15,48	1,93
Segunda categoría						
Guardián	218	317,84	218	298,99	15,48	1,93
Ayudante de: albañil, carpintero, encofrador, plomero, electricista	218	317,84	218	298,99	15,48	1,93
Tercera categoría						
Albañil, pintor, carpintero, encofrador, plomero, electricista, mampostería, enlucidor	218	317,84	218	298,99	15,48	1,93
Cuarta categoría						
Maestro soldador especializado	218	317,84	218	298,99	15,48	1,93
Maestro electricista especializado						
Maestro de obra						
Maestro plomero						
Quinta categoría						
Maestro electrónico especializado	218	317,84	218	298,99	15,48	1,93
Inspector de obra						
Maestro de estructura mayor SECAP						
Técnico construcciones de Universidad Popular						

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora de Tesis

2.4. PRINCIPALES FUENTES DE FINANCIAMIENTO DIRIGIDAS AL SECTOR DE LA CONSTRUCCION

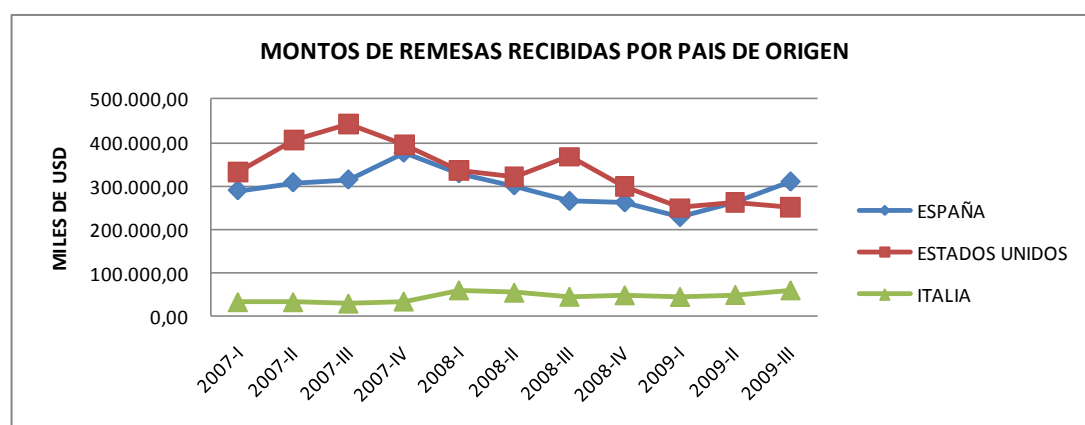
2.1.4.1. Las remesas de los migrantes ecuatorianos

El flujo de remesas familiares que ingresó al país durante el tercer trimestre del 2009, ascendió a USD 655.8 millones, valor que representó un aumento de 7.6% con respecto al segundo trimestre del 2009 (USD 609.7) y una disminución de 7.2% con relación al tercer trimestre del 2008 (USD 706.6 millones), dicho flujo obedeció a 1.8 millones de giros que los emigrantes ecuatorianos realizaran desde el resto del mundo (aproximadamente 140 países), con un promedio trimestral de USD 371 por envío.

2.1.4.2. Remesas recibidas por país de origen de procedencia

TABLA N° 13			
MONTOS DE REMESAS RECIBIDAS EN MILES DE USD POR PAIS DE ORIGEN			
TRIMESTRE	PAIS		
	ESPAÑA	ESTADOS UNIDOS	ITALIA
2007-I	289.951,10	332.847,10	33.523,10
2007-II	307.753,10	405.690,70	33.444,30
2007-III	314.319,90	441.826,10	30.223,50
2007-IV	375.401,90	393.625,90	34.990,50
2008-I	328.666,30	335.062,00	60.699,30
2008-II	301.004,00	320.632,90	55.218,70
2008-III	265.518,70	367.444,70	45.957,50
2008-IV	262.292,20	298.489,80	49.271,00
2009-I	228.824,50	249.958,00	45.442,70
2009-II	262.843,00	263.606,10	50.067,70
2009-III	309.668,50	251.152,80	60.635,30

Fuente: BCE
Elaborado por: Autora de Tesis



El segundo origen de las remesas se constituye los Estados Unidos con 38.3% (USD 251.2 millones), Italia con el 9.2% (USD 60.6 millones) y la diferencia de 5.2% (USD 34.3 millones) es enviado desde el resto del mundo.

El incremento de las remesas presentado en el tercer trimestre del 2009, con relación al segundo trimestre del mismo año, obedece, según fuentes oficiales, en parte a que la economía de los Estados Unidos después de cuatro trimestres consecutivos de caída volvió a crecer en el tercer trimestre del 2009, a un ritmo de 3,5%, estimulada por el consumo final de hogares e inyección de medio circulante al sector público.

Según Christina Romer, presidenta del Consejo de Asesores Económicos de la Casa Blanca, el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB) es una señal alentadora para la economía de EEUU. Desde que comenzó la recesión en diciembre del 2007, el gobierno de Estados Unidos y la Reserva Federal han volcado cientos de miles de millones de dólares para impedir un colapso del sistema financiero y reactivar la economía, a través de la implementación del plan de estímulo económico que se puso en marcha. Igualmente, el índice de desempleo está muy cerca del 10 por ciento en el ámbito nacional, y el sector de la vivienda tuvo entre julio y septiembre del 2009 su primer incremento desde finales del 2005. La inversión residencial fija aumentó un 23,4%, el mayor crecimiento desde 1986.

Según el Instituto Nacional de Estadística (INE) de España, la economía española ha moderado su caída en el tercer trimestre del año, periodo en el que retrocedió el 0,3% en comparación con el segundo, lo que situó en el 4.0% el descenso de la tasa interanual.

Así, la contracción de la economía en el tercer trimestre de este año, del 0,3%, es ocho décimas inferior a la registrada en el segundo trimestre cuando cayó el 1,1%.

El retroceso intertrimestral de tres décimas es el menor desde que España entró en recesión. Aunque el dato al tercer trimestre podría confirmar la tendencia a la moderación, sin embargo, no se descartaría un empeoramiento debido, entre otras cosas, al efecto que puede tener el fin de las obras de los Planes del Gobierno español.

Finalmente, la gravedad de la recesión española ha puesto en evidencia que el empleo estaría destruyéndose a un ritmo del 7%.

Durante el tercer trimestre del 2009, y a pesar de la profunda crisis por la que viene atravesando España, este país se ha constituido como el primer país de origen de las remesas, con el 47.2% (USD 309.7 millones). Las remesas provenientes de España, se incrementaron en el 17.8% con relación al II Trimestre del 2009; esta variación en parte se explica por la apreciación del Euro con relación al dólar, cuyo tipo de cambio se ubicó en 1.3607 dólares por Euro, promedio del II Trimestre del 2009, versus 1.4321 dólares por Euro, promedio del III Trimestre del 2009.

Por otra parte, el número de transacciones que se efectuaron en los trimestres antes señalados, provenientes de España, fueron de 647.165 en el II Trimestre de 2009, y 518.168 en el III Trimestre de 2009, respectivamente.

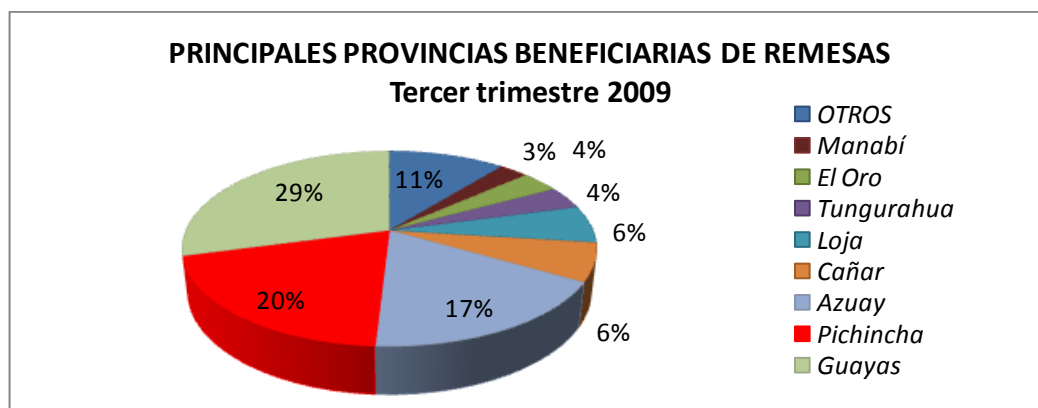
2.1.4.3. Principales provincias beneficiarias de remesas Tercer trimestre 2009

Las provincias de Guayas (USD 189.1 millones), Pichincha (USD 129.2 millones) y Azuay (USD 113.7 millones) continúan presentando una alta concentración de remesas frente a las demás provincias del país, pues, durante el tercer trimestre de 2009, recibieron un flujo de USD 470.3 millones, equivalente al 65.9%, lo que representa aproximadamente las dos terceras partes del total de remesas recibidas en el país.

TABLA N° 14	
PRINCIPALES PROVINCIAS BENEFICIARIAS DE REMESAS	
Tercer Trimestre 2009	
Millones de USD Dólares	
Otros	70,3
Manabí	17,2
El Oro	23,2
Tungurahua	24,5
Loja	40
Cañar	41,2
Azuay	113,7
Pichincha	129,2
Guayas	189,1

Fuente: BCE
Elaborado por: Autora de Tesis

GRAFICO N° 6

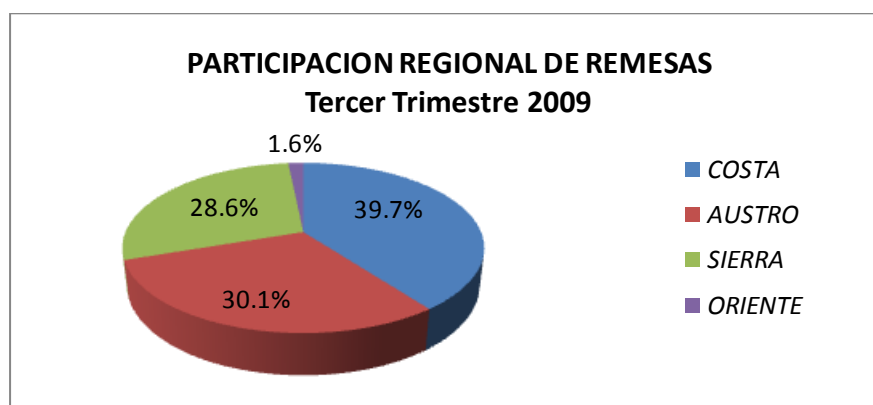


Igualmente, las ciudades que mayores flujos de remesas recibieron durante el tercer trimestre del 2009 fueron: Guayaquil (USD 166.6 millones), Quito (USD 127.1 millones) y Cuenca (USD 90.2 millones), que suman USD 383.9 millones, que representan el 58.5% del total de remesas recibidas.

Durante el tercer trimestre del 2009, la distribución regional de los flujos de remesas continúa observando que la Costa ecuatoriana es la que registra una mayor participación con el 39.7%, seguida por el Austro con el 30.1%, la Sierra Centro Norte 28.6% y la Región Amazónica con el 1.6 %. La Región Insular de Galápagos igualmente recibe remesas cuya participación es muy marginal.

2.1.4.3.1. Participación regional de remesas

GRAFICO N° 7



El flujo de remesas familiares presentado en el tercer trimestre del 2009 fue pagado en efectivo y/o con acreditación a cuenta por el sector bancario en 42.8.0% (USD 280.9 millones) derivado de 671.332 giros, las cooperativas de ahorro y crédito y las asociaciones mutualistas por su parte participaron con acreditación a cuentas de ahorro en 1.7% (USD 11.3 millones) al atender 29.004 giros, y las empresas courier lo hicieron en el 55.5% (USD 363.6 millones) al pagar 1.066.757 envíos, con acreditación a cuentas corrientes y de ahorros a través de las entidades financieras corresponsales y/o pago en efectivo realizadas en sus oficinas propias.

Con base a la investigación de campo realizada por técnicos del Banco Central del Ecuador, durante el tercer trimestre de 2009, se evidenció que en el territorio nacional, existen varias cooperativas de ahorro y crédito reguladas por el Ministerio de Inclusión Económica y Social que se encuentran atendiendo el pago de remesas en efectivo o con acreditación a cuentas de ahorro, por mandato de las empresas courier e instituciones financieras donde estas no cuentan con presencia física.

Igualmente, permitió observar la presencia de ciudadanos extranjeros de diferentes nacionalidades (colombianos, peruanos, bolivianos, chinos, cubanos, venezolanos, uruguayos, etc) que se encuentran trabajando en el país, especialmente en los sectores de servicios, construcción, comercio, minería, etc. En efecto, durante el tercer trimestre del 2009, remitieron USD 20.1 millones, valor que significó un incremento de 24.8% con respecto al segundo trimestre del 2009 (USD 16.1 millones) y un aumento de 16.1% con relación al tercer trimestre del 2008 (USD 17.3 millones).

2.1.4.4. Comportamiento de las remesas a largo plazo

Según las previsiones del Banco Mundial (BM) (julio 2009), las naciones en desarrollo registrarán en el presente año en el mejor de los casos un descenso del 7.3% en el volumen de remesas, que ascendió el año pasado a 328.000 millones de dólares, y en el peor escenario experimentarán una caída del 10.1%.

En el caso de América Latina y el Caribe, que registraron el año pasado un volumen de remesas de 64.000 millones de dólares, con un crecimiento del 2.1%, se augura una caída del 6.9% este año.

La debilidad del mercado laboral en EE.UU., especialmente en el sector de la construcción, ha afectado negativamente, principalmente a partir de la segunda mitad del año, el volumen de remesas que los inmigrantes latinoamericanos envían a sus países de origen.

En este contexto, el volumen de remesas destinadas a América Latina y el Caribe descenderá este año a 60.000 ó 58.000 millones de dólares.

Una posible recuperación podría producirse tan pronto como en el 2010, con un crecimiento positivo, aunque ligero, del 1% para toda la región latinoamericana y caribeña.

Pese a ese revés que sufren los países en desarrollo en cuanto a las remesas, el flujo de dinero que los inmigrantes envían a sus casas será cada vez más importante como fuente de financiación externa en muchas naciones.

Se destaca como peligro para una recuperación del flujo de remesas internacionales la posibilidad de que la crisis se agrave y prolongue, medidas proteccionistas por parte de los Gobiernos, algo que afectaría al mercado laboral y a la inmigración, y tasas de cambio "impredecibles".

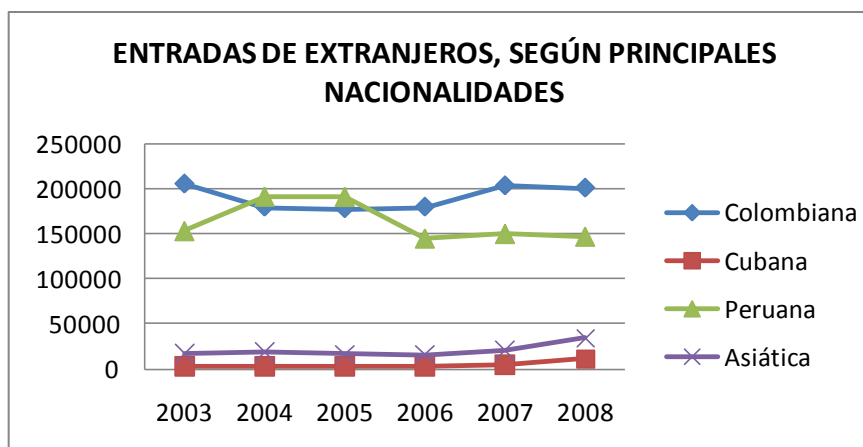
2.1.4.5. Inmigración en Ecuador

TABLA N° 15						
ENTRADAS DE EXTRANJEROS, SEGÚN PRINCIPALES NACIONALIDADES						
NACIONALIDADES	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Colombiana	205.353	179.442	1.77.700	179.487	203.326	200.793
Cubana	2.459	2.946	2.917	3.139	4.763	109.55
Peruana	153.520	191.315	191.048	145.410	150.439	147.484
Asiática	16.578	18.440	16.234	16.144	20.881	34.232

Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales – INEC

Elaborado por: Autora de Tesis

GRAFICO N° 8



En cuanto a la población de extranjeros y extranjeras, la más numerosa en el Ecuador es la colombiana.

De esta población no se posee cifras exactas debido al ingreso clandestino, pero las más conservadoras calculan un número de por lo menos medio millón de personas, ubicados especialmente en las provincias fronterizas de Esmeraldas, Carchi, Sucumbíos y la zona de Santo Domingo de los Colorados (provincia de Pichincha), en su mayoría campesinos pobres e indocumentados, lo que les impide tener acceso a la propiedad, educación, salud, etc.

De otro lado, el Ecuador ha pasado a ser un país receptor de extranjeros procedentes de otros continentes, principalmente de Asia: hasta el año del 2008, la Policía de Migración había registrado el ingreso al país de 34.232

Igualmente se da el caso de personas que, habiendo ingresado al Ecuador con una visa de turismo u otra de ingreso temporal, deciden quedarse a residir en el país sin haber cumplido con los requisitos exigidos por la Ley. En igual situación se encuentran aquellas que cruzaron las fronteras del Ecuador y se introdujeron sin documentación alguna.

La situación de las y los inmigrantes irregulares es altamente preocupante, ya que no existe un registro que permita cuantificar la problemática. A ello se suma el temor de las y los inmigrantes indocumentados a ser reprimidos, encarcelados, chantajeados o involucrados en redes delincuenciales, etc.

El conflicto armado interno que vive la República de Colombia tiene repercusiones en términos de desplazamiento forzoso externo a países fronterizos. El Ecuador enfrenta uno de los problemas más importantes de la década.

A raíz de la agudización del conflicto en Colombia, el país ha experimentado un incremento importante en el número de refugiados y solicitantes de refugio provenientes de ese país. Se estima que en el 2008 han ingresado 200793 ciudadanos.

La migración cubana se suma a la continua llegada de ciudadanos colombianos y peruanos que ingresan al país en miras de mejores días para ellos y sus familias, atraídos por el dólar

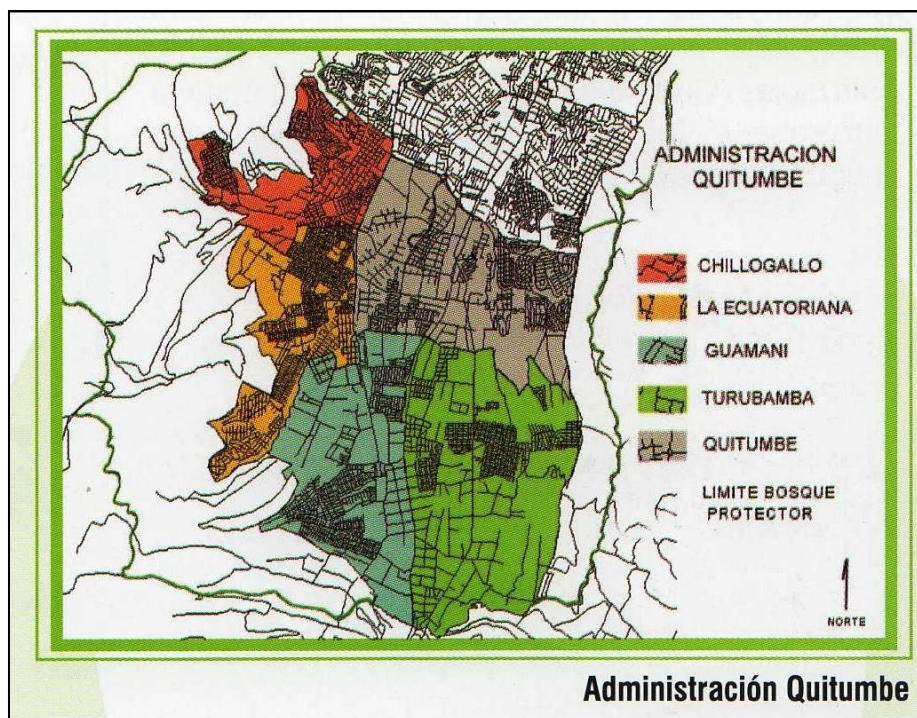
Uno de los motivos para el aumento de esta migración fue la disposición del mandatario Rafael Correa de eliminar el visado de turista para los ciudadanos extranjeros con el fin de aumentar el turismo en Ecuador.

Los cubanos pagan hasta dos mil dólares para salir de la Isla, con el ofrecimiento de un puesto de trabajo en Ecuador. Al país han llegado profesionales isleños, algunos de los que terminaron quedándose, en busca del “sueño ecuatoriano”.

No hay una cifra oficial, pero las estadísticas de la Policía Nacional de Migración revelan que, 10995 ciudadanos cubanos se encuentran en el país. Aunque aún no hay un control oficial de sus actividades, la mayoría de estos ciudadanos se dedican a la construcción, otros han montado restaurantes y peluquerías.

2.2. ANÁLISIS DEL ENTORNO MICRO AMBIENTE (ZONA QUITUMBE)

GRAFICO N° 9



La Zona Quitumbe se ubica en el extremo sur de Distrito Metropolitano de Quito.

Comprende una extensión entre área urbana y área de protección ecológica de 8900 hectáreas⁹.

Limites:

- Norte:** Área urbana de la Administración Eloy Alfaro
- Sur:** Quebrada Saguanchi
- Este:** Camino de El Inca
- Oeste:** Limite urbano conformado por varios barrios del sector

⁹ QUITUMBE, Informe de Gestión 2000-2008. Alcaldía Metropolitana

2.2.1. ASPECTOS SOCIOCULTURALES ¹⁰

La gran mayoría de la población de la Zona tiene procedencia andina gracias a la migración interna desde provincias como Cotopaxi, Chimborazo y Bolívar. Precisamente la emigración se ha dado con el motivo de conseguir mejores recursos en la gran ciudad de Quito, llegándose a emplear en actividades que en ciertas ocasiones no garantizan su bienestar.

Estos grupos muestran sus propias expresiones socioculturales y artísticas así como su grado de organización comunitaria dando especial importancia al uso del espacio público y áreas verdes para efectuar sus fiestas, priostazgos y rituales religiosos.

2.2.2. ASPECTOS DEMOGRÁFICOS ¹¹

El sur de la ciudad se caracteriza por ser una zona de alta inmigración nacional en continuo crecimiento, renovación y alta actividad comercial.

270.014 personas habitan la Zona Quitumbe, distribuidas en 350 barrios pertenecientes a cinco parroquias: Guamaní, Turubamba, La Ecuatoriana, Quitumbe y Chillogallo, esta última de mayor antigüedad y densidad.

