

UNIVERSIDAD POLITECNICA SALESIANA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE GERENCIA Y LIDERAZGO

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TITULO DE
INGENIERO EN GERENCIA Y LIDERAZGO**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA
IMPLEMENTACIÓN DE UNA MICROEMPRESA
DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS PARA
EL ACONDICIONAMIENTO DE EDIFICIOS”**

AUTORA: IRMA JESENIA MÉNDEZ SIMBAÑA

DIRECTOR: ECON. NICOLAS COLLAGUAZO

QUITO, NOVIEMBRE 2009

DECLARACIÓN.

Yo Irma Jesenia Méndez Simbaña , declaro que el presente trabajo descrito es de mi autoría; que no ha sido presentada para ningún grado o calificación profesional; y que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento conjuntamente con datos obtenidos a través de un proceso investigativo sobre el tipo de edificaciones (conjuntos habitacionales y edificios comerciales) del Cantón Rumiñahui y la inversión anual que ha generado el sector de la construcción ; periodo 2001-2008.

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

Quito, Noviembre 12 2009.

CERTIFICACIÓN.

Certifico que el presente trabajo fue realizado por la srta. Irma Jesenia Méndez Simbaña, bajo mi supervisión.

Econ. Nicolás Collaguazo.

DIRECTOR DE TESIS.

DEDICATORIA.

El presente trabajo de investigación lo dedico con mucho amor y desde lo más profundo de mi corazón a:

Dios, quien me ha dado el regalo más preciado una familia, y el aprecio de las personas que me rodean, a más de ser una guía y ejemplo para mi. Por su paciencia y humildad.

Lo dedico a mis padres que son el pilar fundamental de mi vida, quienes con su apoyo me han enseñado valores muy importantes, tanto para desarrollarme en el ámbito personal como profesional, enmarcándose siempre en su amor, cariño y comprensión hacia mi persona. A mi padre por haberme apoyado, económicamente y moralmente dándome la oportunidad de poder culminar mis estudios superiores, siendo uno de los mejores ejemplos de superación que he podido tener por su, persistencia y amor incondicional. A mi madre, por ser un ejemplo de constancia, predisposición y humildad, por brindarme siempre su amor y cuidado.

A mis sobrinos que son el regalo más hermoso que me ha dado Dios, ya que siempre han sabido alegrar mi vida con su inocencia, convirtiéndose en uno de los motivos de mi superación.

A mis hermanos, por ser ejemplos de progreso, ya que cada uno de ellos han culminado sus carreras superiores y ejercen su profesión, además de tener la dicha de ser padres y la oportunidad de poder educarlos con la mejor herramienta “el amor”.

A mis amigas, quienes siempre me han demostrado su apoyo incondicional y he compartido esta etapa; la vida universitaria, aprendiendo a ser mejor ser humano cada día.

AGRADECIMIENTOS.

En primer lugar agradezco a Dios por regalarme la vida y la oportunidad de aprender de ella, perdonando mi errores y ensalzando mis aciertos, sobre todo por ser el mejor ejemplo de humildad y amor al prójimo , una de los enfoques que tiene la carrera de Gerencia y Liderazgo que es la parte social.

Un eterno agradecimiento a mis padres, quienes con su constancia y amor se han convertido en uno de los pilares de mi vida, siendo el mejor ejemplo de perseverancia, paciencia, solidaridad y predisposición.

A mis profesores, por compartir sus conocimientos con mi persona, por ser más que un ente de enseñanza, convirtiéndose en amigos del alumnado, con los cuales he aprendido no solo la parte profesional sino humana, siendo ellos ejemplo de superación y profesionalismo. Por apoyarme no solo en la parte académica sino personal y estado emocional, compartiendo muy gratos momentos que se quedaran gravados en mi mente.

Agradezco a mi tutor, Econ. Nicolás Collaguazo, por ser el mejor ejemplo de profesionalismo y humanidad, quien con su paciencia supo guiar el presente proyecto, y compartirme sus conocimientos de la mejor manera. Gracias por ser un excelente maestro.

A mis amigas(os) del curso, por compartir momentos de alegría, tristeza y divergencias, por el apoyo brindado en el transcurso de mi carrera tanto en la parte personal como académica.

Gracias a todas aquellas personas que confiaron en mi, y que de una u otra manera han demostrado su apoyo en mi formación personal y profesional desde el inicio de mi carrera y a finales de la misma.

INDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE CONTENIDO.....	V
ÍNDICE DE CUADROS.....	X
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XI
ÍNDICE DE ANEXOS.....	XII
RESÚMEN EJECUTIVO.....	XIII
CAPITULO UNO.....	1
1. Plan de tesis.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema.....	1
1.3. Objetivo general.....	2
1.3.1. Objetivos específicos.....	2
1.4. Justificación.....	3
1.5. Marco de referencia.....	4
1.5.1. Marco teorico.....	4
1.5.1.1. Crecimiento urbano.....	7
1.5.1.1.1. Informe de la UNFPA.....	7
1.6. Hipótesis.....	7
1.7.1. Investigación descriptiva.....	7
1.7.2. Investigación documental.....	8
1.7.3. Investigación explicativa.....	8
1.7.4. Investigación experimental.....	8
CAPITULO DOS.....	9
2. Análisis de la evolución del sector de la construcción.....	9
2.1. ANÁLISIS MACRO.....	10
2.1.1. Desempeño del sector de la construcción 2000-2007.....	10
2.1.2 Análisis del sector de la construcción y el sector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.....	12
2.1.3. Sector de la construcción frente a los demás sectores del pib.....	13
2.1.4.- desempeño del sector de la construcción en el pib ecuatoriano año 2007.....	15
2.2. ANÁLISIS MESO.....	17

2.2.1. Desempeño del sector de la construcción en la provincia de pichincha.	17
2.2.2. Análisis del sector de la construcción y el sector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler en la provincia de pichincha.....	20
2.2.3. Sector de la construcción frente a las demás ramas de actividad económica en la provincia de pichincha.	21
2.3. ANÁLISIS MICRO.....	22
2.3.1. Comportamiento económico del sector de la construcción en el cantón rumiñahui.	22
2.3.1.2. Análisis de la tasa de variación del sector de la construcción en el cantón rumiñahui.	23
2.3.2. Desarrollo económico de las edificaciones en el cantón rumiñahui.	25
2.4. CRECIMIENTO POBLACIONAL.....	26
2.4.1. Análisis macro.....	26
2.4.1.1. Crecimiento poblacional del Ecuador.....	26
2.4.2. Análisis meso.	27
2.4.2.1. Crecimiento poblacional de pichincha.	27
2.4.3. ANÁLISIS MICRO.....	28
2.4.3.1. Crecimiento poblacional del cantón rumiñahui.	28
CAPITULO TRES.	29
3. DISEÑO DEL PROYECTO.....	29
3.1. Factibilidad legal.	29
3.1.1. MARCO JURÍDICO.	29
3.1.1.1. Responsabilidad tributaria.....	29
3.1.1.2. Afiliación del personal al IESS.	29
3.1.1.3. Patente municipal.....	30
3.1.1.4. Contratación del personal.....	30
3.1.1.4.1. Disposiciones del código de trabajo.....	30
3.1.2. Constitución de la empresa.	31
3.1.2.1. Del contrato.....	31
3.2. FACTIBILIDAD TÉCNICA.....	34
3.2.1. Investigación estadística de la población.	34
3.2.2. Plan de muestreo.	34

3.2.3. Estimación de la muestra.	35
3.2.3.1. Tipo de muestreo.	35
3.2.3.2. Tamaño de la muestra.	35
3.2.4. Segmentación de mercado.	37
3.2.4.1. Variables demográficas:	37
3.2.5. Procedimientos de captación de información.	39
3.2.6. Interpretación de datos del estudio de mercado.	39
3.3. FACTIBILIDAD COMERCIAL.	49
3.3.1. Analisis oferta – demanda.	49
3.3.2. Desarrollo del modelo de las cinco fuerzas de porter.	50
3.3.2.1. Matriz de las cinco fuerzas de porter.	51
3.3.2.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.	51
3.3.2.1.2. Competidores.	51
3.3.2.1.3. Competidores potenciales.	52
3.3.2.1.3.1. Sustitutos.	52
3.3.2.1.4. Clientes.	53
3.3.2.1.5. Proveedores.	54
3.3.4. Ciclo de vida del producto.	55
3.3.4.1. Introducción.	55
3.3.4.1.1. Producto.	55
3.3.4.1.1.1. Logotipo.	56
3.3.4.1.1.2. Slogan.	56
3.3.4.1.2. Plaza.	56
3.3.4.1.3. Precio.	56
3.3.4.1.4. Promoción y publicidad.	56
3.3.4.2. Crecimiento.	57
3.3.5. Estrategias de comercialización.	58
3.3.5.1. Estrategias genéricas	58
3.3.5.1.1. Lider en servicio.	59
3.3.5.1.1.1. Atributos del servicio.	59
3.3.5.2. Estrategias para mantener el crecimiento de la empresa.	60
CAPITULO CUATRO.	61
4. Factibilidad de gestión.	61