En la parroquia de Chillogallo, una de las más grandes y densas de la capital, los negocios proliferan en todas partes, especialmente los de todo tipo de servicio.

TABLA Nº 16		
HABITANTES ZONA QUITUMBE		
PARROQUIA	POBLACION AL AÑO 2008	%
Guamaní	52.452	19.5
Turubamba	54.066	20.10
La Ecuatoriana	48.417	18.00
Quitumbe	72.894	27.10
Chillogallo	41.154	15.30
TOTAL	270.414	100

Fuente: QUITUMBE, Informe de Gestión 2000-2008. Alcaldía Metropolitana
Elaborado por: Autora de Tesis

¹⁰ QUITUMBE, Informe de Gestión 2000-2008. Alcaldía Metropolitana

¹¹ Idem., p. 97

El distrito metropolitano de Quito está dividido en 32 parroquias urbanas de acuerdo a la última actualización realizada en junio de 2009.

Según el estudio que vamos a realizar, analizaremos la parroquia de Chillogallo, que es una de las más tradicionales del Sur de Quito cuenta con 41154 habitantes, distribuidos en 58 barrios, entre los más representativos podemos encontrar:

TABLA Nº 17			
POBLACION PARROQUIA DE CHILLOGALLO POR GENERO			
PERIODO 2001			
BARRIOS	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
CHILLOGALLO	4.616	4.859	9.475
SAN GREGORIO	2.075	2.324	4.399
S_MTA.CHIL 1ETP	1.953	2.146	4.099
LIBERTAD	1.543	1.571	3.114
EL GIRON I	1.479	1.532	3.011
SAN LUIS	1.413	1.492	2.905
S_MTA.CHIL BAJO	1.012	1.102	2.114
OTROS	5.200	6.837	12.037
TOTAL	19.291	21.863	41.154

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2001; INEC
Elaborado por: Autora de Tesis

2.2.3. ASPECTOS GEOGRÁFICOS ¹²

La ciudad de Quito se ubica en el llamado “Graven de Quito”, un pequeño valle longitudinal (45km. De extensión aproximadamente), al pie de los volcanes Pichincha y Atacazo, a una altitud promedio de 2.850 msnm.

La Zona Quitumbe es parte de esta conformación geográfica. Antiguamente, fue una laguna por lo que en la actualidad el nivel freático es alto en sus partes centrales. Esta atravesado por el Rio Machángara que articula toda la cuenca hidrográfica del mismo nombre.

¹² QUITUMBE, Informe de Gestión 2000-2008. Alcaldía Metropolitana

2.2.4. ASPECTOS ECONÓMICOS

2.2.4.1. Desempleo y Subempleo

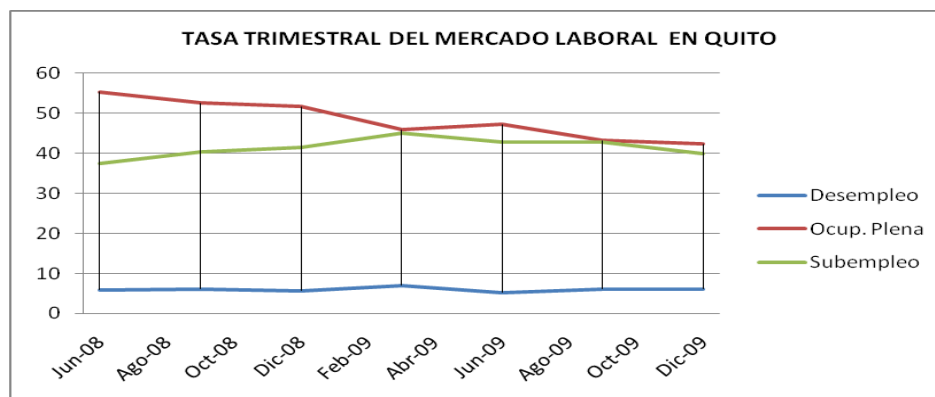
De acuerdo a la evolución del mercado laboral realizado por el INEC a diciembre del 2009 tenemos:

TABLA N° 18									
TASA TRIMESTRAL MERCADO LABORAL									
POR CIUDADES									
PERIODO	Quito			Guayaquil			Cuenca		
	Desempl	Ocup. Plena	Subempl	Desempl	Ocup. Plena	Subempl	Desempl	Ocup. Plena	Subempl
Jun-08	5,9	55,34	37,55	8,65	43,31	47,53	4,64	58,91	35,67
Sep-08	6,15	52,62	40,54	8,52	40,55	50,63	5,7	56,16	37,63
Dic-08	5,76	51,71	41,59	9,47	44,62	45,84	4,37	60,54	34,94
Mar-09	7,03	45,81	45,13	14,01	34,84	50,59	4,89	52,81	41,45
Jun-09	5,22	47,22	42,82	12,57	37,68	49,19	4,51	52,36	42,05
Sep-09	6,09	43,09	42,9	13	36,2	49,7	6,5	53,09	39
Dic-09	6,09	42,29	40,09	11,69	40,7	46,9	4,69	54,59	39,2

Fuente: INEC

Elaborado por: Autora de Tesis

GRAFICO N° 10



En cuanto al indicador de la tasa de desocupación a nivel de la ciudad de Quito para diciembre del 2009 se ubico en 6.09% que se encuentra en un nivel promedio si la comparamos con las ciudades de Guayaquil que se encuentra en 11.69% y Cuenca con 4.69%.

En cuanto a la ciudad de Quito se observa un nivel de desempleo no varía considerablemente en los meses analizados esto es debido a que en la capital de la República se concentran las actividades relacionadas con el sector público que es el encargado de absorber el mayor porcentaje de mano de obra en su implementación de programas viales, de vivienda, de conservación del patrimonio cultural, etc.

Y en lo relacionado al sector privado existen grandes industrias ubicadas en la parte periférica de la ciudad como es el caso del Parque Industrial Sur, que cuenta con empresas como:

- Industria de Acero de los Andes
- Novacero
- Interquimec
- Ideal Alambrec
- Renovallanta
- Eternit S.A.
- Resiflex - Duraflex
- Tocarvi – Transporte Pesado
- Familia Sancela del Ecuador S.A.
- Tornillos, pernos y tuercas “Topesa” S.A.
- Transalambrek
- Proquimsa
- Consorcio Santos CMI S.A

La información disponible también muestra que el mercado laboral quiteño parecería ser más flexible que el del resto del país, esto puede ocurrir porque la crisis, que se origina en el sector externo, golpea más en las zonas más vinculadas con el comercio exterior, como Guayaquil o Machala.

2.2.4.2. El sector de la construcción y su participación en el PIB

TABLA Nº 19					
PRODUCTO INTERNO BRUTO					
ESTRUCTURA PORCENTUAL (A PRECIOS DE 2000)					
RAMA DE ACTIVIDAD	PERIODO ANUAL				
	2005	2006	2007	2008	2009
Construcción	8,7	8,8	8,4	9	8,8

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora de Tesis

El sector de la construcción registra un moderado crecimiento, se observa que tuvo un repunte en el año 2008 presentando por un 9%, esto se ve reflejado por el apoyo de créditos bancarios, programas de vivienda y las remesas de los migrantes que desde hace muchos años atrás han venido siendo un factor fundamental en el consumo familiar. Sin embargo, se aprecia que en el año 2009 tiene un decrecimiento con respecto a los años anteriores; pues este llega al 8.8%, esto es debido a las secuelas de la crisis financiera a nivel mundial que ha repercutido en el país especialmente en la capacidad de compra de los bienes y servicios relacionados con la construcción.

2.2.5. ASPECTOS POLÍTICOS

2.2.5.1. Programa Socio Empleo



El Gobierno Nacional está consciente de la grave crisis internacional y por ello ha previsto medidas claras y que apuntan hacia un pacto social que comprometa a todos los sectores: público, privado, empresarial, sindical, entre otros, para, sobre todo, proteger el empleo.

Por ello, se ha dado gran importancia a la mejora de la calidad del empleo, la ocupación plena, cuyo índice en 2007 se hallaba en 38,3% y que a diciembre de 2008 subió a 43,6%, lo que representa una mejora en la calidad de 243.800 empleos.

La eliminación de la tercerización laboral es una de las medidas adoptadas que ha contribuido a elevar este indicador.

Adicionalmente, desde el mes de octubre del 2008, precisamente tomando previsiones ante la crisis desatada a nivel mundial, el Gobierno Nacional ha impulsado el programa SOCIO EMPLEO, una alternativa que se ha enfocado a integrar elementos que anteriormente estaban dispersos: asesoría integral a las personas que se encuentran en desempleo, capacitación, certificación laboral, vinculación, y todo esto conectado con la inversión pública, es decir justamente con todos los programas que demandan mano de obra y profesionales, así como con el sector privado.

SOCIO EMPLEO es una estrategia del Estado ecuatoriano para superar los problemas socio económicos que enfrenta el país, ya que, desde la política social actual, se considera que un pilar fundamental de la política social es la generación de empleo digno.

En este contexto, mediante una estrategia de intervención integral se busca atacar los diferentes obstáculos de acceso al mercado laboral, principalmente de los sectores de atención prioritaria. Se parte desde una apuesta a la superación del desarrollo humano a través de la mejora de los conocimientos, destrezas y aptitudes de los diferentes segmentos de la población, por medio de capacitación basada en una metodología de aprender haciendo.

Complementado lo ya señalado, para la población que ha adquirido oficios y conocimientos a través de la experiencia y que no cuenta con un certificado que acredite esos conocimientos, afectando directamente a sus ingresos, el MCDS impulsa un sistema nacional de certificación por competencias laborales, el mismo que busca entregar un título que demuestre que quien lo obtuvo tiene los conocimientos suficientes para desarrollar una determinada actividad.

Objetivo.

Potenciar las oportunidades de empleo sobre todo para los sectores más informales de la economía, para los sectores que tradicionalmente han estado excluidos de la política pública, por ejemplo aquellos sectores que trabajan en la construcción, jóvenes desempleados con cierto nivel de educación.

Prioridad.

Mejorar la empleabilidad del sector informal (sector de albañilería y construcción), a través de la coordinación de programas de capacitación para mejorar habilidades y talentos a través de un certificado que acredite su competencia laboral.

A fin de reducir las tasas de subempleo y desempleo en el país se promueven programas de inclusión económica y social, SOCIO EMPLEO es una de ellas.

Finalidad.

Desarrollar capacidades que le permitan a futuro mejorar los niveles de conocimiento, inserción al mercado y también su remuneración en base al conocimiento adquirido.

Beneficios.

Es totalmente gratuito

- La bolsa de empleo electrónica accede a empleo en el sector público en diversas partes del país.
- Capacitación, es gratuita de cierta manera subsidiada a través de instituciones - publicas como el SECAP, instituciones privadas ONG o Universidades que han sido debidamente calificados para brindar esta capacitación basada en competencias laborales y posteriormente se podrá contar con la certificación de la calidad del trabajo.

2.2.5.2. Red Socio Empleo



La Red Socio Empleo surge como uno de los componentes operativos para mejorar el Servicio Público de Empleo, ampliar la cobertura de atención y de esta manera posibilitar el acceso a la capacitación a grupos de buscadores de empleo tradicionalmente marginados.

La Red Socio Empleo ofrece:

- Asesoría y facilitación para la obtención de empleo
- Capacitación
- Certificación de su perfil profesional
- Asesoría de programas de inclusión económica social
- Servicio médico general
- Trabajo social
- Asesoría legal

Estructura de la Red Socio Empleo

- **Área de atención personalizada al socio** para registrar su perfil laboral a la base de datos y tener acceso a un carné que le ofrece garantías en servicios de capacitación y actualización de conocimientos
- **Área de capacitación** en la que se ubicaran aulas y equipos necesarios para la capacitación permanente a los trabajadores, adicionalmente se puede generar otros de espacios de capacitación mediante alianzas con varias instituciones, principalmente con el SECAP.

- **Áreas de soporte medico y psicológico**
- **Zona de acceso a internet** para que los miembros de la Red puedan colocar sus hojas de vida en los portales de empleo disponibles en la web.

La construcción es una de las principales industrias, tanto por su peso económico como por su incidencia en el medio ambiente.

2.2.6. ASPECTOS MEDIO AMBIENTALES ¹³

Según nuestro proyecto y analizando la Ley de Prevención y Control de Contaminación Ambiental

LEY DE PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

(Decreto Supremo No. 374)

EL CONSEJO SUPREMO DE GOBIERNO,

Considerando:

- Que es deber del Estado Ecuatoriano precautelar la buena utilización y conservación de los recursos naturales del país, en pro del bienestar individual y colectivo;
- Que el actual desarrollo industrial en el Ecuador obliga a que se oriente con sentido humano y esencialmente cualitativo la preservación del ambiente;
- Que el Ministerio de Salud, consciente de esta realidad, ha elaborado un proyecto de Ley, que ha sido estudiado y aprobado por la Comisión de Legislación,

Expide: Marco legal de **PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL (Ver Anexo N° 1)**

¹³<http://www.derecho-ambiental.org/Derecho/Legislacion/Ley-Prevencion-Control-Contaminacion-Ambiental.html>

CAPITULO III

ESTUDIO DE MERCADO

Su principal objetivo es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado (oferta y demanda del producto y/o servicio), tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Además nos releva información externa acerca de nuestros competidores, proveedores y condiciones especiales del mercado, hábitos de consumo de a quién va dirigido el producto y/o servicio. Así como también información interna como las especificaciones de nuestro producto, nuestra producción interna, normas técnicas de calidad, entre otros aspectos a considerar.

3.1. DESARROLLO DEL MERCADO

3.1.1. Análisis del mercado

El análisis del mercado tiene como objetivo principal, determinar con un buen nivel de confianza la existencia real de un público objetivo, para los servicios que se ofrecen teniendo en cuenta que para este servicio solo se involucran dos aspectos de la mezcla de mercadeo (producto y servicio, clientes)

3.1.2. Definición del mercado

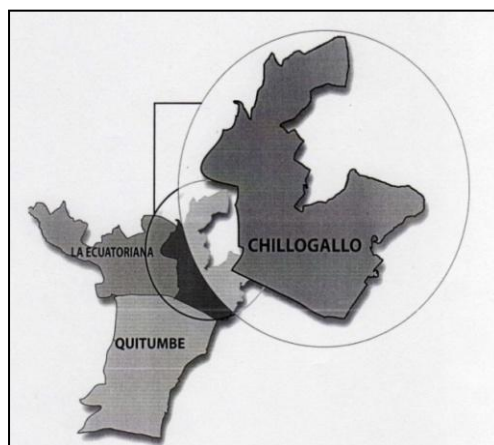
El mercado objetivo consta de una población total de 41.154 personas.

3.1.3. Mercado Objetivo

La propuesta de servicio estará dirigida a un público real, aquel que solicite cualquier tipo de información o requiera contratar las diferentes opciones que preste la microempresa.

3.1.4. Mercado geográfico

GRAFICO N° 11



Este servicio se ofrecerá solo en la parroquia de Chillogallo; y por ser un proyecto de gran importancia podrá extenderse principalmente a la Zona Quitumbe.

Chillogallo está ubicado al sur-oeste de Quito, entre los sectores de La Magdalena y Chimbacalle al norte y nor-oeste, la parroquia de Lloa al oeste, Tambillo al sur.¹⁴

3.2. SITUACIÓN DEL MERCADO

Es muy común observar un gran número de trabajadores ofreciendo su servicio de manera informal en el área de la construcción en el sector de Chillogallo y también es muy frecuente encontrar personas insatisfechas con el servicio adquirido.

3.3. OFERTA DEL SERVICIO

La microempresa ofrece un servicio de Asistencia Técnica Personalizada a bajo precio para su comodidad, bienestar y tranquilidad; también ponemos a consideración un sinnúmero de técnicos especializados con asistencia inmediata, confiable y segura.

¹⁴ QUITUMBE, Informe de Gestión 2000-2008. Alcaldía Metropolitana

3.3.1. Atributos del servicio.

Las estrategias a tomar en el mercado para ser competitivos en producto y servicio son las siguientes:

- **Garantía.** Este atributo se encuentra determinado por los requerimientos de la demanda expresados en la encuesta respecto de la nueva prestación del servicio, complementado con la responsabilidad que va a cumplir la microempresa, a través de una correcta organización y comunicación entre todos los departamentos, para solventar los requerimientos de manera eficiente y sin demoras.
- **Atención personalizada.** Se pretende constituir como argumentos competitivos la atención y la asesoría hacia el cliente, generando algún valor agregado diferencial que nos haga ser elegidos y preferidos por los consumidores.
Teniendo siempre como objetivo primordial la máxima satisfacción del cliente al final de cada trabajo realizado, convirtiéndonos así en la mejor referencia de servicio.
- **Personal especializado.** Se contara con profesionales con una vasta experiencia en el área de plomería, electricidad y albañilería, así el trabajo estará respaldado siempre con una mano de obra de calidad.
- **Servicio de Página Web.** La microempresa contara con una página en internet <http://www.elconstructor.com/> para responder a interrogantes que tenga el cliente, a este servicio se podrá acceder llenando el formulario que se encuentra en la parte inferior de la página; el personal delegado para esta función se encargará de enviar la respuesta/as en forma inmediata.

<i>Nombre:</i>	<i>Mensaje:</i>
<i>Teléfono:</i>	
<i>E-mail:</i>	
<input type="button" value="borrar →"/>	
<input type="button" value="enviar →"/>	

Elaborado por: Autora de Tesis

El cliente también se puede acercar o llamar a nuestras oficinas.

Teléfonos: 02 2 295459 – 02 3 400069 – 095046157

3.3.2. Áreas de servicios

La microempresa ha estructurado tres áreas principales y dos complementarias, a través de las cuales se prestara el servicio de mantenimiento y reparación de todo daño fortuito, avería accidental o falla por agotamiento de los materiales de las instalaciones y/o redes de los inmuebles.

3.3.2.1. Áreas principales

-AREA DE PLOMERÍA Y FONTANERÍA

Actividad 1: Taponamiento de desagües

Actividades varias:

- Reparación de tuberías rotas.
- Reparación de llaves con filtración de agua.
- Reparación de fugas de agua. (humedades)
- Reparación de todo tipo de válvulas de sanitario.
- Reparación de lavaplatos, lavamanos
- Entre otros.

-AREA DE ELECTRICIDAD

Actividad 1: Manguereada en loza- paso de guías, amarres de circuitos e instalación de accesorios

Actividad 2: Instalación de duchas

Actividades varias:

- Revisión de la instalación eléctrica y rectificación
- Reparación de fugas de energía y descargas eléctricas.

En un caso de haberse formado un circuito de energía, el electricista realiza el siguiente trabajo: revisión de la caja de breker hasta el lugar donde se presenta el problema, caso contrario si se encuentran quemados se procede al cambio de los mismos.

- Instalación de calefones

-AREA DE ALBAÑILERIA

CONSTRUCCION DE OBRA NUEVA

(Requisito: Plano aprobado por el municipio)

Actividad 1: Trazo de ejes

Actividad 2: Construcción de loza- encofrado y fundido

Actividad 3: Levantamiento de mampostería (pegada de bloques y enlucido)

Actividad 4: Mampostería- enlucido- sacado de filos de ventana

Actividades varias:

- Armado de mesones de cocina
- Instalación de pozos de lavaplatos
- Instalación de cajetines

- Elaboración de mezclas para cimentaciones, contrapisos, columnas y losas planas e inclinadas.
- Colocación de revestimientos en pisos y paredes.
- Entre otros.

3.3.2.2 Áreas complementarias

-AREA DE PINTURA

Actividad 1: Preparación de paredes (limpiar, coger fallas, lijar y sellar)

Actividad 2: Pintura de interiores (paredes preparadas)

Actividad 3: Pintura de exteriores (paredes preparadas)

Actividad 4: Empaste (si la pared se encuentra rustica o esponjeada)

-AREA DE AZULEJERIA

Actividad 1: Instalación de cerámica (habitaciones)

Actividad 2: Instalación de porcelanato (mesones de cocina)

Actividad 3: Instalación de cenefas Pintura

Actividad 4: Empaste (si la pared se encuentra rustica o esponjeada)

3.4. DIRECCIONAMIENTO DE MARKETING

El Marketing es el conjunto de técnicas que a través de estudios de mercado intentan lograr el máximo beneficio en la venta de un producto: mediante el marketing podrán saber a qué tipo de público le interesa su producto.

Su función primordial es la satisfacción del cliente (potencial o actual) mediante las cuales pretende diseñar el producto, establecer precios, elegir los canales de distribución y las técnicas de comunicación más adecuadas.

3.4.1. Marketing Mix ¹⁵

El marketing mix es la herramienta que utiliza la microempresa para implantar las estrategias de marketing y alcanzar los objetivos establecidos.

Estas herramientas son conocidas también como las Cuatro P del profesor Eugene Jerome McCarthy.

3.4.1.1. Producto ¹⁶

Es todo aquello (tangible o intangible) que se ofrece a un mercado para su adquisición, uso o consumo y que puede satisfacer una necesidad o un deseo.

El producto tiene un ciclo de vida (duración de éste en el tiempo y su evolución) que cambia según la respuesta del consumidor y de la competencia

La microempresa se va a enfocar en la oferta de una Asistencia Técnica Personalizada en las áreas de albañilería, plomería y electricidad para el sector de al construcción; bajo este concepto se fundamenta la diferenciación del producto con respecto a la competencia.

¹⁵ KOTLER, Philip, El padre del Marketing moderno.

¹⁶ http://es.wikipedia.org/wiki/Mezcla_de_mercadotecnia

Al involucrar totalmente al cliente desde el inicio del proceso, se pretende que este, por medio de sus capacidades creativas y su propia subjetividad opte por una de tantas alternativas que le podemos ofrecer para así satisfacer todas sus necesidades y expectativas como consumidor.

- LOGOTIPO



EL KONSTRUCTOR
Trabajamos pensando en ti...

El logotipo constituye el activo más importante del servicio y producto y como sello distintivo está directamente relacionado con los conceptos de marca y de promesa, por tal razón favorece la motivación e implicación de todos en el crecimiento de la entidad.

El logotipo estará presente en cualquier interacción entre la microempresa o servicio y el cliente, antes de la venta, durante la venta, durante la utilización del servicio.

- TIPO DE DISEÑO

Para la creación del logo de la microempresa se ha combinado un diseño tipográfico (texto y grafico) e ilustrativo (el grafico representa la actividad de la microempresa); el primero para incorporar una mayor heterogeneidad de productos y servicios y el segundo por ser el más apropiado para negocios pequeños o muy especializados.

- TIPOGRAFIA

En el logo se ha utilizado dos clases de tipografía:

1 **Arial Black**

EL KONSTRUCTOR

2 Bodoni MT

Trabajamos pensando en ti...

A través de su combinación se sugiere: seguridad, confianza, innovación, calidad, solidez y modernidad.

- ESQUEMA DE COLORES

Los colores que se han incluido en el logotipo forman parte del mensaje que se desea transmitir, por ejemplo el azul oscuro es el color de la tecnología y también inspira confianza y el naranja se asocia con la innovación

Con todas estas especificaciones el cliente que visite la microempresa podrá recordar el logotipo después de haberlo visto y los servicios que en ella se ofrecen.

- SLOGAN

Trabajamos pensando en ti...

La microempresa ha buscado a través de este slogan definir brevemente o representar la misión de la organización, sintetizando los beneficios funcionales y simbólicos de la marca o producto y estableciendo su mensaje principal o ventaja competitiva.

El principal propósito del slogan, junto con el logotipo, es respaldar la identidad de la marca.

3.4.1.2. Precio

Es la variable de marketing más importante y la de mayor frecuencia en la toma de decisiones.

Las estrategias de precio estarán encaminadas hacia el posicionamiento del servicio como un servicio exclusivo, pero atribuyéndole un valor importante a la experiencia de compra y a la personalización como aspectos diferenciadores.

Es necesario tener en cuenta que a largo plazo, la determinación del precio final dependerá de la experiencia competitiva de la microempresa.

Los precios que se han establecido en la microempresa para cada área de servicio ofertado, están determinados en base a referencias de los competidores actuales del servicio, estableciendo un valor intermedio y accesible; los mismos que variaran de acuerdo a la mano de obra, materiales, tiempo de entrega y condiciones de trabajo.

3.4.1.3. Promoción

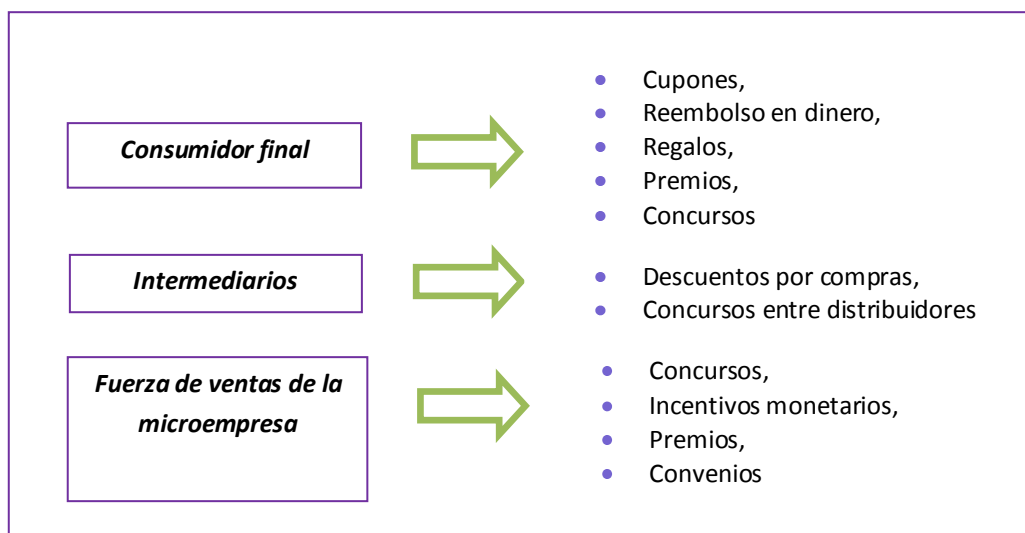
Los propósitos generales de la promoción en el marketing de servicios son los siguientes: crear conciencia e interés en el servicio y en la organización, diferenciar la oferta de servicio de la competencia, comunicar y representar los beneficios de los servicios disponibles, y/o persuadir a los clientes para que compren o usen el servicio.

En general el propósito de cualquier esfuerzo promocional es vender el servicio a través de información, persuasión y recuerdo.

- PROMOCIÓN DE VENTAS

Para promocionar a la microempresa, los servicios que se ofertan y los productos que se van a emplear en cada área de trabajo se utilizarán los siguientes mecanismos orientados principalmente a:

GRAFICO N° 12



Elaborado por: Autora de Tesis

- OBJETIVOS DE LA PROMOCIÓN DE VENTAS

Estos objetivos variarán según la audiencia meta hacia la cual estén dirigidos, por ejemplo:

1. Para consumidores:

- Estimular las ventas de productos establecidos.
- Atraer nuevos mercados.
- Ayudar en la etapa de lanzamiento del producto.
- Dar a conocer los cambios en los productos existentes.
- Aumentar las ventas en las épocas críticas.
- Atacar a la competencia.

- Aumentar ventas más rápidas de productos en etapa de declinación y de los que se tiene todavía mucha existencia.

2. Para comerciantes y distribuidores:

- Obtener la distribución inicial.
- Incrementar el número y tamaño de los pedidos.
- Fomentar la participación del canal en las promociones al consumidor.
- Incrementar el tráfico en el establecimiento.

- PROMOCIONES A SER APLICADAS EN LA EMPRESA

Estas promociones se realizarán en fechas especiales, por ejemplo: el mes del aniversario de la microempresa, festividades de alguna empresa proveedora, promociones de productos que se adquieran; y tendrán vigencia de tiempos cortos, máximo un mes o dos, todo depende de la aceptación del público y el presupuesto que se ha distando a cada una de ellas.

Aquí citamos varias promociones que se utilizarán en el transcurso del año las fechas específicas propuestas para cada una de ellas; este cronograma pretende mantener un orden en la realización de cada actividad.

TABLA N ° 20	
CONOGRAMA DE PROMOCIONES	
PROMOCION	FECHA
<i>Brindar un 3% de descuento en materiales a las personas que nos visiten en una determinada fecha</i>	Durante el mes de aniversario de la empresa (Enero)
<i>Ofrecer un 3% de descuento en materiales a las personas que corten un cupón que se publique en un diario o en una revista, y que nos lo presenten al visitarnos. (Aplican restricciones)</i>	Cada trimestre del año

<i>Dar exposiciones del uso de los productos utilizados en las áreas de plomería y pintura, los mismos que estarán patrocinados por un representante de la marca</i>	Cada dos meses del año
<i>Crear programas de puntos acumulables, por ejemplo, brindar una tarjeta en donde los clientes vayan a acumulando puntos a medida que vayan adquiriendo nuestros servicios, y que posteriormente, una vez alcanzado un determinado número de puntos, puedan cajarlos por productos gratis o descuentos especiales</i>	Cada cuatro meses se revisara los puntos acumulados

Elaborado por: Autora de Tesis

3.4.1.4. Publicidad

Las estrategias publicitarias deberán resaltar los atributos diferenciadores de personalización, servicio e innovación propios de “EL KONSTRUCTOR”.

La personalización conlleva a la exclusividad, el servicio, entendido como atención directa, y la innovación, como el lanzamiento de un servicio creativo y novedoso dentro de esta categoría.

La conformación y puesta en marcha de la microempresa EL KONSTRUCTOR se dará a conocer al público, por medio de:

- Anuncios en la prensa
Pancartas y distribución de hojas volantes en lugares estratégicos
- Perifoneo
- Tarjetas de presentación
- Mailing (correo electrónico) que permitirá:
 - Aumentar el volumen de visitas a su sitio Web.
 - Encontrar nuevos clientes para sus Productos o Servicios.

- Hacer que su Empresa, Negocio o Servicio Profesional sea conocido dentro y fuera de su Ciudad, Provincia o País.
- Obtener resultados inmediatos a muy bajo costo.
- Gingles y cuñas radiales

Se ha considerado el uso de gingles para dar a conocer a la microempresa con el fin de que este se logre imprimirse en la memoria de quien lo escucha.

También se optara pautar en RADIO AMERICA (104.5 FM), en RADIO LA RUMBERA (99.7 FM). En estas frecuencias se trabajara bajo el concepto de mención de marca dejando claro las características del almacén y del servicio.

Además se utilizaran medios impresos a través de los cuales se buscara empezar a introducir el logo y la imagen del almacén; facultades que no nos permite la radio.

3.4.1.4. Plaza

La distribución del producto/ servicio se hará directamente en el almacén o almacenes que existan bajo el nombre exclusivo “EL KONSTRUCTOR” pertenecientes a la microempresa. Todos estos almacenes, funcionarán bajo el mismo esquema administrativo y tendrán las mismas características en cuanto a decoración y ambientación.

Se ha tomado la decisión de iniciar el negocio en un local de alrededor de 250 m² destinados a bodega y oficina, que según la ubicación (Sector de Chillogallo) logre atender un porcentaje significativo de la demanda, debido a que esta zona es de gran movimiento comercial.

El objetivo entonces es aumentar el tamaño del local, así como también el número de estos, siempre teniendo en cuenta el comportamiento de la demanda.

3.5. CALCULO DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicará el muestreo estratificado por las siguientes causas:

- Los estratos de la población son heterogéneos
- Realizando la estratificación se reduce la varianza y los estratos se hacen homogéneos.
- Se divide a la población en subgrupos.

Los criterios para la estratificar son los siguientes:

N = Tamaño: El número total de los elementos de cada estrato

p = Probabilidad de éxito

q = Probabilidad de fracaso

Para tal estudio se ha tomado como variable clasificatoria el número de habitantes de la Parroquia de Chillogallo. Este tipo de muestreo se ajusta a la población de estudio ya que ésta contiene características distintas en tamaño y ubicación geográfica.

Se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{\sum N (p \times q)}{(N-1) \frac{e^2}{Z^2} + (p \times q)}$$

Para poder estimar un valor para p y q vamos a realizar una encuesta piloto a un grupo de 20 personas lo que permitirá determinar la aceptación de nuestra proyecto.; 10 encuestas serán realizadas a los obreros independientes que prestan servicios en el área de la construcción (Ver Anexo N° 2) y 10 se realizaran a los habitantes de la parroquia (Ver Anexo N°3) obteniendo los siguientes resultados:

Porcentaje de respuestas afirmativas
(p) = 90%

Porcentaje de respuestas negativas
(q) = 10%

Con todos estos datos procedemos a realizar el cálculo de la muestra:

FÓRMULA:

$$n = \frac{\Sigma N (p \times q)}{(N-1) \frac{e^2}{Z^2} + (p \times q)}$$

DATOS:

$$n = ?$$

$$N = 41.154$$

$$p = 0.90$$

$$q = 0.10$$

$$e = 0.05$$

$$Z = 1.96$$

RESOLUCION:

$$n = \frac{41154 (0.90 \times 0.10)}{(41154 - 1) \frac{0.05^2}{1.96^2} + (0.90 \times 0.10)}$$

RESPUESTA:

$$n = 137.5$$

$$n \approx 138 \text{ muestras}$$

La fórmula que se utilizó para determinar el número de la muestra arrojó un como resultado 138 personas a encuestar en La Parroquia de Chillogallo para obtener una información representativa del segmento; también vamos a realizar un muestro irrestricto aleatorio lo que va a garantizar aleatoriedad y heterogeneidad de los datos para generar una información objetiva.

3.5.1. Herramienta a utilizar - la Encuesta

Objetivos de la investigación:

- Determinar las necesidades de los consumidores
- Conocer los problemas reales que tiene el mercado
- Establecer cuál es la percepción que tiene el consumidor sobre el mercado
- Determinar la prioridad del cliente frente al precio o calidad del servicio

Investigación cualitativa – variables:

- Atención que se desea obtener
- Tipo de beneficios que necesitan los clientes

Investigación cuantitativa - variables:

- El número de demanda que existe en el Sur de Quito
- La frecuencia con que se contrata este servicio
- Los tipos de servicios que son más demandados
- La variación de precios entre los posibles competidores

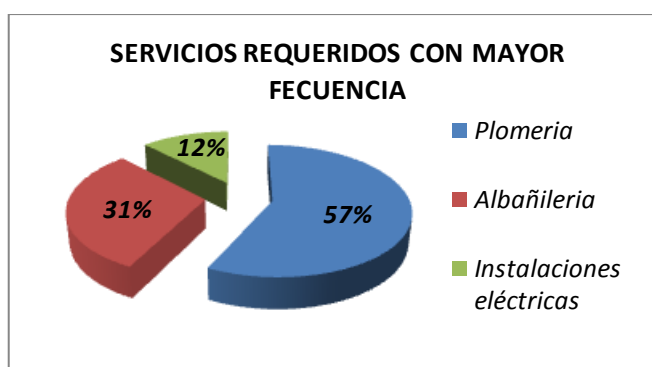
La recolección y por ende la aplicación de las encuestas fueron ejecutadas en puntos de tráfico, es decir en lugares de alta concurrencia y variedad de personas de forma individual con el criterio objetivo de aleatoriedad y así tener una inferencia objetiva de las personas de la Parroquia de Chillogallo con el fin de determinar si la propuesta es o no factible de realizar.

3.5.2. Análisis de la información

El análisis particular de las respectivas preguntas utilizadas en la encuesta (Ver Anexo N°3) es perfilar las características esenciales desde el punto de vista del cliente potencial para aprovechar el nicho de mercado y ofertar el servicio requerido.

-Servicio Requerido

GRAFICO N° 13



Fuente: INVESTIGACION DE MERCADO
Elaborado por: Autora de Tesis

Una de las variables fundamentales es el tipo de servicio que requieren el mercado, en este caso resulto ser el servicio de plomería el mas requerido representado por un 57% , albañilería con un 31% y el 12% para el servicio de instalaciones eléctricas.

El porcentaje elevado de demanda del servicio de plomería se debe a que la mayoría de casas del sector son muy antiguas y las instalaciones sanitarias empiezan a presentar problemas porque la vida media real de los materiales de PVC usados en las viviendas es de 10 a 15 años.

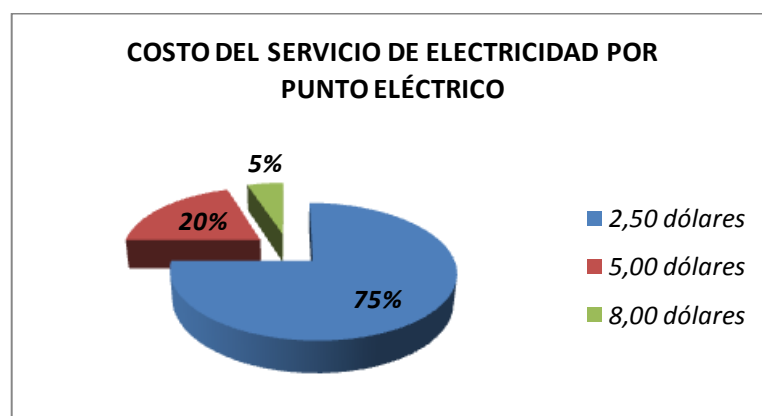
En cuanto al servicio de albañilería este presenta una demanda moderada debido a que este servicio se intensifica cuando se va a realizar tareas más específicas como remodelaciones, ampliaciones y/o construcciones nuevas.

Por último el servicio de instalaciones eléctricas presenta una demanda baja en relación con los otros servicios debido a los altos costos que este representa, además cabe recalcar que este servicio se realiza a inicios de la construcción de la vivienda o edificación y posteriormente no se requiere un estricto mantenimiento.

Las personas encuestadas también acotaron que los problemas que se han presentado en sus hogares son mínimos, como por ejemplo: cambio de boquillas averiadas, tomacorrientes en mal estado debido al uso, etc.; los mismos que no ameritan de un conocimiento técnico y su reparación puede ser realizada de forma inmediata.

-Costo del servicio de electricidad por punto eléctrico

GRAFICO N° 14



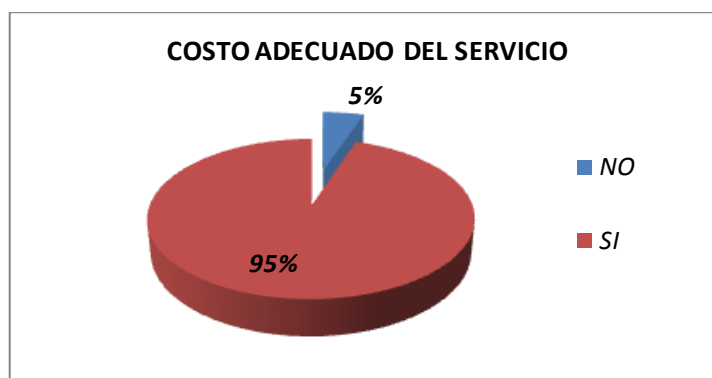
Fuente: INVESTIGACION DE MERCADO
Elaborado por: Autora de Tesis

Del 100% de encuestados los porcentajes del 75%, 20%, 5% están basados estructuralmente en fundamentos económicos los mismos que oscilan entre costos de 2.50; 5.00 y 8.00 dólares respectivamente; debido a que dependiendo del valor su aspecto técnico en cuanto a la forma y realización del trabajo eléctrico varía considerablemente.

Es decir que si los costos van en aumento también el aspecto técnico mejora sustancialmente y el trabajo podrá ser garantizado con un respaldo técnico en el servicio.

-Aceptación del costo por punto del servicio de electricidad

GRAFICO N° 15



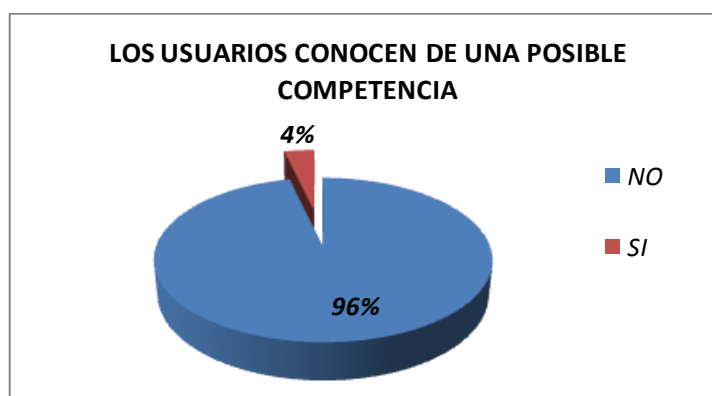
Fuente: INVESTIGACION DE MERCADO
Elaborado por: Autora de Tesis

La aceptación de los costos por este servicio en un 95% radica a que el precio está al alcance de todo bolsillo de una familia de clase media, media baja y además este rango de precios ya está establecido en el mercado.

Pero con la adquisición de este servicio a tan bajo costo no se contará con una garantía establecida, ni con normas técnicas adecuadas, razón por la cual el usuario no dispondrá del suficiente respaldo en caso de daños o avería de equipos.

-Conocimiento de una posible competencia por parte de los usuarios

GRAFICO N° 16



Fuente: INVESTIGACION DE MERCADO
Elaborado por: Autora de Tesis

El conocimiento de una posible competencia está representado por un 4%, los encuestados hicieron relación a nuestra propuesta de servicio con los planes de gobierno de SOCIO EMPLEO y RED SOCIO EMPLEO, este último empezó a funcionar en el sector de La Granados.

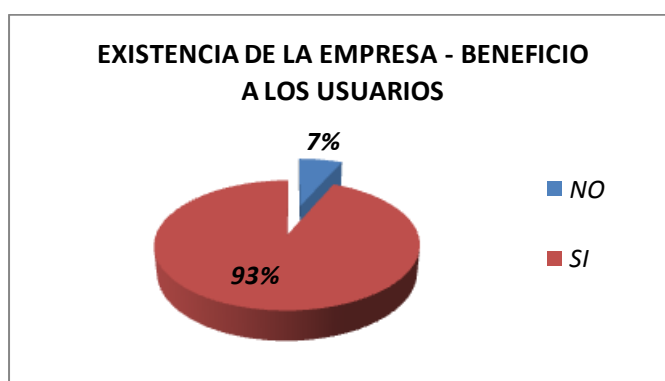
Cabe recalcar que estos dos proyectos hacen énfasis en las bolsas de empleo más no al servicio que se está proponiendo.

El usuario al contratar la mano de obra que se encuentra registrada en la base de datos de estos programas tiene una garantía en cuanto a los conocimientos del personal que están respaldados por cursos de capacitación y certificados de trabajo.

Una ventaja competitiva para la puesta en marcha del proyecto es la fusión del servicio- producto – mano de obra, estas tres características son esenciales y adicionalmente serán la diferenciación principal ante posibles competidores que pudieran surgir en el mercado.

-La existencia de empresas que presten estos servicios y su beneficio para los usuarios

GRAFICO N° 17



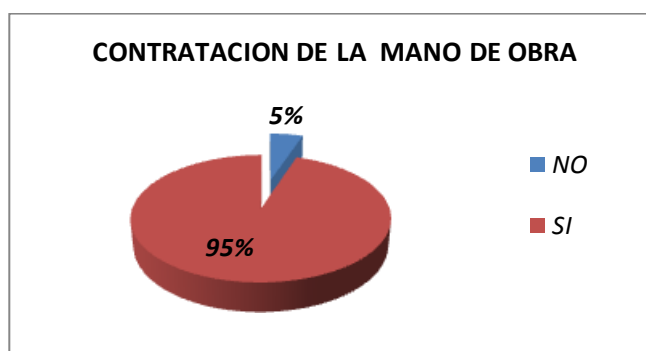
Fuente: INVESTIGACION DE MERCADO
Elaborado por: Autora de Tesis

Ante esta interrogante el 93% respondió afirmativamente, lo que representa una buena posibilidad para la creación de nuestra microempresa debido a que éste segmento de mercado se ha mantenido de manera informal y con conocimientos empíricos durante años.

El 7% expreso que no sería beneficioso tal vez porque los costos de mano de obra se podrían incrementar y esto perjudicaría al presupuesto destinado para estas actividades.

-Contratación de mano de obra informal o formal

GRAFICO N° 18

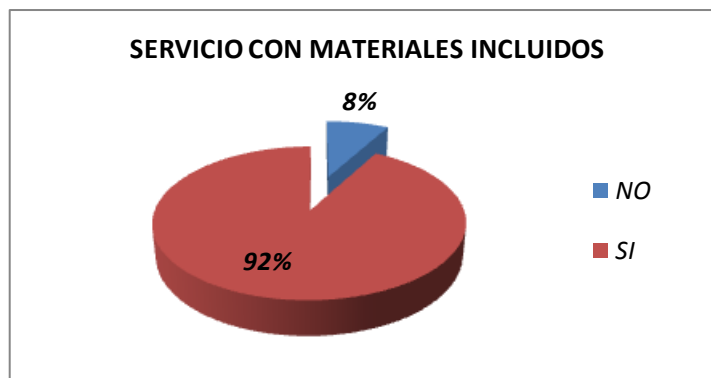


Fuente: INVESTIGACION DE MERCADO
Elaborado por: Autora de Tesis

Por experiencias relatadas por las personas encuestadas estas consideran que sería más seguro contratar mano de obra que está respaldada por una empresa debido a que esto sería una garantía del trabajo y posteriormente de la calidad del servicio, además representaría un ahorro de tiempo y dinero para el cliente debido a que los trabajadores que hasta ahora se han contratado de manera informal no cuentan con certificados que respalden los trabajos realizados anteriormente y a todo esto podemos sumarle el costo elevado de este “servicio”.