4.1. ESQUEMATIZACIÓN DEL SISTEMA.....	61
4.1.1. Diagnóstico de la situación inicial.....	62
4.1.1.1. ÁREAS DEL SERVICIO.....	65
4.1.2.1. Plomería.....	65
4.1.2.2. Jardinería.....	65
4.1.2.3. Pintura.....	65
4.1.2.4. Electricidad.....	66
4.1.3. DESCRIPCIÓN DE LAS NECESIDADES INSATISFECHAS.....	66
4.1.4. Descripción del servicio.....	68
4.1.5. Oferta del proyecto.....	69
4.1.6. Descripción operativa.....	70
4.1.6.1. Servicio anticipado.....	70
4.5.6.2. Servicio de mantenimiento (preventivo- correctivo).....	72
4.5.6.3. Servicio correctivo.....	75
4.2. GESTIÓN DEL PROYECTO.....	76
4.2.2. Desarrollo de modelos administrativos.....	77
4.2.2.1. Gestión de calidad.....	77
4.2.3. Estructura organizacional.....	77
4.2.3.1. Políticas de gestión.....	78
4.2.3.1.1. Misión.....	78
4.2.3.1.2. Visión.....	78
4.2.3.1.3. Objetivo general:.....	78
4.2.3.1.3.1. Objetivos específicos:.....	78
4.2.3.3. Organigrama estructural.....	79
4.2.4. Plan estrategico.....	79
4.2.4.1. Estrategias de comunicación.....	79
4.2.4.2. Clima organizacional.....	80
4.2.5. Plan de mantenimiento.....	80
4.2.5.1. Unidad de medida de cada servicio.....	81
4.2.5.2. Administración de recursos.....	82
4.2.5.2.1. Requerimientos de personal.....	82
4.2.5.2.2. Distribución de herramientas.....	82
4.2.6. Recursos humanos.....	83
4.2.6.1. Manual de funciones.....	83

4.2.7. Descripción de procesos.....	83
4.2.7.1. Estructura de acuerdo al mapa de procesos.....	84
4.2.7.1.1. Planeación.....	84
4.2.7.1.1.1. Planeación y monitoreo del negocio.....	84
4.2.7.1.1.2. Gestión de documentos.....	84
4.2.7.1.1.3. Mejora continua.....	84
4.2.7.1.2. Cadena de valor.....	84
4.2.7.1.2.1. Ventas.....	84
4.2.7.1.2.2. Diseño.....	85
4.2.7.1.2.3. Compras.....	85
4.2.7.1.2.4. Operaciones.....	85
4.2.7.1.2.5. Servicio postventa.....	86
4.2.7.1.3. Soporte.....	86
4.2.7.1.3.1. Gestión financiera:.....	86
4.2.7.1.3.2. Gestión de talento humano:.....	86
4.2.7.1.3.3. Servicio al cliente.....	87
4.3. FACTIBILIDAD FINANCIERA.....	95
4.3.1.1. Infraestructura.....	96
4.3.1.2. Contratación de personal.....	96
4.3.1.2.1. Capital humano.....	97
4.3.1.3. Constitución.....	98
4.3.1.4. Inversión inicial.....	98
4.3.1.5. Elementos del ingreso.....	99
4.3.1.5.1. Precio de venta.....	99
4.3.1.5.3. Ingresos.....	100
4.3.2.1. Flujo de caja.....	101
4.3.2.2. Rentabilidad del proyecto.....	102
4.3.2.3. Van (valor actual neto).....	102
4.3.2.4. Tir (tasa interna de retorno).....	102
4.3.2.5. Costo beneficio.....	102
CONCLUSIONES.....	103
RECOMENDACIONES.....	106
BIBLIOGRAFÍA.....	11008

ANEXOS.....	110
--------------------	------------

INDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1: Composición del PIB por rama de actividad económica periodo 2000-2007.....	9
Cuadro N° 2: PIB por industrias, estructura porcentual (%) 2005-2007.....	13
Cuadro N° 3: Sector de la construcción provincia de pichincha.....	17
Cuadro N° 4: Ficha poblacional pichincha.....	27
Cuadro N° 5. Oferta de servicios.....	70
Cuadro N° 6. Plan de mantenimiento.....	80
Cuadro N° 7. Unidad de medida por servicio.....	81
Cuadro N° 8. Requerimiento de personal.....	82
Cuadro N° 9. Inversión.....	95
Cuadro N° 10. Tabla remunerativa.....	97
Cuadro N° 11. Tabla remunerativa anual.....	97
Cuadro N° 12. Gastos de constitución.....	98
Cuadro N° 13. Total inversión.....	98
Cuadro N° 14. Precio por plan de mantenimiento.....	99
Cuadro N° 15. Proyección de venta de planes de mantenimiento.....	100
Cuadro N° 16. Proyección de ingresos.....	100
Cuadro N° 17. Flujo de caja.....	101

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Sector de la construcción.....	10
Gráfico N° 2: Sector construcción y sector actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler.....	12
Gráfico N° 3: PIB por industrias	14
Gráfico N° 4: PIB por industrias	15
Gráfico N° 5: Sector construcción y PIB, provincia de Pichincha.....	18
Gráfico N° 6: sector de construcción y sector de actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler provincia de Pichincha	20