-Los materiales para el servicio requerido son proporcionados por la empresa

GRAFICO N° 19



Fuente: INVESTIGACION DE MERCADO
Elaborado por: Autora de Tesis

Esto se podría considerar un complemento al servicio, es lo que manifestaron el 92% de las personas encuestadas, ellas reconocieron que encontrar un buen maestro no es del todo fácil y al momento de buscar los materiales se vuelve una odisea, por falta de tiempo y en su mayoría por falta de dinero; a esto también hay que sumarle que en ciertos casos se realiza una compra excesiva de material que a la final termina siendo un gasto para el cliente.

El 8% determinó que no sería del todo beneficioso que la empresa les proporcione los materiales necesarios tal vez porque los precios sean un poco elevados y los productos no sean de tan buena calidad.

3.6. ANALISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER¹⁷

En este modelo se describen las 5 fuerzas que influyen en la estrategia competitiva de una compañía que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado, o algún segmento de éste.

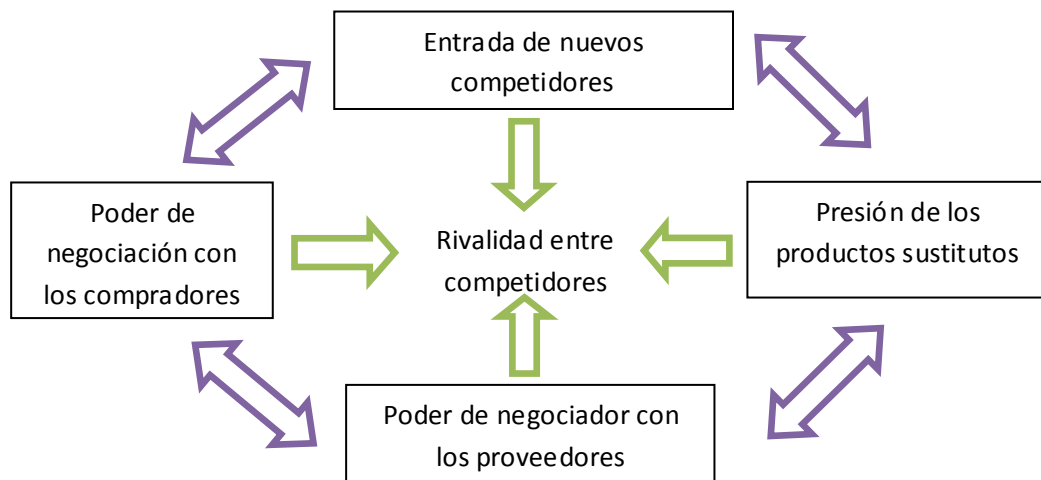
Las primeras cuatro fuerzas se combinan con otras variables para crear una quinta fuerza, el nivel de competencia en una industria.

3.6.1. Fuerzas de Porter

Estos cinco elementos serán desarrollados en el presente proyecto, con la finalidad de garantizar su eficiente funcionamiento, a través de un estudio de mercado que nos permita obtener información acerca de: los clientes, el servicio, el precio, el tipo de distribución, las promociones, los competidores y los proveedores.

3.6.2. Matriz de las 5 fuerzas de Porter

GRAFICO N° 20



¹⁷ Estrategia Competitiva Michael Porter Páginas 19 hasta la 47.

3.6.2.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Siempre que empresas nuevas ingresan con facilidad a una industria en particular, la intensidad de la competencia entre las empresas aumentan. Este es el caso de "EL KONSTRUCTOR" debido a que se encontrará en el sector de la construcción el cual se ha convertido a través de los años en un sector bastante atractivo. Sin embargo esta microempresa mantendrá a sus clientes ofertando calidad en sus servicios y productos.

Vamos a evaluar las barreras de entrada para la puesta en marcha de este proyecto, entre las cuales tenemos:

- **Economías de Escala:** En cuanto al sector de la construcción se puede ingresar al mercado con precios accesibles, con lo cual se podrá ofertar costos bajos que se verán reflejados en volúmenes de ventas altos.
- **Diferenciación del Producto:** En el proyecto la diferenciación puede ser el punto de entrada más importante debido a que se va a implementar un servicio innovador, de fácil accesibilidad a todo público y con garantía y respaldo de la microempresa y de las marcas de los productos utilizados.
- **Necesidades de Capital:** En este proyecto el monto de inversión requerida es un poco alto debido a que se contara con un stock de materiales y productos de calidad reconocidos en el mercado.
- **Acceso a los Canales de Distribución:** El canal de distribución va a ser directo, el producto o servicio se brindara directamente al consumidor sin intermediarios.
- **Costos Cambiantes:** Este proyecto tiene costos con grandes variaciones en cuanto a productos y esto provoca que el precio del servicio no se mantenga estable.

- **Política Gubernamental:** Para la implementación de este proyecto, el Estado está prestando apoyo a través de programas de creación de microempresas e incentivando la participación de jóvenes en el sector económico.

Acorde a las características de del presente proyecto se ha determinado como posibles competidores las empresas que ofertan sus servicios en las páginas amarillas o en el Internet.

En las páginas amarillas y en el Internet se encuentra un sinnúmero de servicios semejantes a los de la microempresa en cuestión, sin embargo lo ofertan de forma independiente, encontrando servicios de pintura, jardinería, electricidad y plomería, albañilería sin ningún tipo de ventaja competitiva real.

Las dos empresas que prestan servicios complementarios en estas áreas son: **LIMPAVID CIA.LTDA e INSTALEC**, ambas ubicadas en la Ciudad de Quito; a continuación detallamos los servicios que prestan estas empresas:

TABLA Nº 21
COMPETIDORES
LIMPAVID CIA.LTDA
<i>Dirección:</i> Mosquera Narvárez Oe2-26 entre Av. 10 de Agosto y Versalles
<i>Teléfonos:</i> (593 - 2) 2563004, 2523181 cel.099875700, 092561207, 084471983
<i>Servicios:</i> Limpieza general: casas, edificios, centros comerciales, instituciones públicas y privadas, instituciones financieras, hoteles, clínicas y hospitales, colegios, universidades centros deportivos, restaurantes
<i>Tratamiento:</i> Pisos, mármol, vinyl, o lacado instalación de pisos, flotante, parquet y alfombras, recubrimiento de pisos en vinyl, mármol, o piso lacado.
<i>Servicio industrial:</i> Diseño de estructura, construcción civil, albañilería, pintura, desalojo de sedimentos de hormigoneras, silos tolvas, limpieza de pozos sépticos, pintura industrial, electricidad, plomería, fumigación de cucarachas y desratización, suelda industrial, mantenimiento de alcantarillas y cajas de revisión, servicio y mantenimiento de jardinería, limpieza de campanas y ductos.

Fuente: <http://limpavid.com/>.

Elaborado por: Autora de Tesis

TABLA Nº 22
COMPETIDORES
INSTALEC
Dirección: Quito sector la Ermita calle Nambija pasaje a casa 24
Teléfonos: 2-571-518, 097-616-512
Servicios:
Construcción y reparación
Personal capacitado en:
Albañilería, electricidad, plomería, pintura, soldadura, eléctrica, colocación de gypsum, carpintería, lavado y limpieza de tanques, colocación de calefón construcción de cerramientos

Fuente: <http://instalecmanuelnacato.loquegustes.com/pages/view/quienessomos>
 Elaborado por: Autora de Tesis

A pesar de la variedad de servicios ofertados por ambas empresas, cabe recalcar que en el sector donde se realizó el estudio y se piensa llevar a cabo el proyecto dichas empresas no son reconocidas por las personas del lugar.

3.6.2.2. Rivalidad entre competidores

Debido a que esta microempresa se encuentra en un sector altamente competitivo, la rivalidad entre los competidores es alta porque en el mercado existen muchísimas empresas que ofrecen servicios similares. Por esto, "EL KONSTRUCTOR" manejará una estrategia que consiste en identificar a las nuevas empresas que tienen la posibilidad de ingresar a este mercado, vigilando las estrategias que van a implementar con el fin de estar un paso delante de la nueva competencia.

Dentro de este punto contamos con tácticas como son la competencia de precios, las guerras de publicidad, la introducción de productos y un mejor servicio o garantías a los clientes.

Con este proyecto vamos a analizar las formas de cómo competir con los demás y través de los siguientes factores estructurales:

- **Competidores numerosos o de igual fuerza:** Se establecerá un liderazgo de precios con respecto a nuestros competidores a través de la oferta de costos no tan elevados para poder tener una diferenciación positiva con los demás.
- **Crecimiento de la industria:** Analizando nuestra competencia existe la necesidad de tener una mayor participación en el mercado y así mantener el ritmo de competidores que se encuentren un paso más adelante o que ya conocen muy bien este mercado, mediante la inversión de recursos financieros y administrativos.
- **Altos costos fijos o de almacenamiento:** En este proyecto se va a tener costos fijos altos debido a que se necesita almacenar insumos o materias primas aprovechando la temporada del mercado o descuentos otorgados por nuestros proveedores.
- **Ausencia de diferenciación o costos cambiantes:** Se va a tener una diferenciación en producto y en servicio para así ofrecer precios cómodos, obteniendo como resultado la lealtad de nuestros clientes hacia la microempresa y los productos utilizados.
- **Aumento de la capacidad en grandes incrementos:** Como en todo negocio se tendrá periodos de ventas altos y bajos; por ejemplo: en este caso las ventas se incrementarán inicio y finalización de año.
- **Competidores diversos:** Se debe tener en cuenta que los competidos utilizaran diversas estrategias para poder captar el mayor número de clientes, para evitar perder un posicionamiento en el mercado se debe establecer nuevas estrategias para satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes.

3.6.3.2. Poder de negociación entre los proveedores

De acuerdo al sector en el que se encuentra la microempresa, podemos observar que el poder de negociación de los proveedores es alto, debido a que existe gran variedad de proveedores, con alta calidad y adecuados precios. Por esta razón "EL KONSTRUCTOR" maneja una estrategia de integración hacia atrás, ya que quiere siempre tener un control directo con sus proveedores.

En el caso que los proveedores posean fuertes recursos y la capacidad de establecer el precio en algunos productos que son claves para la microempresa se deberá diversificar el número de proveedores y realizar estrategias en cuanto a monto de pedido y plazos de pago para poder conseguir un buen material a bajo costo y con entrega inmediata.

Además se debería considerar la posibilidad de negociación en cuanto a la exclusividad de ciertos productos.

Para el presente proyecto se tomara en cuenta aquellos proveedores que proporcionan los materiales que requerimos para cada trabajo.

TABLA N° 23				
PROVEEDORES				
NOMBRE DEL PROVEEDOR		DIRECCIÓN	MATERIALES	
IMPORTADOR FERRETERO TRUJILLO		Av. Quitumbe Ñan Oe3-114 y Calle S33D	<i>Material en General</i>	
COMERCIAL MY		Carcelén, Av. Diego de Vásquez Lote 13 y Pasaje Juan Correa	<i>Material eléctrico</i>	
PROFERMACO		Barrio Collas de Calderón Calle Unión Lt. 40 y Vencedores	<i>Material en general</i>	
MUNDO DEL COLOR		Eloy Alfaro, Lote N° 7 y Juan Molineros	<i>Pinturas, bondex, empastes</i>	
FERRETERIA ESTRELLA		Cochapamba - Av. de la Prensa N49-136 entre Juan Holguín y Rio Curaray	<i>Pinturas, Tuberías PVC y accesorios Grifería FV</i>	

Elaborado por: Autora de Tesis

Los proveedores anteriormente mencionados han sido elegidos por la gama de materiales que disponen en distintas marcas, además de contar con los precios más bajos del mercado, descuentos, promociones, trayectoria en el mercado y facilidades de pago.

3.6.2.4. Amenaza de entrada de productos sustitutos

En este momento la amenaza de productos sustitutos únicamente se puede ver en la fabricación de productos prefabricados. Este es el principal factor al que se enfrenta "EL KONSTRUCTOR" ya que ofrece mayor facilidad para la construcción de viviendas, plantas u otras instalaciones.

Los productos o servicios sustitutos limitan las posibilidades de las empresas que compiten en el mismo sector, reduciendo por ejemplo la capacidad de fijación de precios.

En el caso de la propuesta de servicio se podría convertir en un sustituto la posibilidad de que los clientes realicen las actividades de mantenimiento y reparación por cuenta propia, economizando costos y generando un grado de satisfacción mayor o similar al que hubieran recibido utilizando el servicio de la microempresa.

3.6.2.5. Poder de negociación de compradores

En cuanto a esta fuerza competitiva, el poder de negociación es alto ya que es un mercado atractivo y con un alto crecimiento. "EL KONSTRUCTOR" tiene que tener en cuenta que los clientes demandaran un servicio de calidad a bajos costos.

Los compradores se pueden considerar una amenaza cuando obligan a bajar precios o cuando demandan mayor calidad o mejor servicio.

Los compradores son más poderosos en las siguientes circunstancias:

- Cuando los compradores adquieren grandes cantidades. En tal situación, los compradores pueden usar un poder de adquisición como apalancamiento para negociar reducciones de precio.
- Cuando la industria proveedora depende de los compradores en un gran porcentaje de sus pedidos totales.
- Cuando los compradores pueden cambiar pedidos entre empresas proveedoras a menores costos, enfrentando a las compañías entre sí para obligarlos a bajar los precios.

CAPITULO IV

PROYECTO DE INVERSION

Es una propuesta de acción técnico económica para resolver una necesidad utilizando un conjunto de recursos disponibles, los cuales pueden ser, recursos humanos, materiales y tecnológicos entre otros.

A través de una serie de estudios permite al emprendedor que tiene la idea y a las instituciones que lo apoyan saber si la idea es viable, se puede realizar y dará ganancias.

Tiene como objetivos aprovechar los recursos para mejorar las condiciones de vida de una comunidad, pudiendo ser a corto, mediano o a largo plazo. Comprende desde la intención o pensamiento de ejecutar algo hasta el término o puesta en operación.

Responde a una decisión sobre uso de recursos con algún o algunos de los objetivos, de incrementar, mantener o mejorar la producción de bienes o la prestación de servicios.

ELEMENTOS BASICOS DE UN PROYECTO DE INVERSION ¹⁸

- *Estudio de mercado*
- *Estudio técnico*
- *Estudio administrativo*
- *Estudio financiero*
- *Evaluación económica (Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno Costo Beneficio)*

¹⁸ <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtm>

4.1. ESTUDIO DE MERCADO¹⁹

Como se trato en el capitulo anterior el estudio de mercado es una herramienta que trata de determinar la necesidad que tienen los consumidores actuales y potenciales de un producto o servicio en un mercado específico.

Además busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

Esta información debe de ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

1. Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer.
2. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción de productos y/o servicios que se piensan ofrecer.
3. Que se cuenta con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados.
4. Que se puede calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

4.1.1. Demanda del Mercado

En este sector se puede evidenciar que existe una demanda moderada compuesta principalmente por: 50% contratistas, 25% moradores del sector y el otro 25% por habitantes de la zona sur de la Ciudad de Quito.

¹⁹ <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/mar/estmktpref.htm>

4.1.2. Servicios

Los principales servicios que prestará la microempresa son:

1. Construcción, reparación y mantenimiento en las áreas de: albañilería, plomería, pintura, instalaciones eléctricas, y azulejería
2. Asesoría en lo relacionado a la construcción.

4.1.3. Segmentación

4.1.3.1 Base geográfica

La microempresa EL KONSTRUCTOR estará ubicada en el Barrio de Chillogallo en el sector del Caballito, debido a los siguientes motivos:

1. En este espacio se reúne la mano de obra informal todos los días de la semana desde tempranas horas en busca de trabajo.
2. Es la vía de acceso principal a diferentes sectores como Quitumbe, La Ecuatoriana, La Ciudadela del Ejército.
3. En esta zona existe una mayor concentración de comercio y servicios.

- **Base conductual**

Sabemos con base en la encuesta realizada que los habitantes de la Parroquia de Chillogallo requieren un servicio profesional, con garantía y a bajos costos pero, lamentablemente aun no lo han conseguido.

4.2. ESTUDIO TECNICO

Consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto/servicio deseado.

Además permite verificar la disponibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende crear. Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción.

4.2.1. Descripción operativa de procesos

Para este tipo de descripción utilizaremos Los Diagramas de Flujo que constituyen una herramienta valiosa para la mejora de los procesos permitiendo así: detectar las actividades que agregan valor y aquéllas que son redundantes o innecesarias y mostrar las interfaces cliente-proveedor y las transacciones que en ellas se realizan, facilitando a los empleados el análisis de las mismas.

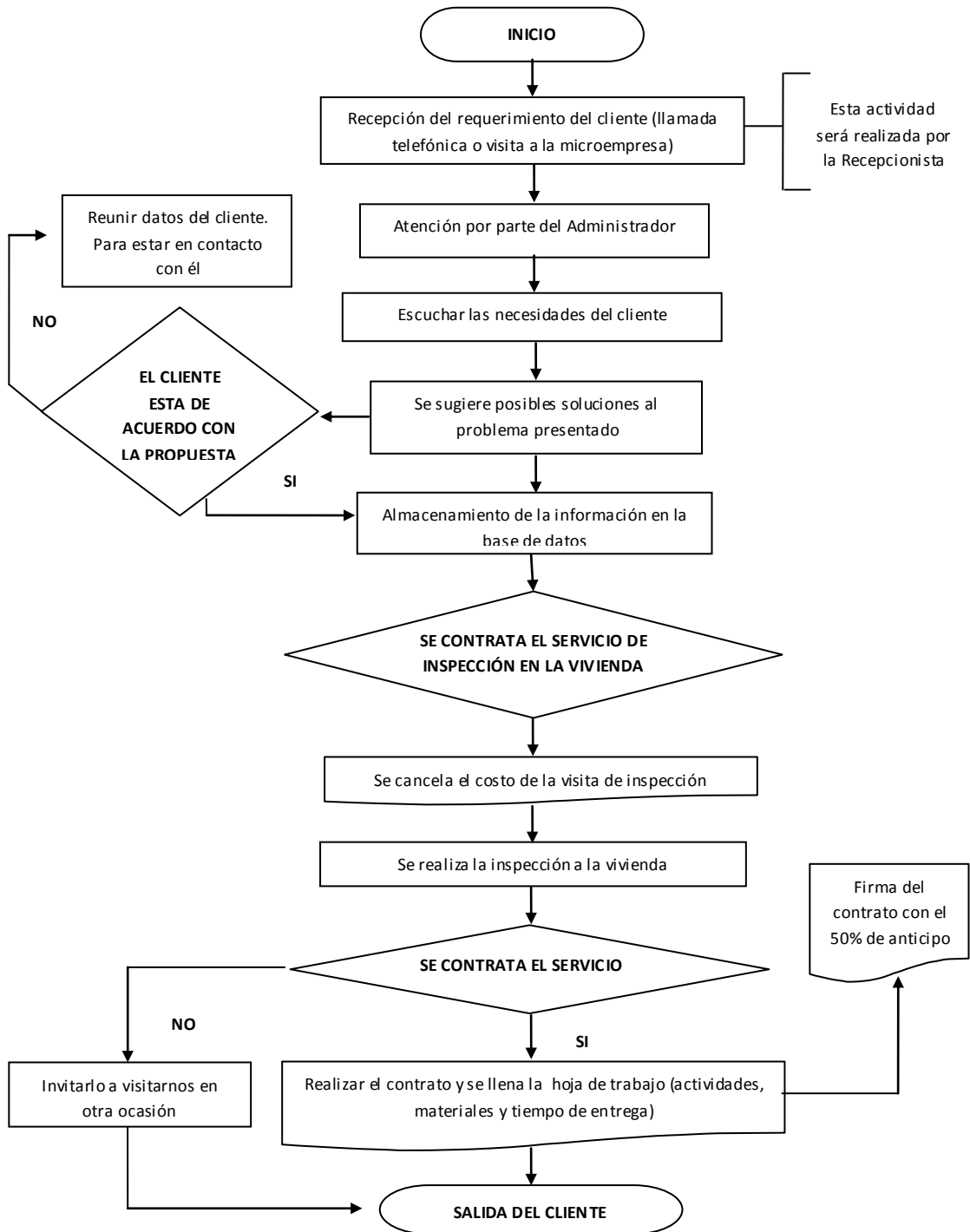
Proceso de Atención al cliente

Este flujo tiene como finalidad establecer las actividades principales sobre las cuales se realiza las ventas de la microempresa y el responsable de la actividad.

Las personas encargadas de todo este proceso serán el Administrador y el Gerente, quienes darán a conocer al cliente el servicio en general y las áreas en las que se realizará el trabajo, convirtiéndose así en los promotores de la microempresa.

DIAGRAMA DE FLUJO DE LAS OPERACIONES DE ATENCIÓN AL CLIENTE


GRAFICO N° 21



Elaborado por: Autora de Tesis

El momento en que el cliente va acceder a nuestros servicios y cancela el costo de la visita de inspección a la vivienda se emite un Orden de Inspección en la que se detalla: el personal a cargo, área asistida, trabajo a realizar, materiales a utilizar y el tiempo de entrega del trabajo terminado.


a) **ORDEN DE INSPECCIÓN**

		EL KONSTRUCTOR <i>Trabajamos pensando en ti...</i>	
ORDEN DE INSPECCION		Nº:	
		<i>Cliente :</i>	
		<i>Personal a cargo:</i>	
		<i>Área asistida:</i>	
Trabajo a realizar			
1			
2			
3			
4			
5			
Materiales			
1			
2			
3			
4			
5			
Tiempo de entrega del trabajo			

Elaborado por: Autora de Tesis

Una vez determinado la situación actual del inmueble se procederá a llenar una Hoja de Trabajo debe ser llenada por el personal que realiza el trabajo y el cliente que recibe el servicio, en esta se detallará: materiales (cantidad y costo), mano de obra (número de trabajadores y costos), anticipo (valor y plazos de pago) y por último las respectivas firmas de autorizaciones para empezar el trabajo.

b) HOJA DE TRABAJO

		<h1 style="color: orange; text-decoration: underline;">EL KONSTRUCTOR</h1> <p style="color: blue; font-style: italic;">Trabajamos pensando en ti...</p>	
		HOJA DE TRABAJO	Nº
Cliente :			
Personal a cargo:			
Área asistida:			
Tiempo de entrega de al obra:			
MATERIALES			
CANTIDAD	DETALLE	V/Unitario	V/ Total
		TOTAL	
MANO DE OBRA			
CANTIDAD	DETALLE	C/ Unitario	C/Total
		TOTAL	
ANTICIPO			
50%	Fecha:		
25%	Fecha:		
25%	Fecha:		
Firma Autorizada			
<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/>			
Firma Personal Responsable		Firma Cliente	
<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/>		<hr style="width: 50%; margin: 0 auto;"/>	

Elaborado por: Autora de Tesis

4.2.2. Disponibilidad de materiales e instalaciones

- DESCRIPCION DE MATERIALES PARA BODEGA

A fin de poder cubrir los requerimientos de trabajo en cada área de servicio se ha decidido adquirir los siguientes materiales con sus valores correspondientes, (Ver Anexo N° 13), en el siguiente cuadro se detallan los valores subtotales por cada área y el valor total de todos estos:

TABLA N° 24	
MATERIALES PARA EL SERVICIO	
AREA	SUBTOTAL
<i>Albañilería y Pintura</i>	23102,76
<i>Plomería</i>	10653,72
<i>Electricidad</i>	21512,60
TOTAL	55269,08

Fuente: Estudio Financiero
Elaborado por: Autora de Tesis

Para la adquisición de estos materiales, se ha solicitado asesoramiento y cotizaciones a diversos proveedores del mercado local que han sido recomendadas por la mayoría de las personas dedicadas al negocio ya sea por la calidad de las mismas a demás por mantener un precio accesible.

- PROVEEDORES

Se trabajara con proveedores pertenecientes al sector de la construcción ubicados en la Ciudad de Quito para la compra de materiales e insumos, con los cuales se pactaran acuerdos comerciales especificando tiempos de entrega, cumplimiento y forma de pago.

Las empresas del sector otorgan prioridad a los pedidos cuyo plazo de pago es de 30 días o menos, por lo cual se trabajara con este plazo (30días) estableciendo implícitamente un acuerdo de cumplimiento al hacer parte de los clientes prioritarios.

- EQUIPOS DE OFICINA

Para la educada ejecución del negocio se requieren cinco computadores y cuatro impresoras, de las cuales:

- Dos computadores y una impresora en red estarán a cargo del Asistente Contable y del Asistente de Recurso Humanos.
- Un computador y su respectiva impresora estarán a cargo del Gerente General y otra a cargo del Administrador.
- Finalmente un computador y una impresora serán utilizados por la Recepcionista destinada para la operación del servicio (orden de inspecciona, hojas de trabajo, facturas, proformas, etc.).
-

TABLA Nº 25			
DESCRIPCION DE EQUIPOS DE OFICINA			
CANT	DETALLE	C/UNIT	C/TOTAL
3	Computadoras	504,00	1512,00
1	Impresora multifunción	548,80	548,80
3	Impresora	134,40	403,20
1	Infocus	740,00	740,00
1	Teléfono inalámbrico	78,40	78,40
2	Teléfono	50,40	100,80
		TOTAL	3383,20

Fuente: MOVICOMP
Elaborado por: Autora de Tesis

- **MUEBLES DE OFICINA**

Para el correcto desempeño de las funciones del personal se va a instalar muebles modulares de oficina que poseen diseños y características innovadoras y modernas además de lugares de trabajo, con el objetivo de facilitar las actividades laborales diarias, el trabajo individual y permitir espacios como salas de reunión específicas, áreas de recepción o bienvenida, áreas de descanso, etc.

TABLA N° 26				
DESCRIPCION DE MUEBLES DE OFICINA				
SECCION	CANT	DETALLE	C/UNIT	C/TOTAL
1	1	Counter + silla 	800,00	800,00
2	1	Triple tripersonal + bipersonal + mesa de centro (60x60) 	780,00	780,00
3, 5 y 6	3	Estación de trabajo de (1,80x1,50) + silla giratoria + 2 sillas de espera	725,00	2175,00
4	1	Estación de trabajo Gerente + sillón de Gerente 	1050,00	1050,00
	26m ²	Divisiones de ambiente media altura 	105,00	2730,00
	13,44m ²	Divisiones de ambiente para gerencia piso techo	105,00	1411,20
	5	Puertas y marco con sus respectivas seguridades	210,00	1050,00
7	26,88m ²	División para bodega en gypsum	23,00	618,24
	7	Instanterias de (0,90x2,00)	85,00	595,00
8	5m	Muebles de cocina	120,00	600,00
	2	Mesas + 6 sillas	100,00	200,00
9	1	Pizarrón de pedestal	240,00	240,00
	6	Pupitre	75,00	450,00
10	1	Locker de 10 servicios	450,00	450,00
			TOTAL	13149,44

Fuente: INTEGRAL OFFICE Productora – Comercializadora de Muebles de Oficina
 Elaborado por: Autora de Tesis

Cada día la localización se relaciona más estrechamente con la distribución, comercialización y venta de productos. Su importancia es fundamental sobre todo en el servicio que se pretende ofrecer, donde el contacto con el público objetivo es la base del servicio.

La microempresa deberá ubicarse donde pueda utilizar al máximo y en forma más conveniente las ventajas económicas, técnicas, geográficas, de seguridad y de infraestructura de la zona.

Dentro de la ciudad de Quito se seleccionó al Zona Sur en el que se desarrollara el servicio de la microempresa comprendiendo inicialmente la Parroquia de Chillogallo.

GRAFICO N° 22

La microempresa estará ubicada específicamente en el Barrio de Chillogallo debido a su alto nivel de crecimiento poblacional y por tener facilidades de:

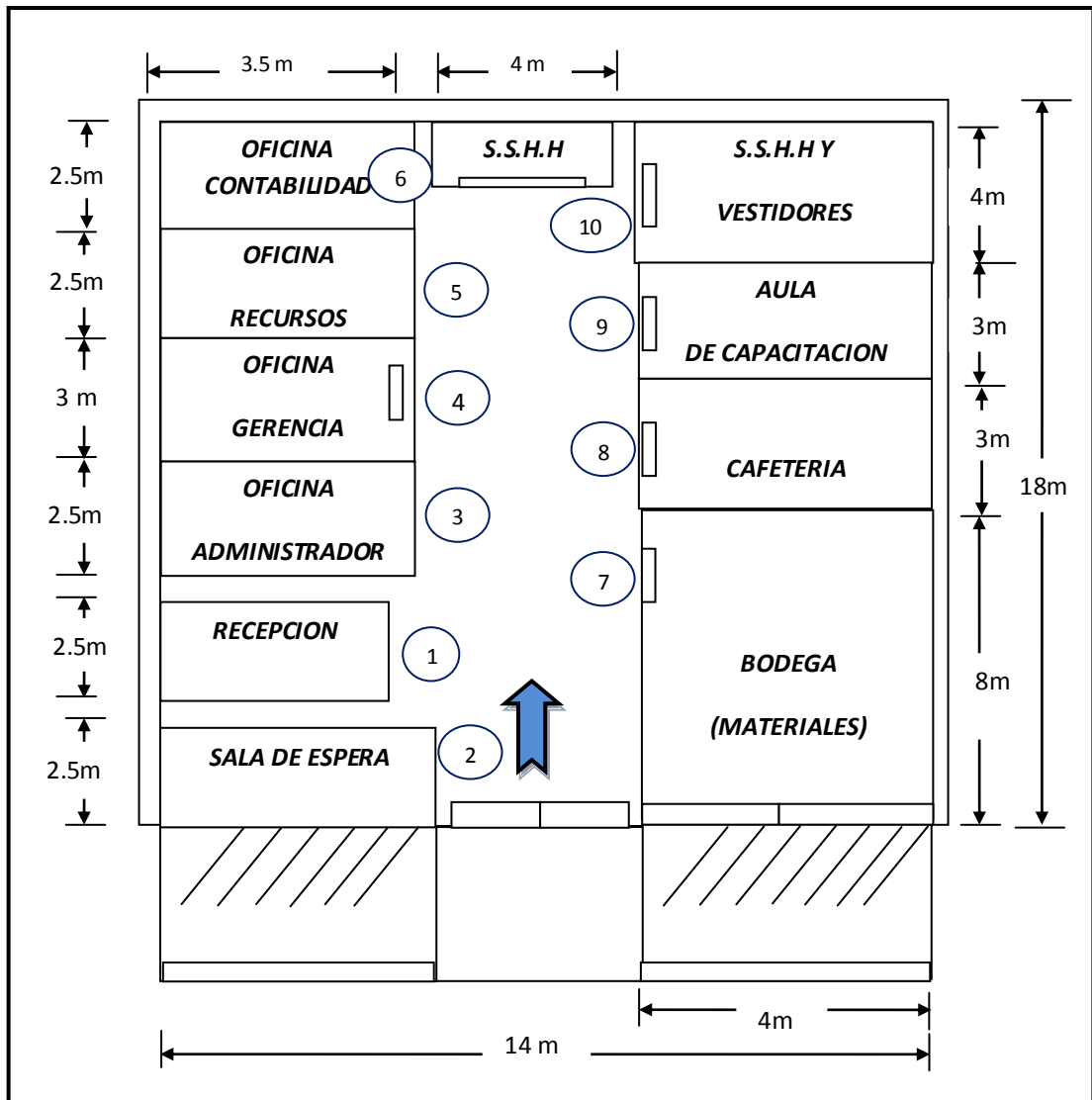
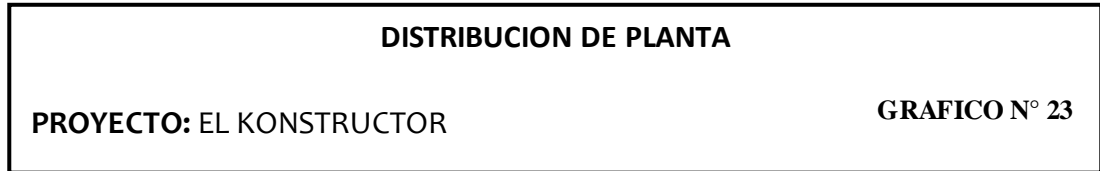
- Pasos elevados o intercambiadores de tráfico.
- Transporte Urbano y terrestre.
- Servicios Básicos (agua, luz y teléfono)
- Gasolineras
- Comercio



Proyectándose a mediano – largo plazo (5-10 o más años) se ha pensado localizar otras oficinas en sectores de la ciudad como el Norte, Centro y los Valles.

- DISTRIBUCION DE PLANTA

Aunque existirá indudable e inevitablemente variación tanto en el tamaño como en la ubicación del local, se pretende que el modelo ideal del servicio sea adecuado a los siguientes esquemas:



Elaborado por: Autora de Tesis

4.3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

Consiste en definir como se estructurará la empresa en cuando a al actividad ejecutiva, de su administración: aspectos organizacionales, legales, fiscales y reglamentaciones ambientales,

4.3.1. Antecedentes de la microempresa

Ante las diferentes circunstancias que predominan en nuestra realidad, como factores climáticos, desgaste de las tuberías y la vulnerabilidad de las redes internas de servicios públicos de las viviendas ante situaciones que puedan causar una avería, daño o deterioro y otras eventualidades; se hace necesario facilitar a los habitantes de la ciudad de Quito y sus alrededores, programas de asistencia técnica en mano de obra, que se traduzca en una solución inmediata al problema presentado.

Para el KONSTRUCTOR el tiempo es la principal herramienta, nadie quiere tener extraños dentro de su casa y la única manera de manejarlo bien es con personal calificado y profesional, además de contar con materiales y herramientas de calidad.

"Nosotros no buscamos clientes, sino, amigos". Al permitirnos entrar en la casa de una familia, estamos topando uno de los lugares más importantes de una persona, es por eso, que somos muy cuidadosos en los detalles, asesoría y cuanto a tiempo, materiales y economía.

Nuestra prioridad es la satisfacción de nuestros clientes

4.3.2. Cultura organizacional

-Misión

Proporcionar las mejores y más innovadoras opciones de servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas para el sector de la construcción satisfaciendo las más altas expectativas de los clientes, brindando productos de calidad y con un servicio excelente y oportuno.

-Visión

Convertirnos en una microempresa competitiva en el área de la construcción y mantenimiento contribuyendo al crecimiento y bienestar de la comunidad.

-Objetivos

Objetivo General

Constituir un portafolio de servicios que proporcionen opciones diferentes e innovadoras con el fin de captar una buena participación en el mercado que permita generar altas rentabilidades y mantener un excelente servicio

Objetivos Específicos

- Brindar un servicio de calidad al menor costo.
- Crear una cultura de prevención y mantenimiento de viviendas para evitar posteriores inconvenientes y gastos innecesarios.
- Ofertar una gama de opciones en cuanto a reparación y costo.
- Afianzar estrategias organizacionales que permitan el crecimiento de la microempresa por medio del recurso humano especializado en el campo de la construcción.
- Ser oportunos en el mercado ofreciendo la máxima calidad y los precios más competitivos.
- Administrar eficientemente los recursos con los que contamos.

-Principios y Valores Empresariales

Los siguientes valores y principios describen nuestra cultura y la imagen que deseamos ofrecer. Son fundamentales para impulsar a nuestra microempresa en la dirección adecuada.

- **Honestidad y Confidencialidad**

Debido a la naturaleza de la información que se nos comparte y que es la base para desarrollar nuestra labor, nos vemos obligados a hacer de estos dos valores la esencia de nuestro trabajo, con honradez, dignidad, equidad, solidaridad y modestia.

- **Trabajo en Equipo**

Complementamos y potenciamos las iniciativas, los conocimientos y recursos individuales, para hacerlo mejor.

- **Aprendizaje**

El aprendizaje es la clave de la continuidad y el éxito sostenible de un mercado más complejo y cada vez más competitivo. Pretendemos crear una cultura empresarial en la que podamos compartir y aprender unos de otros, una cultura del diálogo, la experimentación y la mejora continua.

- **Compromiso**

El compromiso fomenta nuestra lealtad con compañeros y clientes, y respalda nuestra dedicación al negocio, a través de la creación de un sentimiento de comunidad y compañerismo, el deseo de ayudar a otros y transformar las palabras en hechos.

- **Orientación hacia el servicio al cliente**

Una permanente actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los clientes, internos, externos y consumidor final; así como una constante investigación de sus necesidades.

- **Orientación al resultado**

La orientación al resultado es uno de los valores más importantes para el éxito. Significa, sobre todo, observar nuestros valores corporativos en la práctica diaria, una profesionalidad firme y un espíritu empresarial decidido, permitiéndonos alcanzar los niveles de beneficios, crecimiento, satisfacción del cliente e innovación que pretendemos conseguir.

4.3.3. Selección de personal

El personal que la microempresa procederá a seleccionar estará acorde a los requerimientos del mercado, los mismos que se reflejaron en las encuestas realizadas en el estudio de mercado, en el cual el servicio de plomería fue el más demandado, seguido por el servicio de albañilería y por último el servicio de electricidad.

En el siguiente cuadro se detalla el personal requerido por la microempresa para cubrir cada área de trabajo.

TABLA Nº 27	
REQUERIMIENTO DE PERSONAL	
CARGO	CANTIDAD
<i>Gerente</i>	1
<i>Administrador</i>	1
<i>Asistente de RRHH</i>	1
<i>Auxiliar Contable</i>	1
<i>Recepcionista</i>	1
<i>Maestro Albañil</i>	5
<i>Plomero</i>	4
<i>Electricista</i>	2
<i>Pintor</i>	2

Fuente: Estudio de mercado realizado en la Parroquia de Chillogallo
Elaborado por: Autora de Tesis

4.3.3.1. Contratación del personal

- Para la incorporación del personal administrativo y operativo se utilizarán los métodos formales de reclutamiento utilizados en las áreas de Recursos Humanos: solicitud de personal, recepción de hojas de vida, selección, entrevista.
- Para garantizar un personal calificado en el área operativa se realizarán pruebas básicas y simulaciones de situaciones cotidianas al personal postulante, el departamento de recursos humanos será el encargado de realizar este proceso, después de obtener los resultados de las pruebas se seleccionara las calificaciones más altas y posteriormente cada postulante al cargo tendrá entrevista con el Gerente, quien será el encargado de decidir si el aspirante será contratado y formará parte de la microempresa.

Clausulas de la contratación

- Con el administrador se pactará un contrato a termino indefinido con clausulas que permitan en algún momento dado que cualquiera de las partes decida terminar con el contrato.
- Con el resto del personal se realizara un contrato por el lapso de un año, y para su correspondiente renovación se evaluara el desempeño y el fiel cumplimiento de las funciones encomendadas.

4.3.4. Estructura organizacional

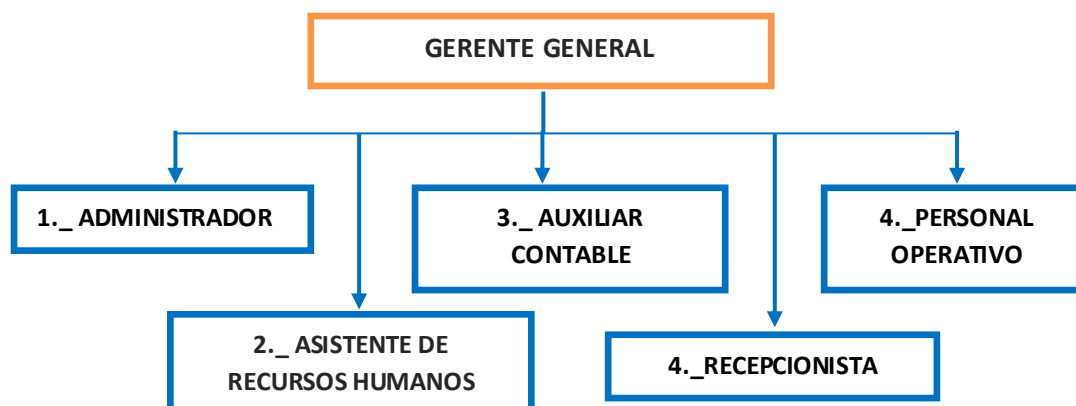
La estructura organizacional que la microempresa ha establecido se fundamenta en un modelo de gestión autocrático ya que es el gerente quien cumple y delega las actividades a realizarse, a la vez cumple con varios roles dentro de la misma, contando con el personal necesario para realizar las diferentes tareas para brindar un servicio personalizado.

El Gerente General abarca la mayor responsabilidad con el apoyo de los departamentos por lo que el clima organizacional es el adecuado ya que los trabajadores pueden exponer sus ideas.

Para cumplir con sus fines y objetivos EL KONSTRUCTOR tiene un perfil profesional de alto nivel, la mayoría de esos miembros son personas con amplia experiencia y conocimiento, respaldados por estudios universitarios a nivel de licenciatura e ingenierías en los diferentes puestos. .

4.3.4.1. Organigrama funcional

GRAFICO N° 24



Elaborado por: Autora de Tesis

La microempresa ha considerado estructurar un manual de funciones (Ver Anexo N°12) con el objetivo de detallar: actividades principales, autoridad y responsabilidades de los diferentes puestos de trabajo que componen la estructura organizacional.

A continuación detallamos brevemente la identificación del cargo con sus respectivas finalidades.

1. Cargo: Gerente General

Finalidad del cargo: Organizar, dirigir o coordinar el funcionamiento y desarrollo de la microempresa, en concordancia con la política y objetivos institucionales establecidos, ejerciendo su representación legal.

2. Cargo: Administrador

Finalidad del cargo: Responsable del correcto funcionamiento del establecimiento

3. Cargo: Asistente de Recursos Humanos

Finalidad del cargo: Ejecutar planes y programas pertinentes a la administración de personal, aplicando técnicas administrativas relacionadas con la gestión de recursos humanos.

4. Cargo: Auxiliar Contable

Finalidad del cargo: Mantener la información actualizada sobre el estado financiero y presupuestal de la microempresa facilitando así la gestión comercial.

5. Cargo: Secretaria / Recepcionista

Finalidad del cargo: Ejecutar actividades de apoyo administrativas que conlleven un grado de responsabilidad y confiabilidad requeridas por la Gerencia General.

4.3.4.2. Jornada laboral

La jornada laboral de la mayoría de los trabajadores será de 8 horas diarias. El local abrirá de 7 AM a 5 PM de lunes a viernes, y el sábado de 7AM a 1 PM.

TABLA N° 28											
JORNADA LABORAL											
CARGO	7:00	8:00	9:00	10:00	11:00	12:00	13:00	14:00	15:00	16:00	17:00
Gerente General	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Administrador *	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Asistente de RRHH	X	X	X	X	X	X	X				
Auxiliar Contable	X	X	X	X	X	X	X				
Recepcionista *	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Personal Operativo *	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
	X	<i>Personal que laborara tiempo completo</i>									
	X	<i>Personal que laborara medio completo</i>									
	*	<i>Personal que laborara el día sábado</i>									

Elaborado por: Autora de Tesis

4.3.4.3. Aspecto legal

Aquí se detallan algunas leyes que tienen injerencia directa o indirecta en la diaria operación de la microempresa: Ley de Régimen Tributario Interno, Ley de Seguridad Social y artículos citados en el Código de Trabajo.

- RESPONSABILIDAD TRIBUTARIA

La microempresa estará regulada bajo las normas vigentes del Servicio de Rentas Internas (SRI) del país, cumpliendo con aspectos básicos como la obtención del RUC en cualquiera de sus agencias; a más de acatarnos al reglamento de facturación que presidirá a la microempresa. Como cita el siguiente artículo de Ley de Régimen

Tributario Interno en el Capítulo II: según Art 64. Facturación del impuesto. (Ver Anexo N°4).

- **AFILIACION DEL PERSONAL AL IESS**

Manteniéndolas normas legales establecidas se acatará los estatutos contemplados en la Ley de Seguridad Social. Como citan los siguientes artículos de la Ley de Seguridad Social en el Capítulo II: según Art.2. Sujetos de Protección y Art. 9. Definiciones. (Ver Anexo N° 4).

- **CONTRATACION DEL PERSONAL**

En cuanto a la contratación del personal se mantendrá las disposiciones establecidas en la Constitución del Ecuador y el Código de Trabajo.

La microempresa estará enmarcada en las normas principales que atañen al Código de Trabajo y de acuerdo a un análisis previo de la misma se ha determinado el tipo de contratación a realizarse en la microempresa la cual va a ser un Contrato Individual de Trabajo por el lapso de un año.

Para lo cual se hará uso de los siguientes artículos del Código de Trabajo en el Capítulo I: según Art.6. Contrato individual de Trabajo, Art.15. Obligaciones del empleador, Art.18. Obligaciones del trabajador. (Ver Anexo N° 4).