Gráfico N° 7: PIB por industrias	21
Grafico N° 8: Inversión del sector de la construcción, Cantón Rumiñahui	22
Gráfico N° 9: Sector de la construcción, Cantón Rumiñahui.....	23
Grafico N° 10: Desarrollo de las edificaciones en el canton Rumiñahui.....	25
Grafico N° 11: Crecimiento poblacional del canton Rumiñahui en relación a la provincia de Pichincha	28
Gráfico N° 12. Pregunta uno: nivel de demanda del servicio.	40
Gráfico N° 13. Pregunta dos: nivel de demanda por servicios.....	40
Gráfico N° 14. Pregunta dos: nivel de demanda de las sub áreas del servicio de plomería.....	41
Gráfico N° 15. Pregunta tres: frecuencia de uso del servicio de plomería.....	42
Gráfico N° 16. Pregunta dos: nivel de demanda de las sub areas del servicio de pintura	42
Gráfico N° 17. Pregunta tres: frecuencia de uso del servicio de pintura DE las sub areas del servicio de pintura	43
Gráfico N° 18. Pregunta tres: Nivel de demanda del servicio de jardinería.....	44
Gráfico N° 19. Pregunta tres: frecuencia de uso del servicio de jardinería.....	44
Gráfico N° 20. Pregunta cuatro: participacion por proveedor actual	45
Gráfico N° 21. Pregunta cinco: deficiencias de los ofertantes del servicio.....	45
Gráfico N° 22. Pregunta seis: nivel de aceptacion de la empresa.	46
Gráfico N° 23. Pregunta siete: requerimientos del servicio.	46
Gráfico N° 24. Pregunta ocho: frecuencia de contratación del servicio de acondicionamiento de edificios.....	47
Gráfico N° 25. Pregunta nueve: ventajas del servicio de acondicionamiento de edificios	47
Gráfico N° 26. Pregunta diez: porcentaje demantenimiento en las edificaciones.....	47
Gráfico N° 27. Porcentaje de participacion.....	49

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Aporte por industrias al PIB.....	11010
Anexo 2: PIB por industrias, tasa de variación	11212
Anexo 3: Composición del pib por industrias, provincia de Pichincha	11414
Anexo 4: Inversión del sector de la construcción, Cantón Rumiñahui	11616

Anexo 5: Ficha provincial.....	11717
Anexo 6: Edificaciones del cantón Rumiñahui.....	11919
Anexo 7: Encuesta para conjuntos habitacionales.	12020
Anexo 8: Encuesta para edificios.....	12121
Anexo 9: Tabulación y representación porcentual de la encuesta.	12222
Anexo 10. Manual de funciones.....	127

RESUMEN EJECUTIVO.

Considerando la situación económica actual del país, la falta de fuentes de empleo y la apreciación de necesidades latentes en los propietarios de las edificaciones del Cantón Rumiñahui, respecto de los servicios de: plomería, pintura, electricidad y jardinería, se ha implementado el siguiente proyecto, que pretende aportar al desarrollo económico y social del país, especialmente al sector en que se encuentra inmerso.

La empresa SIADEF presenta un enfoque organizacional basado en procesos con la finalidad de generar garantía del servicio, complementado con estrategias de marketing enfocados a la consecución de los objetivos de la organización.

El proyecto de implementación de una empresa de prestación de servicios para el acondicionamiento de edificios se crea con el propósito de brindar una alternativa atractiva al mercado, satisfaciendo las necesidades de los consumidores y transformando las falencias de los ofertantes, en fortalezas de nuestra organización, con un servicio totalmente garantizado a través de la contratación de personal calificado y seguimiento del trabajo realizado.

En el capítulo dos se realiza un estudio acerca del desenvolvimiento del sector de la construcción en el PIB ecuatoriano, y su nivel de participación en el mismo. Además del análisis comparativo de su comportamiento en la provincia de Pichincha y el Cantón Rumiñahui, determinando una mejor apreciación de dicho sector a través de sus tasas de variación. Complementado con un análisis del crecimiento poblacional.

En el capítulo tres se establece los parámetros legales que circunscriben el presente estudio, en relación a: su constitución, contratación de personal y obligaciones tributarias. Además se presenta el estudio técnico y de mercado realizado en dicha población, basado en un muestreo aleatorio simple, la aplicación de encuestas y un análisis enfocado en las cinco fuerzas de PORTER, determinando así un plan de marketing acorde a las necesidades de los consumidores potenciales y exigencias del mercado.