4.3.5. Impacto ambiental

Además de brindar servicios, poner a disposición de la sociedad materiales necesarios y generar fuentes de empleo, se suma entre las obligaciones de la microempresa evaluar el impacto que sus actividades le ocasionarán al medio ambiente, ya que se ha vuelto una necesidad preservarlo.

4.3.5.1. Análisis del impacto ambiental de la planta

La adecuación de la infraestructura para el funcionamiento de la microempresa no especifica la necesidad de que una autoridad competente efectúe una revisión exhaustiva de sus instalaciones, ya que cumple con las regulaciones del medio ambiente, entonces se podrá obtener la autorización para la inicialización de sus operaciones, debido a que sus procedimientos generarán un impacto ambiental casi nulo en la comunidad de Quito, puesto que de ningún modo, se afectará el equilibrio ecológico de la zona, ni mucho menos, se pondrán en peligro la tranquilidad y seguridad de sus habitantes.

Se ha determinado que la planta no generará un impacto ambiental negativo dado que:

- En los procesos de comercialización no se usarán materiales ni sustancias contaminantes.
- Los equipos de trabajo como computadoras funcionarán a base de energéticos como la energía eléctrica que no tiende a contaminar, y como medida de seguridad, se usarán instalaciones confiables.
- Todo desecho generado durante el proceso se canalizará al basurero Municipal de la Ciudad.
- El ruido que se habrá de generar en la entrada y salida de los materiales es de mínima perceptibilidad y no afectará en las noches ya que sólo se trabaja en horarios de oficina.
- Durante el desarrollo del proceso de comercialización tampoco se expedirán malos olores.

4.3.6. Marco legal

Dentro de cualquier actividad en la que se quiera participar existen ciertas normas que se deben seguir para poder operar, las que son obligatorias y equitativas. Entre las principales se encuentran, las siguientes:

- **REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES – RUC**

- **RUC personas naturales**

Documento de registro para personas físicas, nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas. (Ver Anexo N°5)

- **LEGALIZACIÓN DEL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO**

Significa unificar criterios entre dos partes, para actuar bajo el marco legal. Si su establecimiento funciona en un lugar arrendado, usted requiere legalizar el contrato de arrendamiento a través de los Juzgados del Inquilinato o en una Notaria. (Ver Anexo N° 6)

- **PATENTE MUNICIPAL**

Es un documento que se habilita para el ejercicio de una actividad económica de carácter comercial, industrial o financiero, regulado por el Municipio de Quito; debe ser obtenida anualmente. (Ver Anexo N°7)

- **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS**

Sirve para contar con parámetros de prevención y seguridad, a fin de evitar riesgos, tales como incendios o siniestros. (Ver Anexo N°8)

- **REGISTRO DE UNA MARCA**

Una marca es cualquier signo distintivo que indica que ciertos productos o servicios han sido producidos o proporcionados por una persona o empresa determinada.

Es un signo que sirve para distinguir productos o servicios en el mercado.

La marca ayuda a los consumidores a identificar y comprar productos o servicios que se adecuen a sus necesidades.²⁰ (Ver Anexo N° 9)

- **CERTIFICADO POR GUÍAS DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES**

Lo emite la Secretaria de Ambiente del DMQ, basada en lo dispuesto en el Art.2 del Título I Principios Generales de la Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, numeral 1) que dice: Regulará el uso y la adecuada ocupación del suelo y ejecutara control sobre el mismo con competencia exclusiva y privativa las construcciones o edificaciones, su estado, utilización y condiciones: y el numeral 3) que dice: Prevendrá y controlará cualquier tipo de contaminación del ambiente. (Ver Anexo N° 10)

- **PERMISO PARA LA INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR**

Permite la colocación de publicidad externa en el establecimiento, los mismos que pueden variar según la magnitud del mismo. (Ver Anexo N° 11)

²⁰ IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)

4.4. ESTUDIO FINANCIERO

Pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto. Cuál será el costo total de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica, la que es muy importante para la toma de decisiones sobre la vida del proyecto.

Permitiendo demostrar la rentabilidad económica y la viabilidad financiera del proyecto y aportar las bases para su evaluación económica.

Para la creación de la microempresa “EL KONSTRUCTOR” dedicada a la prestación de servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas para el sector de la construcción, se especificara y determinara a lo largo del capítulo los distintos elementos del análisis financiero para determinar su rentabilidad.

A través del Estudio Financiero se pretende alcanzar:

- Determinar costos y gastos en los que se va a incurrir para la prestación del servicio.
- Establecer el monto de la inversión y el tiempo de recuperación en forma constante así como también el rendimiento que se genera por cada unidad invertida.
- Conocer si el proyecto es viable o no en términos monetarios mediante el respectivo análisis del flujo de caja proyectado, a la vida útil del proyecto.

4.4.1. Supuestos financieros

Para la realización del estudio y análisis financiero de la microempresa fueron utilizados los siguientes supuestos en indicadores económicos con el fin de proyectar los diversos estados y flujos financieros.

- Se maneja una inflación de precios de :

TABLA Nº 29					
PROYECCION DE LA INFLACION					
2011	2012	2013	2014	2015	2016
AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1,80%	3,64%	3,52%	3,40%	3,29%	3,19%

Fuente: BCE

Elaborado por: Autora de Tesis

- Los años contables estarán compuestos por periodos de 360 días.
- El incremento de salarios esta dada por la inflación esperada para el año.
- Se trabajara con una Tasa Activa de 11.76% y una Tasa Pasiva de 4.22%.
- La Tasa de Descuento utilizada para el estudio es del 11.63%.
- El préstamo solicitado se pagará a cinco años, en cuotas mensuales constantes en pago de capital, a una tasa del 15.30%.

4.4.2. Inversión inicial

El presente proyecto requiere de una inversión total de \$ 81.000.00 para su puesta en marcha, en este valor se incluyen los activos que deberá adquirir la microempresa, así como también los gastos en los que deberá incurrir para dar inicio a sus actividades, y el pago del personal del primer año de trabajo.

Su financiamiento se realizará a través de una institución bancaria, en este caso el Banco de Guayaquil, obteniendo un préstamo hipotecario de cincuenta y seis mil dólares. La diferencia (\$25.000.00) será financiada con aportación del Gerente Propietario

INVERSION TOTAL	81000,00
------------------------	-----------------

TABLA Nº 30	
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	
Concepto	Valor
Equipo de computación	2935,20
Equipo de oficina	179,20
Muebles de Oficina	13149,44
Bienes Muebles	1091,00
TOTAL	17354,84

TABLA Nº 31	
INVERSION EN GASTOS DE INSTALACION Y PUESTA EN MARCHA	
Concepto	Valor
Gastos Operacionales	1100,39
Otros gastos	70,00
Gastos constitución	550,00
Gastos de Publicidad	200,00
TOTAL	1920,39

TABLA Nº 32	
INVERSION EN SUMINISTROS Y MATERIALES PARA EL SERVICIO	
	Valor
TOTAL	56133.08

Elaborado por: Autora de Tesis

4.4.3. Proyección de ventas

TABLA Nº 33						
PROYECCION DE VENTAS						
	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
SUBTOTAL VENTAS	210072,82	217719,47	225383,20	233046,23	240713,45	248392,21
(-) IVA 12%	25208,74	26126,34	27045,98	27965,55	28885,61	29807,07
(=) TOTAL VENTAS	235281,56	243845,81	252429,18	261011,78	269599,06	278199,27

Ventas en dólares	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
SERVICIOS	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
Área de albañilería	89115,56	92359,37	95610,42	98861,17	102113,71	105371,13
Área de pintura	44850,00	46482,54	48118,73	49754,76	51391,69	53031,09
Área de azulejería	49755,00	51566,08	53381,21	55196,17	57012,12	58830,81
Área de electricidad	25965,00	26910,13	27857,36	28804,51	29752,18	30701,28
Área de plomería	25596,00	26527,69	27461,47	28395,16	29329,36	30264,97
TOTAL VENTAS	235281,56	243845,81	252429,18	261011,78	269599,06	278199,27

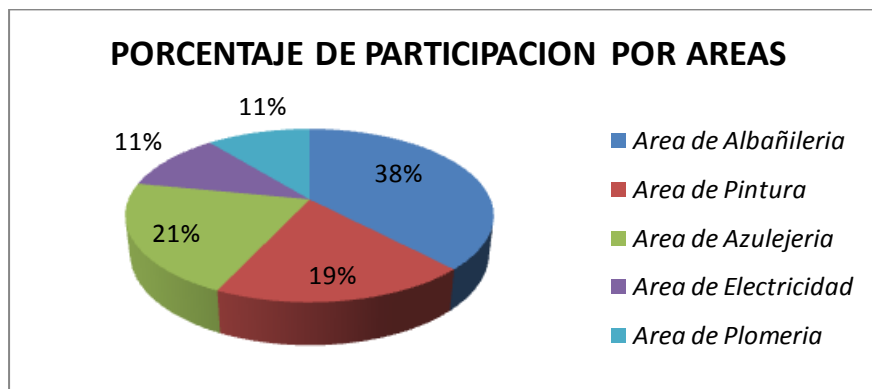
	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016
VENTAS MENSUALES	17506,07	18143,29	18781,93	19420,52	20059,45	20699,35
IVA MENSUAL	2100,73	2177,19	2253,83	2330,46	2407,13	2483,92

Elaborado por: Autora de Tesis

Las ventas netas entre los años 2011 y 2016 experimentan un crecimiento considerable que están representados por variables como atributos del servicio (calidad y precios), el reconocimiento de la microempresa, además del crecimiento de la población que demanda un mayor número de viviendas; logrando así incentivar el sector de la construcción.

En el siguiente grafico se puede observar que el Área de Albañilería tiene un 38% de participación en el total de ventas, seguida por el Área de Azulejería con un 21%, el Área de pintura con el 19% y por ultimo el Área de Electricidad y de Plomería con un 11% cada una.

GRAFICO N° 25



Elaborado por: Autora de Tesis

El área de albañilería es la que mayores ingresos genera para la microempresa, constituyéndose así en el servicio estrella, debido a los siguientes puntos:

- El sector de la construcción va muy de la mano del sector inmobiliario, esto se ha visto reflejado en los proyectos que se llevan a cabo en toda la ciudad; generando a su vez una demanda de mano de obra en un sin número de áreas y principalmente en el área de albañilería.
- Esta área se llega a constituir en la base primordial para la realización de cualquier estructura de construcción como: viviendas, locales comerciales, edificios, oficinas.
- Los precios de los materiales utilizados tienden a variar, y en su mayoría incrementan su costo en un 10 a 15% como es el caso del hierro, accesorios de PVC, material eléctrico y pinturas arquitectónicas y automotrices

- Además, el costo del cemento que ha que ha tenido un aumento del 3 al 4 % al inicio del año, siendo este producto un referente para la elevación de precios de otros materiales.
- Por ultimo, esta área es la que mejor retribución económica recibe, debido a que la mano de obra empleada tiene un conocimiento amplio de las actividades a desarrollarse en ésta y en las demás aéreas de trabajo, además en ésta área se demanda un mayor esfuerzo físico y largas horas de trabajo.

4.4.4. Precios de venta

Desde la perspectiva de costos el precio de venta deberá permitir cubrir los costos fijos y variables de la microempresa y dejar un margen unitario determinado de utilidad.

Desde las perspectivas del mercado el precio de venta estará determinado por:

- El precio de la MANO DE OBRA en cada área de servicio (\$15,00 a \$ 17,50 diarios)
- El precio promedio estimado que la población objetivo estaría dispuesto a pagar por el servicio que ofrece EL KONSTRUCTOR. (\$16,00)

Teniendo en cuenta las dos perspectivas se determino un precio de mano de obra por áreas, detalladas a continuación:

TABLA Nº 34		
PRECIO MANO DE OBRA		
AREA	ACTIVIDAD	COSTO MO DIARIO
Albañilería	<i>Trazo de ejes</i>	17,50
	<i>Fundición de mampostería</i>	17,50
	<i>Construcción de loza- encofrado- fundido</i>	17,50
	<i>Mampostería- enlucido- sacado de filos de ventana</i>	17,50
Pintura	<i>Preparación de paredes (limpieza, cogida de fallas, lijado, sellado)</i>	15,00
	<i>Pintura de interiores (p/paredes preparadas)</i>	15,00
	<i>Pintura de exteriores (p/paredes preparadas)</i>	15,00
	<i>Empaste</i>	15,00
Azulejería	<i>Instalación de cerámica (habitaciones)</i>	17,50
	<i>Instalación de porcelanato (mesones de cocina)</i>	17,50
	<i>Instalación de cenefas</i>	17,50
Electricidad	<i>Manguereada en loza - paso de guías, amarres de circuitos e instalación de accesorios</i>	15,00
	<i>Instalación de duchas</i>	15,00
Plomería	<i>Taponamiento de desagües</i>	15,00

Elaborado por: Autora de Tesis

El precio de Mano de Obra para los siguientes años será proyectado con el porcentaje de inflación respectivo para cada año.

4.4.5. Estado de pérdidas y ganancias

El Estado de Ganancias y Pérdidas, permite mostrar una relación clara y ordenada de los ingresos y egresos que se dan en un determinado periodo en la microempresa y, sirve como orientador en la toma de decisiones.

Este Estado Financiero nos permite analizar y verificar el comportamiento de las operaciones de ingresos y egresos y el efecto de estas en los resultados que pueden reflejarse en utilidad o pérdida.

A continuación presentamos un cuadro comparativo de los cinco años proyectados y el año inicial 2011.

TABLA Nº 35						
ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS						
(EN DÓLARES)						
CUENTAS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas	210072.82	217719.47	225383.20	233046.23	240713.45	248392.21
TOTAL INGRESOS	210072.82	217719.47	225383.20	233046.23	240713.45	248392.21
EGRESOS						
Gastos Administrativos						
IESS	8354,34	8658,44	8963,21	9267,96	9572,88	9878,26
Beneficios Sociales	16279,56	16872,14	17466,04	18059,88	18654,05	19249,11
Sueldos y Salarios	68760,00	71262,86	73771,32	76279,54	78789,14	81302,51
Publicidad	200,00					
Suministros y materiales	56133,08	58176,32	60224,13	62271,75	64320,49	66372,32
Arriendo	4800,00	4974,72	5149,83	5324,92	5500,11	5675,57
Servicios Básicos	840,00	870,58	901,22	931,86	962,52	993,22
Emisión de Facturas	200,00	207,28	214,58	221,87	229,17	236,48
Depreciación Acumulada	1612,76	1612,76	1612,76	1612,76	1612,76	1612,76
Amortización Otros Activos	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00	110,00
Total Gastos Administrativos	157289,74	162745,10	168413,09	174080,56	179751,13	185430,24
Total Gastos Financieros	8017.24	6691.23	5147.50	-	-	-
TOTAL GASTOS	165306.98	169436.34	173560.59	174080.56	179751.13	185430.24
Imprevistos	8265.35	8471.82	8678.03	8704.03	8987.56	9271.51
TOTAL EGRESOS	173572.33	177908.15	182238.62	182784.59	188738.69	194701.75
RESULTADO DEL EJERCICIO	36500.49	39811.32	43144.58	50261.64	51974.76	53690.46

Elaborado por: Autora de Tesis

Las ventas netas entre los años 2011 y 2016 presentan una ligera tendencia a crecer, como consecuencia de la posible variabilidad de los costos de los materiales de construcción utilizados en el servicio; como el cemento, hierro y pinturas que son los más utilizados y demandados.

4.4.6. Liquidación de utilidades

TABLA N° 36						
LIQUIDACION DE UTILIDADES						
(EN DÓLARES)						
CUENTAS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
RESULTADO DEL EJERCICIO	36500.49	39811.32	43144.58	50261.64	51974.76	53690.46
(-) 15% Participación empleados	5475.07	5971.70	6471.69	7539.25	7796.21	8053.57
Utilidad antes Imp. Renta.	31025.42	33829.62	36672.89	42722.40	44178.55	45636.89
(-) 25% Impuesto a la Renta	7756.35	8459.91	9168.22	10680.60	11044.64	11409.22
Utilidad después de Impuestos	23269.06	25379.72	27504.67	32041.80	33133.91	34227.67
(-) 5% Reserva Legal	1163.45	1268.99	1375.23	1602.09	1656.70	1711.38
UTILIDAD LIQUIDA	22105.61	24110.73	26129.44	30439.71	31477.22	32516.29

Elaborado por: Autora de Tesis

Como se puede ver en la Tabla N°36, el proyecto genera utilidades desde el primer año de funcionamiento, lo que nos indica que mejora la productividad de la administración al obtenerse ganancias con los recursos disponibles; dentro de los cinco años proyectados nunca se obtiene pérdida.

4.4.7. Flujo de caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y, por lo tanto, constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

El estudio de los flujos de caja dentro de una empresa puede ser utilizado para determinar:

- Problemas de liquidez. El ser rentable no significa necesariamente poseer liquidez. Una compañía puede tener problemas de efectivo, aun siendo rentable. Por lo tanto, permite anticipar los saldos en dinero.
- Para analizar la viabilidad de proyectos de inversión, los flujos de fondos son la base de cálculo del Valor Actual Neto y de la Tasa Interna de Retorno.

Además permite conocer la cantidad real que se debe pagar o cobrar, ya con todos los gastos incluidos.

4.4.8. Flujo de caja corriente y descontado

TABLA N° 37						
FLUJO DE CAJA CORRIENTE Y DESCONTADO						
INGRESOS	Inversión Inicial	Final Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		2011	2012	2013	2014	2015
Total Ingresos por ventas	81000,00	210072,82	217719,47	225383,20	233046,23	240713,45
TOTAL INGRESOS	81000,00	210072,82	217719,47	225383,20	233046,23	240713,45
TOTAL EGRESOS	-	173572.33	177908.15	188238.62	182784,59	188738,69
SALDO FINAL	-81000,00	36500.49	39811.32	43144.58	50261,64	51974,76

Elaborado por: Autora de Tesis

4.5. EVALUACIÓN ECONOMICA

Las técnicas de evaluación económica que se va a utilizar e el proyecto son

1. **TIR (Tasa Interna de Retorno)**
2. **VAN (Valor Actual Neto)**
3. **Relación Costo Beneficio**

Los indicadores financieros que permiten la evaluación del proyecto se detallan a continuación:

TABLA Nº 38						
INDICES DE EVALUACION						
CONCEPTO	Inversión Inicial	Final Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
		2011	2012	2013	2014	2015
FLUJOS DE FONDOS NOMINALES		36500.49	39811.32	43144.58	50261,64	51974,76
TASA DE DESCUENTO APLICABLE:Ke	-81000,00	0,12	0,12	0,12	0,12	0,12
FACTOR DE VALOR ACTUAL: $1/(1+Ke)^{ti}$		0,90	0,80	0,71	0,63	0,56
FLUJOS DE CAJA ACTUALIZADOS		32697.75	31853.84	30746.51	31799.98	29093.57
FNCi ACTUALIZADOS Y ACUMULADOS		32697.75	64551.59	95298.09	127098.07	156191.65
SUMA DE LOS FNCi ACTUALIZADOS		156191.65				
MONTO DE LA INVERSION INICIAL		-81000,00				

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	42.62%
VALOR ACTUAL NETO	75191.65
RELACION COSTO/BENEFICIO	0.92

Elaborado por: Autora de Tesis

4.5.1. Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR), mide el valor promedio de la inversión en términos porcentuales para los años de vida útil estimada del proyecto.

El criterio para aceptar o rechazar el proyecto se fundamenta en que si la TIR es menor que la tasa de descuento se debe rechazar el proyecto, en caso contrario se lo acepta.

Cabe decir que la TIR es la tasa máxima de interés efectiva a la cual el inversionista tomaría dinero para financiar la totalidad del proyecto, financiando con su producción la totalidad del capital y de sus intereses sin perder dinero.

Al calcular la TIR para el proyecto vemos que es mayor a la tasa de descuento, obteniendo una **TIR = 42.62%**, con lo cual confirmamos la rentabilidad del proyecto.

4.1.5.2. Valor actual neto

El Valor Actual Neto (VAN) determina la rentabilidad del proyecto, pues consiste en convertir los beneficios futuros a su valor presente considerando una tasa de interés.

El proyecto se acepta siempre y cuando el VAN sea mayor o igual a cero, caso contrario se rechaza.

Además en este indicador se compara todos los ingresos y egresos del proyecto en un solo momento de tiempo.

Con estas consideraciones obtenemos nuestro VAN= \$ 74552.83 donde podemos concluir que el proyecto es económicamente rentable durante los 5 años de vida del proyecto.

4.1.5.3. Costo beneficio

El análisis de costo-beneficio es una herramienta de toma de decisiones para desarrollar sistemáticamente información útil acerca de los efectos deseables e indispensable de los proyecto

El costo-beneficio está basado en el principio de obtener los mayores y mejores resultados al identificar todos los beneficios del proyecto y sus perjuicios.

Permite conocer el beneficio que se obtiene al invertir una unidad monetaria.

En el presente estudio de factibilidad por cada dólar que se invierte se obtiene una utilidad de 92 ctvs.

CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. CONCLUSIONES

A través de esta investigación se logró conocer un poco más acerca del sector de la construcción, su desarrollo, problemáticas y el panorama a futuro que se puede presentar.; además si sería factible la creación de una microempresa que preste servicios en el área de albañilería, plomería e instalaciones eléctricas en la ciudad de Quito.

- En una situación de crisis global las previsiones macroeconómicas pueden variar con cierta facilidad, pero se prevé que en 2010 se siga corrigiendo la tendencia de ejercicios anteriores y empiece la normalización para el sector inmobiliario y de la construcción. Los bajos tipos de interés seguirán siendo una de las claves principales para hacer más asequible la vivienda a los ciudadanos.
- El crecimiento del subsector de la construcción para el 2009 fue de un 3.6% y el alquiler de vivienda de 0.9%, estos resultados se pudieron obtener gracias a las políticas de inversión pública del gobierno nacional que se enfocaron en la ejecución de obras, consecución de proyectos eléctricos rezagados y la reconstrucción de la infraestructura vial.
- Se observa que en el último trimestre del 2009 se registró una recuperación del empleo gracias al crecimiento de algunos sectores como el de la construcción y de los bienes raíces, en donde se generaron más de 7 mil y 11 mil nuevas fuentes de empleo, respectivamente, la demanda de viviendas está muy ligada a la evolución de la economía y, en especial, del empleo.

- En el proyecto la diferenciación puede ser el punto de entrada más importante debido a que se va a implementar un servicio innovador, de fácil accesibilidad a todo público y con garantía y respaldo de la microempresa y de las marcas de los productos utilizados.
- El proyecto que se propone, está enfocado hacia la constante identificación de nuevas estrategias de marketing, que permitan generar el posicionamiento de la microempresa, detectar oportunidades de negocios y establecer servicios innovadores que ofrezcan características de valor para los clientes. Para lo cual se ha optado como mejor alternativa de espacio físico, iniciar las operaciones en un local de 250 m², ubicado en la zona sur de la ciudad de Quito, específicamente en el sector de Chillogallo.
- La viabilidad de implementación del sistema de prestación de servicios en el área de albañilería, plomería y electricidad en el sector sur de la ciudad de Quito, está determinado por el análisis económico del mismo, cuya factibilidad está reflejada en el flujo de caja proyectado, lo que permitió determinar que en un periodo de cinco años la microempresa recuperaría la inversión, con un margen de utilidad de noventa y dos centavos por cada dólar invertido, siendo rentable su implantación en el mercado con un TIR (Tasa Interna de Retorno) 42,62%, validando de esta manera la hipótesis planteada en el plan de tesis.

5.2. RECOMENDACIONES

- Se debe realizar un análisis periódico del mercado, en cuanto a competidores, nivel de aceptación del proyecto y expectativas del sector en relación a la propuesta planteada; logrando así, obtener ventajas y estrategias competitivas de mercado acorde a las características y requerimientos de los consumidores. De esta manera se podrá sacar partido de las cualidades de nuestra propia microempresa sin olvidarnos del entorno ni de los competidores, consiguiendo así tener características difíciles de imitar a corto plazo por la competencia y constituyéndonos en una microempresa modelo, en el sector.
- Para garantizar el servicio y cumplir con las expectativas del cliente y del mercado se debe implementar procesos de mejora continua como El Kaizen, en el que se involucra a todos, alta administración, gerente y trabajadores; con el fin de obtener un mayor número de soluciones e ideas que innoven el servicio.
- Al momento de establecer la microempresa en el mercado y evitar conflictos legales, se debe cumplir con lo establecido en la Constitución Ecuatoriana y todo lo relacionado al Mandato Número Ocho; además de definir con claridad la constitución legal acorde a las características de la microempresa y los reglamentos establecidos en la Ley de Compañías Código de Trabajo.
- Con el estudio realizado, información recopilada, inversión inicial y márgenes de utilidad obtenidos, se debería pensar en la posibilidad de constituir la microempresa EL KONSTRUCTOR como un modelo de organización empresarial, debido a que esto le dará una mayor credibilidad ante los clientes internos y externos, brindando mayor seguridad jurídica y económica a todos sus integrantes y consiguiendo así, una mayor seguridad financiera.

BIBLIOGRAFIA

- ANZOLA, Sérvulo, Administración de Pequeñas Empresas, 2da edición, 2006.

- <http://www.gestiopolis.com>

- PARRA, Ibarra América, El Desafío Legal de la Microempresa Informal, 1era edición, 1997.

- <http://www.bce.fin.ec/>

- CEPESIU, La Microempresa de los 90 en Ecuador, 2001.

- <http://www.degerencia.com>

- SAMUELSON, Nordhaus, Macroeconomía, Decimoctava edición, 2002.

- <http://www.ccquito.org/>

- STALEY, Eugene, Industrias Pequeñas para Países en Desarrollo, 1968.

- <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/main.html>

- MENDOZA, Carlos E., Metodología Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación, 3era edición.

- BICH, Sorensen, Peter, Introducción a la Macroeconomía Avanzada, Volumen I Crecimiento Económico, 2008.

- <http://www.marketwatch.com.ec/>

- <http://www.cambiemosecuador.com/2008/06/los-informales.html>

- ALTENBURG, TILMAN y QUALMANN, Regine, Modernización económica y empleo en América Latina propuestas para un desarrollo incluyente, Santiago de Chile, CEPAL, Marzo de 2001, serie No. 2

- <http://es.wikipedia.org/wiki/Kaizen>

- ARRIAGADA, Camilo, Pobreza en América Latina: nuevos escenarios y desafíos de políticas para el hábitat urbano. Santiago de Chile, CEPAL, Octubre de 2000, Serie No.27.

- <http://www.sri.gov.ec/>

ANEXOS

ANEXO N° 1

La presente LEY DE PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN AMBIENTAL

Capítulo V

DE LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN DEL AIRE

Art. 11.- Queda prohibido expeler hacia la atmósfera o descargar en ella, sin sujetarse a las correspondientes normas técnicas y regulaciones, contaminantes que, a juicio del Ministerio de Salud, puedan perjudicar la salud y vida humana, la flora, la fauna y los recursos o bienes del estado o de particulares o constituir una molestia.

Art. 12.- Para los efectos de esta Ley, serán considerados como fuentes potenciales de contaminación del aire:

- a) las artificiales, originadas por el desarrollo tecnológico y la acción del hombre, tales como fábricas, calderas, generadores de vapor, talleres, plantas termoeléctricas, refinerías de petróleo, plantas químicas, aeronaves, automotores y similares, la incineración, quema a cielo abierto de basuras y residuos, la explotación de materiales de construcción y otras actividades que produzcan o puedan producir contaminación; y,
- b) las naturales, ocasionadas por fenómenos naturales, tales como erupciones, precipitaciones, sismos, sequías, deslizamientos de tierra y otros.

Art. 13.- Se sujetarán al estudio y control de los organismos determinados en esta Ley y sus reglamentos las emanaciones provenientes de fuentes artificiales, móviles o fijas, que produzcan contaminación atmosférica.

Las actividades tendientes al control de la contaminación provocada por fenómenos naturales son atribuciones directas de todas aquellas instituciones que tienen competencia en este campo.

Art. 14.- Será responsabilidad del Ministerio de Salud, en coordinación con otras Instituciones, estructurar y ejecutar programas que involucren aspectos relacionados con las causas, efectos, alcances y métodos de prevención y control de la contaminación atmosférica.

Art. 15.- Las instituciones públicas o privadas interesadas en la instalación de proyectos industriales, o de otras que pudieran ocasionar alteraciones en los sistemas ecológicos y que produzcan o puedan producir contaminación del aire, deberán presentar al Ministerio de Salud, para su aprobación previa, estudios sobre el impacto ambiental y las medidas de control que se proyecten aplicar.

Capítulo VI

DE LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN DE LAS AGUAS

Art. 16.- Queda prohibido descargar, sin sujetarse a las correspondientes normas técnicas y regulaciones, a las redes de alcantarillado, o en las quebradas, acequias, ríos, lagos naturales o artificiales, o en las aguas marítimas, así como infiltrar en terrenos, las aguas residuales que contengan contaminantes que sean nocivos a la salud humana, a la fauna, a la flora y a las propiedades.

Art. 17.- El Instituto Ecuatoriano de Recursos Hidráulicos (INERHI) , en coordinación con los Ministerios de Salud y Defensa, según el caso, elaborarán los proyectos de normas técnicas y de las regulaciones para autorizar las descargas de líquidos residuales, de acuerdo con la calidad de agua que deba tener el cuerpo receptor.

Art. 18.- El Ministerio de Salud fijará el grado de tratamiento que deban tener los residuos líquidos a descargar en el cuerpo receptor, cualquiera sea su origen.

Art. 19.- El Ministerio de Salud, también, está facultado para supervisar la construcción de las plantas de tratamiento de aguas residuales, así como de su operación y mantenimiento, con el propósito de lograr los objetivos de esta Ley.

Capítulo VII

DE LA PREVENCIÓN Y CONTROL DE LA CONTAMINACIÓN DE LOS SUELOS

Art. 20.- Queda prohibido descargar, sin sujetarse a las correspondientes normas técnicas y regulaciones, cualquier tipo de contaminantes que puedan alterar la calidad del suelo y afectar a la salud humana, la flora, la fauna, los recursos naturales y otros bienes.

Art. 21.- Para los efectos de esta Ley, serán considerados como fuentes potenciales de contaminación, las sustancias radioactivas y los desechos sólidos, líquidos o gaseosos de procedencia industrial, agropecuaria, municipal o doméstica.

Art. 22.- El Ministerio de Agricultura y Ganadería limitará, regulará o prohibirá el empleo de sustancias, tales como plaguicidas, herbicidas, fertilizantes, desfoliadores, detergentes, materiales radioactivos y otros, cuyo uso pueda causar contaminación.

Art. 23.- El Ministerio de Salud, en coordinación con las municipalidades, planificará, regulará, normará, limitará y supervisará los sistemas de recolección, transporte y disposición final de basuras en el medio urbano y rural.

En igual forma este Ministerio, en coordinación con la Comisión Ecuatoriana de Energía Atómica, limitará, regulará, planificará y supervisará todo lo concerniente a la disposición final de desechos radioactivos de cualquier origen que fueren.

Art. 24.- Las personas naturales o jurídicas que utilicen desechos sólidos o basuras, deberán hacerlo con sujeción a las regulaciones que al efecto se dictará. En caso de contar con sistemas de tratamiento privado o industrializado, requerirán la aprobación de los respectivos proyectos e instalaciones, por parte del Ministerio de Salud.

Art. 25.- El Ministerio de Salud regulará la disposición de los desechos provenientes de productos industriales que, por su naturaleza, no sean biodegradables, tales como plásticos, vidrios, aluminio y otros.

Capítulo VIII

DE LAS SANCIONES

Art. 29.- Se concede acción popular para denunciar ante las autoridades competentes, toda actividad que contamine el medio ambiente.

Art. 30.- Son supletorias de esta Ley, el Código de la Salud, la Ley de Aguas, el Código de Policía Marítima y las demás leyes que rigen en materia de aire, agua, suelo, flora y fauna.

ANEXO N° 2

1._ ESQUEMA DE LAS ENCUESTAS PILOTO.

1._ ENCUESTA PARA OBREROS INDEPENDIENTES QUE PRESTAN SERVICIOS EN EL AREA DE LA CONSTRUCCION

OBJETIVO: Determinar los principales requerimientos de la mano de obra en el área de construcción

Datos informativos:

Edad: _____ **Sexo:** _____ **Instrucción:** _____

1._ ¿Que actividades realiza usted en el área de la construcción?

2._ ¿Qué nivel de instrucción tiene?

- Primaria
- Secundaria
- Universitario
- Ninguna

3._ ¿Ha recibido cursos de capacitación?

Si

No

4._ ¿Estaría dispuesto a trabajar en una empresa en relación de dependencia?

Si

No

5._ ¿Considera qué podría incrementar sus ingresos si perteneciera a una empresa legalmente establecida?

Si

No

2._ ENCUESTA PARA HABITANTES DE LA PARROQUIA

OBJETIVO: Medir las necesidades en el mantenimiento de viviendas

1._ ¿Realiza usted mantenimiento de su vivienda?

Siempre

Algunas veces

2._ ¿Qué tipo de mantenimiento realiza frecuentemente?

Instalaciones eléctricas....

Plomería.....

Albañilería.....

Otros.....

3._ ¿Cuanto paga usted por el servicio de mantenimiento?

.....

3._ ¿El mantenimiento lo realiza de manera formal o informal?

Formal

Informal

ANEXO N° 3

**ENCUESTA PARA LOS HABITANTES DE LA PARROQUIA DE
CHILLOGALLO**

OBJETIVO: Apreciar como se encuentra el mercado de la construcción en lo referente a precio, calidad y servicio que se brinda en el sector.

Datos informativos:

Edad: _____ **Sexo:** _____ **Instrucción:** _____

1._ ¿Qué tipo de servicio requiere usted con mayor frecuencia?

Instalaciones eléctricas.....
Plomería.....
Albañilería.....

2._ ¿Cuanto paga Usted por el servicio de electricidad por punto eléctrico?

.....

3._ ¿Considera que el precio es adecuado para el servicio obtenido?

Si No

4._ ¿Conoce Usted alguna empresa que se dedique a brindar el servicio de mantenimiento en el área de la construcción en lo relacionado a pintura, plomería y albañilería?

Si No

5._ Si respondió afirmativamente a la pregunta anterior, ¿Ha utilizado este servicio?

Si No

6._ Si Usted ha utilizado este servicio califíquelo

Excelente.....
Bueno.....
Regular.....
Malo.....
Pésimo.....

7._ ¿Considera que podría ser beneficioso para usted que exista una empresa que le preste este servicio?

Si No

8._ ¿Preferiría contratar a un obrero independiente o a una persona recomendada por una empresa?

Si No

9._ ¿Le gustaría que la empresa le proporcione los materiales requeridos para el servicio que necesita?

Si No

ANEXO N°4

RESPONSABILIDAD TRIBUTARIA

“**Art. 64. Facturación del impuesto.** Los sujetos pasivos del IVA tienen la obligación de emitir y entregar al adquirente del bien o al beneficiario del servicio facturas, boletas o notas de venta, según el caso, por las operaciones que efectúe, en conformidad con el reglamento. Esta obligación regirá aun cuando la venta o prestación de servicios no se encuentren gravados o tengan tarifa cero. En las facturas, notas o boletas de venta deberá hacerse constar por separado el valor de las mercaderías transferidas o el precio de los servicios prestados y la tarifa del impuesto; y el IVA cobrado.”

AFILIACION DEL PERSONAL AL IEES

“**Art. 2. Sujetos de Protección.**

Son sujetos "obligados a solicitar la protección" del Seguro General Obligatorio, en calidad de afiliados, todas las personas que perciben ingresos por la ejecución de una obra o la prestación de un servicio físico o intelectual, con relación laboral o sin ella; en particular:

- a. El trabajador en relación de dependencia;
- b. El trabajador autónomo;
- c. El profesional en libre ejercicio;
- d. El administrador o patrono de un negocio;
- e. El dueño de una empresa unipersonal;
- f. El menor trabajador independiente; y,
- g. Los demás asegurados obligados al régimen del Seguro General Obligatorio en virtud de leyes y decretos especiales.”

“Art. 9. Definiciones._ Para los efectos de la protección del Seguro General

Obligatorio:

a. Es trabajador en relación de dependencia el empleado, obrero, servidor público, y toda persona que presta un servicio o ejecuta una obra, mediante un contrato de trabajo o un poder especial o en virtud de un nombramiento extendido legalmente, y percibe un sueldo o salario, cualquiera sea la naturaleza del servicio o la obra, el lugar de trabajo, la duración de la jornada laboral y el plazo del contrato o poder especial o nombramiento;”

CONTRATACION DEL PERSONAL

“Art. 6. Contrato individual de trabajo.

1. Contrato individual de trabajo es el acuerdo en virtud del cual una persona se obliga a prestar servicios a otra u otras, bajo su dependencia, mediante el pago de una remuneración.
2. El contrato individual de trabajo puede ser celebrado por tiempo indefinido, a plazo fijo, para una obra determinada o por tarea.”

En dicho contrato se establecerá de forma clara las obligaciones del empleador y del trabajador para establecer una relación de trabajo eficaz para la empresa.

“Art. 15.- Obligaciones del empleador

Son obligaciones del empleador frente a sus trabajadores:

1. Pagar puntualmente las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
2. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, y no inferirles maltratos de palabra o de obra;
3. Mantener una adecuada política de seguridad e higiene.

4. Respetar la intimidad del trabajador y tener la consideración debida a su dignidad, comprendida la protección frente a ofensas verbales o físicas de naturaleza sexual.
5. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado.
6. Suministrar cada año, en forma completamente gratuita, por lo menos un vestido adecuado para el trabajo a quienes presten sus servicios;
7. Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, sin que le sea lícito retener esos útiles e instrumentos a título de indemnización, garantía o por cualquier otro motivo;
8. Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para ser atendidos por los facultativos de la Dirección del Seguro General de Salud Individual y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o para satisfacer requerimientos o notificaciones judiciales. Tales permisos se concederán sin reducción de las remuneraciones;
9. Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo. Cuando el trabajador se separe definitivamente, el empleador estará obligado a conferirle un certificado que acredite:
 - a) El tiempo de servicio;
 - b) La clase o clases de trabajo realizados; y.
 - c) Los salarios o sueldos percibidos; y
10. Las demás establecidas en este Código.”

“Art. 18.- Obligaciones del trabajador

Son obligaciones del trabajador:

1. Ejecutar el trabajo en los términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero apropiados, en la forma, tiempo y lugar convenidos;
2. Tratar al empleador y a los demás trabajadores con la debida consideración, y no inferirles maltratos de palabra o de obra;
3. Conservar en buen estado los instrumentos y útiles de trabajo, sin tener responsabilidad por el deterioro que origine el uso normal de esos objetos, ni del ocasionado por caso fortuito o fuerza mayor;
4. Trabajar, en casos de peligro o siniestro inminentes, por un tiempo mayor que el señalado para la jornada máxima y aún en los días de descanso, cuando peligren los intereses de sus compañeros o del empleador, dentro de los límites y con los derechos establecidos por este Código;
5. Observar buena conducta durante el trabajo;
6. Cumplir las disposiciones del reglamento interno expedido en forma legal;
7. Dar aviso oportuno al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo;
8. Comunicar al empleador o a su representante los peligros de daños materiales que amenacen la vida o los intereses del empleador, de los demás trabajadores, o de terceros;
9. Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales o de fabricación de los productos a cuya elaboración concurra, directa o indirectamente, o de los que tenga conocimiento por razón del trabajo que ejecuta;
10. Sujetarse a las medidas preventivas e higiénicas que impongan las autoridades y el empleador; y,
11. Las demás establecidas en este Código.”

ANEXO N° 5

REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES – RUC



RUC personas naturales

Documento de registro para personas físicas, nacionales o extranjeras que realizan actividades económicas.

REQUISITOS PARA LA INSCRIPCIÓN DE PERSONAS NATURALES	
REQUISITOS GENERALES	
<i>Si su trámite es personal debe presentar</i>	
Identificación del contribuyente dependiendo del caso	Si usted es Ecuatoriano o Extranjero Residente: Original y copia a color de la cedula vigente
	Si usted es Extranjero no residente: Original y copia a color del pasaporte (con hojas de identificación) y tipo de visa (excepto la tipo 12-X de transeúntes); tanto pasaporte como visa deben encontrarse vigentes. Si usted es refugiado: original y copia a color de la credencial de refugiado
	Solo ecuatorianos: Original del certificado de votación (exigible hasta un año posterior a los comicios electorales). Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por la Consejo Nacional Electoral o Provincial
Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que realizará la actividad, pueden estar o no a su nombre:	Planilla de servicios básicos (agua, luz o teléfono). Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. En caso de que las planillas de servicios básicos sean emitidas de manera acumulada y la última emitida no se encuentra vigente a la fecha, se adjuntará también un comprobante de pago de cualquiera de los últimos tres meses.
	Estado de cuenta bancario, o del servicio de televisión pagada, o de telefonía celular o de tarjeta de crédito. Debe corresponder a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. Únicamente los estados de cuenta bancario y de tarjeta de crédito deberán encontrarse a su nombre.
	Comprobante de pago del impuesto predial. Debe corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediatamente anterior.
	Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de inmuebles.
	Escritura de propiedad o de compra venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión.
	Certificación de la Junta Parroquial más cercana al lugar del domicilio, solo en caso de que el predio no esté catastrado

REQUISITOS ADICIONALES, QUE SE PRESENTARAN SI USTED CUMPLE CON ALGUNO DE LOS SIGUIENTES CASOS	
Si usted realiza actividades relacionadas a:	<i>Deberá presentar adicionalmente original y copia de:</i>
Artesanos	Calificación artesanal vigente emitida por el organismo competente: Junta Nacional del Artesano o MIPRO.
Contadores	Título o carnet del colegio profesional respectivo. Si trabaja en relación de dependencia deberá presentar adicionalmente una certificación del empleador o la acción de personal administrativa APA (nombramiento). La certificación que indique que el contador se encuentre bajo relación de dependencia puede estar suscrita por el Representante Legal o por el responsable de Recursos Humanos.
Diplomáticos	Credencial de agente diplomático.
Profesionales	Título universitario avalado por el CONESUP, o Certificado otorgado por el CONESUP, o Carnet otorgado por el respectivo colegio profesional. Para el caso de títulos obtenidos en el exterior, estos deben encontrarse avalados por el CONESUP. Si en la cédula del contribuyente consta el título profesional, ya no será necesario presentar este documento.
Actividades educativas	Acuerdo ministerial para el funcionamiento de jardines de infantes, escuelas y colegios.
Menores no emancipados	Original y copia a color del documento de identificación vigente del representante del menor (padre o madre) quien solicitará el respectivo trámite. El documento de identificación podrá ser cédula, pasaporte o carnet de refugiado, según corresponda.
Menores emancipados	Escritura pública en caso de emancipación voluntaria; o Sentencia judicial emitida por el Juez competente; o Acta de matrimonio en caso de que en la cédula no conste el estado civil.
Notarios y Registradores de la Propiedad y Mercantiles	Nombramiento otorgado por el Consejo Nacional de Judicatura

Observaciones Generales

*Las copias de los requisitos presentados deberán estar en buenas condiciones y no en papel térmico

Procedimiento:

1. Tomar un turno en información.
2. Entregar los requisitos en la mesa de servicios y retirar el RUC.

ANEXO N° 6

LEGALIZACIÓN DEL CONTRATO DE ARRENDAMIENTO

Significa unificar criterios entre dos partes, para actuar bajo el marco legal. Si su establecimiento funciona en un lugar arrendado, usted requiere legalizar el contrato de arrendamiento a través de los Juzgados del Inquilinato o en una Notaria.

A. Legalización a través de los Juzgados del Inquilinato

Requisitos: Original y 4 copias del contrato de arrendamiento.

Procedimiento:

1. Ingresar los requisitos en la sala de sorteos ubicada en el segundo piso del Palacio de Justicia.
2. Averiguar en esa ventanilla en que sala de los Juzgados de Inquilinato deberá retirar el contrato legalizado (ventanilla 9).
3. Retirar el contrato legalizado dentro de 3 días laborables, en los Juzgados de Inquilinato, en la sala asignada según el sorteo.

Valor del trámite: Gratuito

B. Legalización a través de una Notaría

Requisitos:

- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del arrendatario y arrendador.
- Contrato de arrendamiento original.
- Presencia de las dos partes para reconocimiento de firmas.

Procedimiento:

1. Presentar y firmar la documentación requerida ante un notario.
2. Retirar el contrato de arrendamiento legalizado.

Valor del trámite: De 10 USD en adelante

ANEXO N° 7

PATENTE MUNICIPAL

Es un documento que habilita para el ejercicio de una actividad económica de carácter comercial, industrial o financiero, regulado por el Municipio de Quito; debe ser obtenida anualmente.