En el capítulo cuatro se presenta la propuesta del proyecto, estableciendo las áreas de prestación de la empresa, complementado con la gestión de proyecto y un eminente enfoque de gestión basado en procesos relacionado con la misión, visión y objetivos de la misma. Además de un análisis económico en el cual se establece los requerimientos de implantación del proyecto tanto en su inversión inicial como el capital humano para el primer año de trabajo. También se realiza las proyecciones de los ingresos y egresos que tendría la empresa durante sus primeros cinco años de labores determinando así su viabilidad.

CAPITULO UNO.

1. PLAN DE TESIS.

1.1. Tema.

Estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de servicios de acondicionamiento de edificios.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

En el Ecuador el sector de la construcción cada vez mas va realizando un aporte positivo al Producto Interno Bruto (PIB) ecuatoriano, con un promedio anual de crecimiento del 14% durante los últimos diez años, pero, la expansión de este segmento se demuestra también en las nuevas compañías dedicadas a este negocio que cada año ingresan al mercado. De acuerdo con la Superintendencia de Compañías, desde 1978 a la fecha las sociedades de este sector se incrementaron en más del 324%, siendo más de 1500 compañías en este sector.

El año anterior, la construcción representó, según estimaciones del Banco Central del Ecuador, 2.319 millones de dólares, cerca del 8% del Producto Interno Bruto del país.

El actual crecimiento de población es de un 2% anual; es decir, 260.000 habitantes nuevos por año. Los 260.000 habitantes requieren 58.000 viviendas nuevas cada año

Rumiñahui es un cantón que crece a ritmos acelerados ,con un crecimiento demográfico acelerado y una población es altamente heterogénea ;en la actualidad y desde hace muchos años en el Cantón Rumiñahui los servicios de plomería, electricidad y jardinería son realizados por personas que carecen de educación en cuanto a la prestación de estos servicios, ya que lo único que realizan y ponen en práctica son cosas que han aprendido con otras personas o de manera empírica, lo cual muchas veces influye de manera directa en la eficiencia del trabajo realizado causando molestias a los clientes.

En el Cantón Rumiñahui existe un sinnúmero de trabajadores informales en estas ramas mismos que no poseen un lugar estable de trabajo o de oferta del servicio ya que se encuentran en la calle o son referenciados por terceros, sin ningún tipo de respaldo institucional debido a que su trabajo es independiente. Todo esto hace cada vez más complicado encontrar un personal apto para los requerimientos y exigencias de las personas, además que brinde seguridad.

Este tipo de servicios en este sector es muy potenciabile siempre y cuando se los realice de manera eficiente, ya que no es solo requerido por personas particulares, sino también por instituciones, empresas, y en la mayoría de los casos conjuntos habitacionales y edificios, quienes muchas veces no encuentran el personal idóneo para sus exigencias, en cuanto a mantenimiento y trabajos particulares ,debido a que son pocas las personas que tienen buenas referencias en el cumplimiento de su trabajo disponibilidad y garantía.

Con la presente investigación se pretende estructurar un sistema de prestación de servicios de plomería, electricidad y jardinería que satisfaga de manera eficiente las necesidades y exigencias de los pobladores del Cantón Rumiñahui en relación a los servicios que se van a prestar en este proyecto. Además de aportar positivamente a la economía del Cantón e implementando nuevas fuentes de empleo en este sector y mejorando el nivel de educación a través de la capacitación de los empleados.

1.3. OBJETIVO GENERAL.

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de una microempresa de servicios de adecuación de edificios que garantice la viabilidad del proyecto.

1.3.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- 1.- Identificar las condiciones y oportunidades sobre las cuales se realiza la prestación de servicios de adecuación de edificios en el Cantón Rumiñahui.
- 2.- Determinar los elementos del sistema de prestación de servicios de manera que garantice la operatividad del mismo.

3.-Estructurar mecanismos de uso del sistema para que garantice su aplicabilidad.

1.4. JUSTIFICACIÓN.

En este año el sector de la construcción ha tenido un crecimiento de 28.1 en el mes de marzo con excepción de la evolución de los precios de los insumos de la construcción, el resto de variables contribuyeron positivamente al desempeño de índice de confianza de este sector así el ICE se ubico en 336.6 puntos, en cuanto al empleo en el sector de la construcción ha ido creciendo desde julio del presente año, en septiembre se presento un crecimiento de 1.7 para el mes de octubre estuvo pronosticado en 1.2

De acuerdo a lo detallado anteriormente cabe señalar que el sector de la construcción presenta un crecimiento a nivel de país en los últimos años lo cual incrementa las necesidades y exigencias de servicios que permitan mantener una infraestructura adecuada de las viviendas existiendo así una oportunidad para la creación de un proyecto de servicios que permita cumplir con dichas necesidades.

De acuerdo a los avances que se están generando en nuestro país especialmente en el sector de la construcción a causa de varios factores como el crecimiento poblacional impulsan nuevos requerimientos en las personas en especial aquellos que respectan a la vivienda; es por ello que buscan servicios que satisfagan sus necesidades en cuanto a la infraestructura de sus viviendas.