Requisitos:

- Formulario de declaración del impuesto de patentes. (Este formulario se lo compra en la tesorería de la Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento y tiene un valor de 0.20 USD).
- Original y copia de la cédula y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Original y copia del RUC.
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías en caso de ser persona jurídica.
- Clave catastral. (Se la obtiene en la ventanilla de información de la Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento). Para establecimientos de alojamiento, recreación, diversión y esparcimiento deberá presentar informe de compatibilidad de uso de suelo favorable.

Procedimiento:

1. Llenar el formulario con los datos requeridos.
2. Tomar un turno en información.
3. Ingresar el formulario en la ventanilla asignada en el turno. En esta ventanilla se registra el establecimiento y se le asigna un número de trámite al formulario presentado.
4. Presentar en las ventanillas de recaudación la copia del formulario en el que consta el número de trámite, pagar el valor de Patente indicado por el recaudador, y, retirar el documento de la Patente Municipal en la misma ventanilla de recaudación.

Lugar: Administración Zonal a la que corresponda el establecimiento

Tiempo de entrega: De 30 minutos a 1 hora aprox. (depende de la cantidad de personas a ser atendidas)

Valor del trámite: Depende del capital del establecimiento

ANEXO N° 8

PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Sirve para contar con parámetros de prevención y seguridad, a fin de evitar riesgos, tales como incendios o siniestros.



Requisitos:

- Formulario de solicitud de inspección. (Se lo compra en la tesorería de las oficinas del CBQ y tiene un valor de 1 USD).
- Copia de la cedula, RUC y Patente Municipal.
- Informe favorable de inspección.

Procedimiento:

1. Llenar el formulario con los datos del establecimiento y del propietario del establecimiento.
2. Ingresar el formulario de inspección en el departamento de prevención del CBQ.
3. Esperar de 1 a 15 días laborables para la inspección. En esta visita el inspector del CBQ entregara una copia del informe favorable de inspección.
4. Retirar el permiso de funcionamiento, 2 días después de la inspección, en la Dirección de Operaciones. Para esto se requiere la copia del informe favorable de inspección (otorgada por el inspector durante la visita) y una copia de la Patente Municipal.

Tiempo de entrega: 15 días (inspec.) + 2 días (emisión/permiso) = 17 días laborables
Valor del trámite: 1 USD

Observaciones:

Durante la inspección, si el funcionario del CBQ considera necesario, solicitará que el establecimiento cuente con un **Plan de Contingencia**; ésta es una herramienta de prevención y seguridad. En este caso, el CBQ proporciona asesoría gratuita para realizar el Plan, su elaboración tarda mínimo 4 días, dependiendo de la dificultad del caso.

ANEXO N° 9

REGISTRO DE UNA MARCA



¿Qué es una marca? ²¹

Una marca es cualquier signo distintivo que indica que ciertos productos o servicios han sido producidos o proporcionados por una persona o empresa determinada.

Es un signo que sirve para distinguir productos o servicios en el mercado.

La marca ayuda a los consumidores a identificar y comprar productos o servicios que se adecuen a sus necesidades.



¿Para que sirve una marca?

- La marca protege al titular o dueño, garantizándole el derecho exclusivo para su uso.
- Las marcas promueven la iniciativa y la libre empresa, así como la calidad y prestigio de los productos. Protege al dueño de los competidores desleales y de los productos falsificados.
- El tiempo de una marca es de 10 años. Pero puede renovarse indefinidamente.

¿Qué clase de marcas pueden registrarse?

Las marcas pueden consistir en una o varias palabras, letras o números, o la combinación de los dos.

Existen tres clases de marcas:

-  Denominativa: representada por letras o números, o la combinación de los dos.
-  Figurativa: un diseño o logotipo.
- Mixta: una combinación de las dos anteriores, es decir, letras o números acompañados por un logotipo.

²¹ IEPI (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual)

Procedimiento:

- Llenar una solicitud o formulario que entrega gratuitamente el IEPI
- Adjuntar el comprobante original de pago de la tasas por registro de marcas (\$54)
- Adjuntar el nombramiento del representante legal, en el caso de personas jurídicas
- Examen del cumplimiento de los requisitos formales
- Publicación del extracto de las solicitudes en la gaceta del IEPI (circula mensualmente)
- Plazo para que terceros puedan oponerse al registro de la marca
- Examen de registrabilidad, para verificar si procede o no el registro de la marca
- El Director Nacional de la Propiedad Industrial expide una resolución aprobando o negando el registro de la marca
- Emisión del título, en el caso de aprobación de la marca, previo el pago de una tasa de \$ 28 (pago único, cada 10 años)
- Tiempo aproximado del tramite: 5 a 6 meses

ANEXO N° 10

CERTIFICADO POR GUÍAS DE BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES



Lo emite la Secretaria de Ambiente del DMQ, basada en lo dispuesto en el Art.2 del Título I Principios Generales de la Ley de Régimen para el Distrito Metropolitano de Quito, numeral 1) que dice: Regulará el uso y la adecuada ocupación del suelo y ejecutara control sobre el mismo con competencia exclusiva y privativa las construcciones o edificaciones, su estado, utilización y condiciones: y el numeral 3) que dice: Prevendrá y controlará cualquier tipo de contaminación del ambiente.

Requisitos:

- Registrarse en la Secretaria de Ambiente del DMQ (llenar el registro).
- Copia del RUC.
- Clave Catastral del predio.
- Inspección aprobada de GPA, por parte de la EMQT.
- Comprobante de pago de Fondo Ambiental.

Procedimiento:

1. Registrarse en la Secretaria de Ambiente del DMQ.
2. Obtener la orden de pago en la Secretaria de Ambiente del DMQ.
3. Cancelar la orden de pago en cualquier Administración Zonal, luego de realizada la inspección.
4. Entregar en la Secretaria de Ambiente.

Lugar: Secretaria de Ambiente

Tiempo de entrega: 1 día laborable

Costo: 43,60 USD

ANEXO N° 11

PERMISO PARA LA INSTALACIÓN DE PUBLICIDAD EXTERIOR



Permite la colocación de publicidad externa en el establecimiento, los mismos que pueden variar según la magnitud del mismo.

Requisitos:

- Copia de la Patente Municipal actualizada.
- Original y copia de la cédula de ciudadanía y papeleta de votación del propietario o representante legal.
- Escritura de constitución legalizada en caso de ser persona jurídica.
- Copia de la carta de pago del impuesto predial.
- Autorización escrita del dueño del inmueble, notariada con reconocimiento de firmas.
- Informe de Regulación Metropolitana.
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo. (A excepción de los establecimientos que por su actividad son: Agencias de viajes y Transporte Turístico)
- Fotografía actual de la fachada del inmueble y croquis.
- Comprobante de pago de la Tasa de Publicidad Exterior. Este pago se lo realiza en las ventanillas de recaudación del Municipio.

Procedimiento:

1. Ingresar todos los requisitos en la ventanilla de entrega y recepción de documentos del Municipio. A excepción del comprobante de pago de la Tasa de Publicidad Exterior.
2. Esperar la visita del inspector en un lapso máximo de 7 días laborables.
3. Retirar el valor de la Tasa de Publicidad en la ventanilla. (Este valor se lo puede retirar 8 días después de realizada la inspección en la ventanilla de entrega y recepción de documentos).
4. Pagar el valor de la tasa en las ventanillas de recaudación del Municipio.
5. Entregar el comprobante de pago de la Tasa de Publicidad en la ventanilla de entrega y recepción de documentos y retirar el permiso de publicidad exterior (en la misma ventanilla).

Tiempo de entrega: 15 días laborables

Valor del trámite: Depende de las dimensiones de la publicidad

ANEXO N° 12

MANUAL DE FUNCIONES

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:	GERENTE GENERAL
FINALIDAD DEL CARGO:	Organizar, dirigir o coordinar el funcionamiento y desarrollo de la Empresa, en concordancia con la política y objetivos institucionales establecidos, ejerciendo su representación legal.
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none">• Representar a la Empresa como persona jurídica y autorizar con su firma los actos y contratos en que ella tenga que intervenir• Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización, determinado los factores críticos de éxito, estableciendo los objetivos y metas específicas de la Empresa• Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas• A través de sus subordinados vuelve operativos a los objetivos, metas y estrategias desarrollando planes de acción a corto, mediano y largo plazo• Crear un ambiente en el que las personas puedan lograr las metas de grupo con la menor cantidad de tiempo, dinero, materiales, es decir optimizar los recursos disponibles• Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción• Preparar descripciones de tareas y objetivos individuales para cada área funcional liderada por su gerente• Definir necesidades de personal consistentes con los objetivos y planes de la empresa• Seleccionar personal competente y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades• Ejecutar un liderazgo dinámico para volver operativos los planes y estrategias determinados• Desarrollar un ambiente de trabajo que motive positivamente a los individuos y grupos organizacionales• Medir continuamente la ejecución y comparar los resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión)• Supervisar constantemente los principales indicadores de la empresa con el fin de tomar decisiones adecuadas, encaminadas a lograr un mejor desempeño de la empresa• Mantener contacto continuo con proveedores, en busca de nuevas tecnologías o materias primas, insumos y productos mas adecuados• Se encarga de la contratación y despido del personal• Cualquier transacción financiera mayor como obtención de préstamos, etc. Deben contar con su aprobación• Evaluar el desempeño del personal a su cargo, acorde a la política y objetivos institucionales establecidos	

<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y supervisar las acciones de mejora y rediseño de procesos del negocio, la calidad del servicio y la productividad empresarial 	
<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir y coordinar las relaciones de cooperación internacional e interinstitucional 	
<ul style="list-style-type: none"> • Nombrar, dar posesión y remover a los empleados de la Empresa 	
<ul style="list-style-type: none"> • Adoptar los reglamentos, manuales de funciones y dictar normas y procedimientos necesarios para el cumplimiento de las actividades de la Entidad 	
<ul style="list-style-type: none"> • Adoptar los reglamentos, manuales de funciones y dictar normas y procedimientos necesarios para el cumplimiento de las actividades de la Entidad 	
<ul style="list-style-type: none"> • Ordenar los gastos, reconocer y disponer los pagos a cargo de la Empresa 	
<ul style="list-style-type: none"> • Distribuir la planta global de personal y crear los grupos internos de trabajo que considere necesario para el cumplimiento de las funciones propias de la Entidad 	
REQUERIMIENTOS	
Educación	
Estudios	Profesional en administración de empresas, ingeniería en gerencia y liderazgo o carreras afines
Conocimientos	Relaciones públicas, servicio al cliente, mercadeo, conocimientos de informática
EXPERIENCIA	
	Mínimo un año como administrador

Elaborado por: Autora de Tesis

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:	ADMINISTRADOR
FINALIDAD DEL CARGO:	Responsable del correcto funcionamiento del establecimiento
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Supervisar las labores propias del local 	
<ul style="list-style-type: none"> • Atender a los clientes 	
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar actividades de operación, logística y mantenimiento 	
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar los inventarios 	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar pedidos de materiales 	
<ul style="list-style-type: none"> • Mantener informado al jefe inmediato sobre la situación del negocio 	
<ul style="list-style-type: none"> • Realizar y diligenciar todos los documentos correspondientes al establecimiento 	
REQUERIMIENTOS	
Educación	
Estudios	Profesional en administración de empresas, ingeniería en gerencia y liderazgo
Conocimientos	Relaciones públicas, servicio al cliente, mercadeo, conocimientos de informática
EXPERIENCIA	
	Mínimo un año como administrador

Elaborado por: Autora de Tesis

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO:	ASISTENTE DE RECURSOS HUMANOS
FINALIDAD DEL CARGO:	Ejecutar planes y programas pertinentes a la administración de personal, aplicando técnicas administrativas relacionadas con la gestión de recursos humanos.
Funciones:	
	<ul style="list-style-type: none"> Planificar y coordinar la evaluación del desempeño a nivel institucional Dictar normas y políticas con relación al reclutamiento y selección de personal de la institución Verificar el cumplimiento del proceso de nombramiento y contratación de personal Mantener actualizados los archivos del personal que ha recibido adiestramiento Chequear el cumplimiento de los requisitos exigidos para el otorgamiento de los beneficios tales como: primas, bonificaciones, becas, pensiones, jubilaciones y otros contenidos en los convenios colectivos. Realizar cálculos sobre las cláusulas de protección socio-económicas: Bono nocturno, horas extras, vacaciones, reposos pre y post natal y otros de conformidad con la Ley de Carrera Administrativa, Convenios Colectivos y la Ley Orgánica del Trabajo. Determinar a través del estudio de los expedientes y otros documentos del personal, antigüedad o tiempo de servicio del trabajador en otras Instituciones públicas o privadas. Actualizar y registra en los expedientes del personal, reposos, permisos, inasistencias y demás información relacionada con el personal de la institución. Registrar la asistencia del personal de la dependencia Diseñar y dirigir un programa de seguridad e higiene ocupacional Diseñar y elaborar cartelera de información general y de adiestramiento. Coordinar la elaboración del plan de capacitación, evaluación del desempeño y estudios del clima organizacional Cumplir con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización. Mantener en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía. Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas.
REQUERIMIENTOS	
Educación	
Estudios	Profesional en administración de recursos humanos o carreras afines
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> Manejo de la normativa relacionada con la naturaleza del puesto Integración de equipos gerenciales Desarrollo organizacional Relaciones humanas Manejo y solución de conflictos Prácticas y técnicas de administración de Recurso Humanos
EXPERIENCIA	
	Mínimo un año como experiencia progresiva de carácter operativo en el área de Administración de Recursos Humanos

Elaborado por: Autora de Tesis

IDENTIFICACION DEL CARGO:	AUXILIAR CONTABLE
FINALIDAD DEL CARGO:	Mantener la información actualizada sobre el estado financiero y presupuestal de la empresa facilitando así la gestión comercial
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Llevar la contabilidad de la empresa • Elaborar informes de ejecución presupuestaria y reprogramaciones del presupuesto • Controlar y verificar que los comprobantes de pago, cuenten con los documentos sustentatorios y las autorizaciones respectivas • Manejar presupuestos de ingresos, egresos e inversiones • Clarificar y organizar toda la información financiera y contable que se maneja en la empresa • Verificar que los gastos presentados, originados por compras y servicios cuenten con la respectiva asignación presupuestaria, previa comprobación de la disponibilidad de recursos • Expedir certificaciones y constancias • Elaborar balance general y estados financieros anuales o cuando se requieran • Proyectar gastos mensuales • Elaborar nomina y planillas de pago a operarios 	
REQUERIMIENTOS	
Educación	
Estudios	Profesional de contabilidad o auxiliar contable
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de programas contables • Conocimientos sobre leyes tributarias y fiscales
EXPERIENCIA	
	Mínimo un año desempeñando el cargo de auxiliar contable o contador

Elaborado por: Autora de Tesis

IDENTIFICACION DEL CARGO:	SECRETARIA /RECEPCIONISTA
FINALIDAD DEL CARGO:	Ejecutar actividades de apoyo administrativas que conlleven un grado de responsabilidad y confiabilidad requeridas por la Gerencia General
Funciones:	
<ul style="list-style-type: none"> • Organizar, actualizar y mantener un adecuado control de los documentos del archivo • Atender a los clientes y público en general • Ofrecer y promocionar los servicios • Asesorar en la experiencia de compra • Llevar y mantener control estricto de la correspondencia, tanto la que ingresa como la que egresa • Elaboración de documentos oficiales • Mantener la secretividad en relación a la documentación y/o información que maneje • Organizar y mantener actualizado los Archivos de la oficina y documentos • Velar por el buen uso y mantenimiento del equipo de oficina a su cargo • Mantener la limpieza del lugar • Llevar control de existencia de papelería y útiles de la unidad respectiva 	
REQUERIMIENTOS	
Educación	
Estudios	Secretaria Ejecutiva, y/o estudiantes universitarios
Conocimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de paquetes utilitarios: Windows Microsoft Office: Word, Excel y Power Point. • Redacción comercial
EXPERIENCIA	
	Mínimo un año de experiencia

Elaborado por: Autora de Tesis

ANEXO N° 13**LISTADO DE SUMINISTRADOS Y MATERIALES REQUERIDOS PARA EL
SERVICIO POR AREAS DE TRABAJO****AREA DE ALBAÑILERIA**

CANT	DETALLE	V/Unitario	V/Total	COMPRA ANUAL/MENSUAL
25	qq Cemento gris	6,90	172,50	2070,00
10	qq Carbonato Tipo A	10,60	106,00	1272,00
10	Sacos Bondex Estándar	4,20	42,00	504,00
3	Sacos Bondex Premiun 31 kg	13,00	39,00	468,00
3	Sacos Bondex Premiun 40 kg	17,00	51,00	612,00
4	Galones de Resina Resaflex	12,00	48,00	576,00
8	Litros de Resina Resaflex	3,50	28,00	336,00
6	Libras de espesante	5,00	30,00	360,00
6	Galones Economic de CONDOR	6,00	36,00	432,00
12	Galones de LVA de CONDOR	9,50	114,00	1368,00
12	Porcelanas GROUTEX 2kg varios colores	1,50	18,00	216,00
2	Rollos de manguera transparente p/agua	27,00	54,00	648,00
4	Cajas de clavos 1" , 1 1/2" , 2" 2 1/2"	30,00	120,00	1440,00
3	Rollos de Alambre Galvanizado 18	32,00	96,00	1152,00
2	Rollos de Alambre Galvanizado 14	80,00	160,00	1920,00
2	Rollos de Alambre Recocido 18	28,00	56,00	672,00
4	Modulos de andamios metalicos *	80,00	320,00	320,00
12	Lapiz o pintura bicolor	0,24	2,88	34,56
8	Bailejo varias medidas *	3,00	24,00	24,00
8	Paleta *	3,80	30,40	30,40
8	Llana metalica o de madera *	3,00	24,00	24,00
8	Punta *	3,50	28,00	28,00
8	Combo varias libras *	13,00	104,00	104,00
8	Martillo de uña *	4,50	36,00	36,00
8	Escuadra metalica *	2,50	20,00	20,00
12	Flexometro de 5 metros	2,00	24,00	288,00
8	Piola 2, 4, 6	2,00	16,00	192,00
8	Plomada	2,00	16,00	192,00
8	Nivel de burbujas *	6,00	48,00	48,00
8	Brocha varias medidas	1,50	12,00	144,00
8	Arco de sierra *	3,80	30,40	30,40
4	Serrucho *	4,00	16,00	16,00
6	Cinta métrica	1,50	9,00	108,00

8	Picos *	8,80	70,40	70,40
8	Palas *	8,50	68,00	68,00
4	Barras *	10,00	40,00	40,00
4	Carretillas	51,00	204,00	204,00
6	Poleas manuales	6,00	36,00	432,00
3	Escalera grande *	210,00	630,00	630,00
3	Escalera mediana *	85,00	255,00	255,00
8	Baldes para agua *	1,00	8,00	8,00
2	Amoladoras *	100,00	200,00	200,00
8	Cortadora de azulejo *	24,00	192,00	192,00
2	Cizalla *	15,00	30,00	30,00
6	Taladros manuales *	50,00	300,00	300,00
6	Juego de brocas para concreto	15,00	90,00	1080,00
6	Juegos de brocas para hierro	15,00	90,00	1080,00
4	Extension eléctrica	15,00	60,00	720,00
6	Champeadoras *	3,00	18,00	18,00
12	Rodillos de pintura	3,00	36,00	432,00
16	Tablones	4,50	72,00	864,00
12	Cascos *	6,50	78,00	78,00
12	Tapones auditivos	0,30	3,60	43,20
24	Mascarillas	1,07	25,68	308,16
24	Guantes	1,08	25,92	311,04
3	Botiquin de primeros auxilios *	10,00	30,00	30,00
2	Extintor *	11,80	23,60	23,60
				23102,76

(*) Estos materiales serán adquiridos anualmente, debido a que son herramientas con una mayor vida útil, de esta forma se disminuirán los costos de adquisición mensual y por ende anual.

AREA DE PLOMERIA

CANT	DETALLE	V/Unitario	V/Total	COMPRA ANUAL/MENSUAL
15	Tuberia PLASTIGAMA 1/2" agua fria	6,7	100,50	1206,00
15	Tuberia PLASTIGAMA 1/2" agua caliente	7,05	105,75	1269,00
10	Tuberia desagüe PLASTIGAMA 2"	4,75	47,50	570,00
3	Tuberia desagüe PLASTIGAMA 3"	8,9	26,70	320,40
4	Tuberia desagüe PLASTIGAMA 4"	11,25	45,00	540,00
2	Tuberia desagüe PLASTIGAMA 6"	24	48,00	576,00
450	Accesorios varios; codos, tee, uniones, tapones, universales, neplós, reducciones, bushings	0,35	157,50	1890,00
12	Sellador IPS pequeño	3,15	37,80	453,60
6	Sellador IPS grande	6,40	38,40	460,80
24	Permatex	1,09	26,16	313,92
150	Teflón	0,21	31,50	378,00
8	Tarrajás manuales	20,00	160,00	1920,00
12	Sifón 1 1/4 FV	3,00	36,00	432,00
6	Sifón 1 1/2 FV	2,50	15,00	180,00
24	Acoples 1 1/2	0,25	6,00	72,00
24	Acoples 1 1/4	0,25	6,00	72,00
				10653,72

Elaborado por: Autora de Tesis

AREA DE ELECTRICIDAD

CANT	DETALLE	V/Unitario	V/Total	COMPRA ANUAL/MENSUAL
10	Playo *	7,50	75,00	75,00
6	Destornillador plano *	1,00	6,00	6,00
6	Destornillador de estrella *	1,00	6,00	6,00
6	Rollos Cable Sólidos	40,00	240,00	2880,00
7	Rollos Cables Gemelos	50,00	350,00	4200,00
2	Rollos Cableado 8 (7hilos)	98,00	196,00	2352,00
1	Rollos Telefónico Blanco	23,00	23,00	276,00
1	Rollos Telefónico Negro	55,00	55,00	660,00
1	Rollos de Cable Plastiplomo 12	79,00	79,00	948,00
100	Cajetín rectangular	0,33	33,00	396,00
100	Cajetín octogonal	0,28	28,00	336,00
12	Duchas eléctricas	9,50	114,00	1368,00
2	Calefones 26lts	163,00	326,00	3912,00
100	Boquillas varios modelos	0,25	25,00	300,00
60	Plafones	0,58	34,80	417,60
4	Milímetros	8,00	32,00	32,00
180	Material eléctrico LINEA VETO PLATA	1,30	234,00	2808,00
100	Material eléctrico LINEA COOPER	0,45	45,00	540,00
				21512,60

Elaborado por: Autora de Tesis

(*) Estos materiales serán adquiridos anualmente, debido a que son herramientas con una mayor vida útil, de esta forma se disminuirán los costos de adquisición mensual y por ende anual.