Al establecer un sistema de servicios de plomería, electricidad y jardinería se puede cumplir con las nuevas demandas de la población sobre el mantenimiento y adecuación de sus viviendas; a mas de aprovechar las oportunidades que nos presenta el mercado, crear fuentes de empleo y de aportar de cierta forma a la economía del sector a través de la impulsación del aparato productivo.

1.5. MARCO DE REFERENCIA.

1.5.1. MARCO TEORICO.

Comercialización - El marketing es una herramienta de apoyo hacia las acciones de venta de la empresa, que se basa en el trabajo sobre el producto, el mercado, el precio, la publicidad y promoción, colocación estratégica en los puntos de venta y distribución.

Tiene que analizar su nombre, el logotipo y el slogan serían adecuados, porque un producto tiene que llevar determinado diseño (color, tamaño, textura, material), va a realizar un estudio de mercado para saber quién es su público objetivo y qué necesidades tiene, si el producto las satisface o hay que hacer algunas modificaciones, analiza a la competencia para saber cuáles son sus puntos fuertes y débiles, sus innovaciones, sus precios, para saber cuáles son los aspectos competitivos de nuestro producto.

De acuerdo a estos factores mencionados, teniendo en cuenta los costos de producción y establecidos el margen de ganancia, va a fijar un precio de venta. Elaborará una estrategia de medios para hacer la publicidad y promocionar el producto (designará cuáles son los canales adecuados que sean coherentes con el producto y que llegue a su target), y de qué manera se va a promocionar: con algún evento, concurso, con autos que lleven publicidad, etc.

(Ugarte et al., 2003).

Las técnicas de **comercialización** abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman.

Así, comercializar un producto es encontrar para él la presentación y el

acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal.

Según Kotler (1995), el proceso de comercialización incluye cuatro aspectos fundamentales: ¿cuándo?, ¿dónde?, ¿a quién? y ¿cómo? En el primero, el autor se refiere al momento preciso de llevarlo a efecto; en el segundo aspecto, a la estrategia geográfica; el tercero, a la definición del público objetivo y finalmente, se hace una referencia a la estrategia a seguir para la introducción del producto al mercado.

En la comercialización de un nuevo producto la decisión del tiempo de entrada es crítica. Cuando una empresa ha completado rápidamente el período de desarrollo del nuevo producto y sabe que la competencia se encuentra al final del trabajo entonces, se enfrenta a tres elecciones:

Ø Ser la primera en entrar: La empresa que primero se introduce en un nuevo mercado disfruta de las “ventajas de ser el primero”, que consisten en la obtención de algunos distribuidores y clientes claves y en obtener la reputación de liderazgo. Por el contrario, si el producto se lanza al mercado antes de que esté totalmente desarrollado la empresa podría adquirir una imagen de productos imperfectos.

Ø Entrega paralela: la empresa podría planificar su tiempo de entrada con el competidor y si este se precipita al lanzamiento hace lo mismo. Si el competidor se toma su tiempo, la empresa también debe tomarse el suyo, usando este tiempo adicional para refinar el producto. La corporación podría acceder a que los costes de promoción y lanzamientos fueran compartidos por ambos.

Ø Entrega posterior: la empresa podría retrasar su lanzamiento hasta que lo haya hecho la competencia, lo que supondría tres ventajas potenciales. La competencia habrá soportado el costo de educar el mercado. El producto de la competencia puede revelar fallos que pueden ser evitados por el nuevo entrante. Y la empresa puede conocer el tamaño del mercado.

La decisión de cuándo entrar lleva consigo consideraciones adicionales. Si el nuevo producto reemplaza a uno antiguo de la empresa, ésta podría retrasar su introducción hasta que se acabe el stock del producto antiguo. Si el nuevo bien es de demanda estacional podría mantenerse hasta que llegase el momento oportuno.

(Bueno, 1989)

Un sistema de comercialización debe tomar en cuenta un conjunto de aspectos los cuales se relacionan a continuación:

1. El entorno de mercado que recoge los elementos externos que afectan a la demanda global, como son: crecimiento demográfico, renta por habitante, demanda de bienes complementarios, etc.
2. Objetivos y estrategias de las empresas competidoras que afectan la reacción de las ventas frente a las actuaciones comerciales de la empresa.
3. Decisiones estratégicas de la empresa referente a la cartera de productos que se dirige al mercado y a los canales de distribución empleados.
4. Decisiones operativas de la empresa referente a la utilización de las variables precio, producto, publicidad y distribución.
5. Modelo explicativo del comportamiento del consumidor que recoja la incidencia que tienen en las ventas las modificaciones de los elementos antes mencionados (entorno, competencia y decisiones estratégicas y tácticas).
6. Modelo explicativo de los objetivos de la empresa y de la incidencia en los mismos de las ventas y costos previstos.

1.5.1.1. CRECIMIENTO URBANO.

1.5.1.1.1. INFORME DE LA UNFPA.

Para Ecuador, se proyecta que para el año 2030 el 74,2% de la población habitará en áreas urbanas, lo que si bien nos demuestra que estamos a tiempo para tomar acción, nos invita a hacerlo de inmediato.

La urbanización (el aumento de la proporción de población que reside en ciudades respecto de la población total) es inevitable, afirman los autores del informe, y podría considerarse “un hecho positivo”. En la era industrial, ningún país ha logrado un crecimiento económico sustancial sin urbanización.

El informe “Estado de la Población Mundial 2007” afirma que, si bien los nuevos residentes urbanos serán -en su mayoría- pobres, ellos deben ser parte de la solución. Al ayudarlos a satisfacer sus necesidades -de vivienda, servicios de salud y educación, y empleo- también podría liberarse el potencial de los residentes urbanos para impulsar el crecimiento económico.

1.6. HIPÒTESIS.

Incorporar un sistema de prestación de servicios de adecuación de edificios en el Cantón Rumiñahui mediante un estudio de factibilidad que garantice la viabilidad de dicho proyecto, su operatividad dentro de la organización y satisfaga los requerimientos de dicha población.

1.7. METODOLOGIA.

1.7.1. Investigación descriptiva.

Técnicas de Campo:

Observación Sistemática:

Plan de observación.

Estructuración de un plan de observación que nos permita tener una apreciación clara y precisa del comportamiento de los consumidores en relación a la adquisición de este tipo de servicios.

Entrevistas.

Caracterización de la demanda en el sector a través de encuestas para poder conocer sus necesidades y requerimientos respecto de este tipo de servicios.

Medición.

Establecimiento de la demanda existente en el sector.

1.7.2. Investigación Documental.

Levantamiento de información que nos permita establecer elementos claves para estructurar el sistema.

Técnicas:

Fuentes primarias de investigación:

Tesis

Boletines del BCE

Estadísticas del BCE

1.7.3. Investigación explicativa.

Dentro de esta investigación desarrollaremos el método inductivo- deductivo para poder tener una mejor apreciación del fenómeno en estudio y dar a conocer en forma clara y concisa su comportamiento.

1.7.4. Investigación Experimental.

CAPITULO DOS.

2. ANÁLISIS DE LA EVOLUCIÓN DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN.

**CUADRO N° 1: COMPOSICIÓN DEL PIB POR RAMA DE ACTIVIDAD
ECONÓMICA
PERIODO 2000-2007
ESTRUCTURA PORCENTUAL (%)**

INDUSTRIAS \ AÑOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (sd)	2006 (sd)	2007 (p)
AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SILVICULTURA	9.2	9.1	9.3	9.3	8.8	8.7	8.7	8.9
PESCA	1.4	1.4	1.3	1.4	1.3	1.6	1.8	1.7
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS	21.5	20.7	19.3	19.8	22.9	21.9	21.3	19.8
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS (EXCLUYE REFINACIÓN DE PETRÓLEO)	13.6	13.6	13.3	13.5	12.9	13.3	13.7	14.0
FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE LA REFINACIÓN DE PETRÓLEO	-8.5	-8.2	-7.8	-8.0	-8.3	-8.1	-8.6	-8.6
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD Y AGUA	1.1	1.0	1.1	1.0	0.9	0.8	0.8	0.9
CONSTRUCCIÓN	7.1	8.0	9.3	8.9	8.5	8.7	8.6	8.4
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR	15.6	15.5	15.1	15.1	14.5	14.4	14.6	14.7
HOTELES Y RESTAURANTES	1.2	1.2	1.3	1.3	1.2	1.2	1.3	1.3
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	10.8	10.4	10.1	10.2	9.9	10.2	10.5	10.8
INTERMEDIACIÓN FINANCIERA	1.9	1.7	1.7	1.6	1.6	1.8	2.0	2.2
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	6.3	6.4	6.7	6.7	6.5	6.6	6.6	6.7
ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACIÓN OBLIGATORIA	5.2	5.0	4.9	4.9	4.7	4.5	4.5	4.6
ENSEÑANZA	3.4	3.2	3.2	3.1	3.0	2.9	2.9	3.0
SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD	1.6	1.6	1.2	1.2	1.1	1.1	1.1	1.2
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERSONALES	0.7	0.6	0.6	0.6	0.6	0.5	0.5	0.5
HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMÉSTICO	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1
SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA MEDIDOS INDIRECTAMENTE	-2.4	-1.9	-2.5	-2.3	-2.1	-2.2	-2.6	-2.8
OTROS ELEMENTOS DEL PIB	10.1	10.5	11.8	11.5	11.7	11.8	12.2	12.6
TOTAL APOORTE DE LAS INDUSTRIAS.	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(sd) Cifras Semidefinitivas

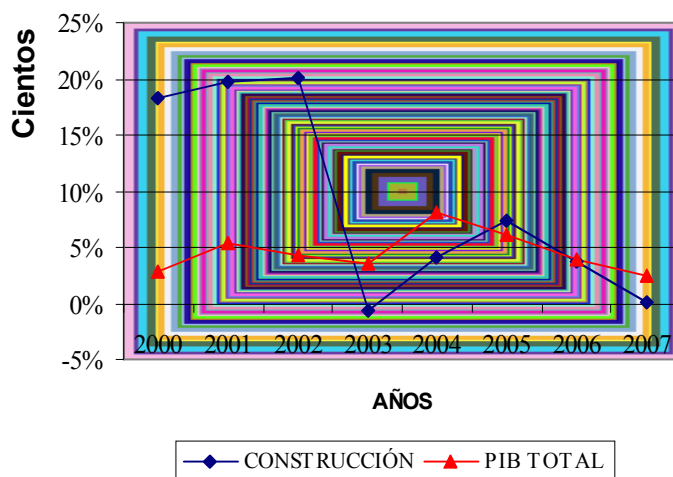
(p) Cifras Provisionales

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Boletín anual 2008.

2.1. ANÁLISIS MACRO.

2.1.1. DESEMPEÑO DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN 2000-2007.

GRÁFICO N° 1: SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN
TASA DE VARIACIÓN
AÑOS 2000-2007



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
CONSTRUCCIÓN	18.3	19.7	20.0	-0.7	4.0	7.3	3.8	0.1
PIB TOTAL	2.8	5.3	4.2	3.6	8.0	6.0	3.9	2.5

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Boletines anuales 2008.

Elaboración: La autora.

La actividad económica del Ecuador desde el año 2000 ha registrado tasas de crecimiento reales positivas. A pesar de la crisis económica y financiera que golpeó a nuestro país en 1999 (el PIB total decreció en 6.3% en ese año¹), afectando incluso al sector de la construcción con un decrecimiento de su producción de 24.9%. Sin embargo para el año 2000 este sector tuvo un crecimiento favorable llegando al 7.1% (Cuadro 1) del PIB total aportando a la economía ecuatoriana 1, 126, 869,000 dólares (Anexo 1) impulsado principalmente por el aumento en obras de infraestructura.

Registrando una tasa de variación del 18.3% (Anexo 2) en este sector y 2.8% en el PIB total.

¹ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Boletín anual 2008.

En el año 2001, el sector de la construcción presenta un leve crecimiento de 19.7% con una participación del 8% (1,348,759,000 dólares) al PIB total, mismo que obtuvo un crecimiento de 5.3 % en ese año ; en el año 2002 con un aporte de 9.3% (1,618,939,000 dólares) una tasa de variación de 20% al PIB ,el cual registro una tasa de variación de 4.2% ; en el año 2003 el crecimiento económico de nuestro país fue menor en relación al observado en el año 2002.

El sector de la construcción tuvo un decrecimiento del 0.7% con un aporte del 8.9% al PIB ,que obtuvo un crecimiento de 3.6% siendo menor al registrado en años anteriores; en el año 2004 con una contribución del 8.5% y una tasa de crecimiento del 4%, el PIB creció 8% en este año; en el 2005 registro una tasa de crecimiento de 7.3% y una participación del 8.7%, el PIB obtuvo un crecimiento del 6%; año 2006 con una participación del 8.6% y una tasa de variación de 3.8% en el PIB total ,el cual registro un crecimiento del 3.9%; año 2007 con un crecimiento del 0.1% y un aporte del 8.4% al PIB total mismo que presento un crecimiento del 2.5%.

Durante el periodo 2000-2007 el PIB ha presentado una tasa de crecimiento que va del 2.5% al 8%, registrado en el 2007 y 2004 respectivamente, por otra parte el sector de la construcción empieza con tasas de crecimiento positivas los tres primeros años, mismas que van del 18.3% al 20%, siendo la tasa mas alta la del año 2002 debido a la construcción del Oleoducto de Crudos Pesados, y otros factores.

Pero el panorama no es el mismo en el año 2003 debido a que se registra un decrecimiento del 0.7% en este sector, sin embargo para los años posteriores presenta un notorio mejoramiento que van del 4% al 0.1%, siendo el 2005 la tasa de crecimiento más alta misma que presenta una variación del 7.3% con un aporte del 8.7% al PIB total, a pesar que en este año el PIB registro un crecimiento del 6% menor al del año 2004 que fue del 8%.

Como se pudo apreciar el sector de la construcción es una de los más dinámicos de nuestra economía debido a factores como:

 Continúa demanda de vivienda y adecuaciones de la misma.

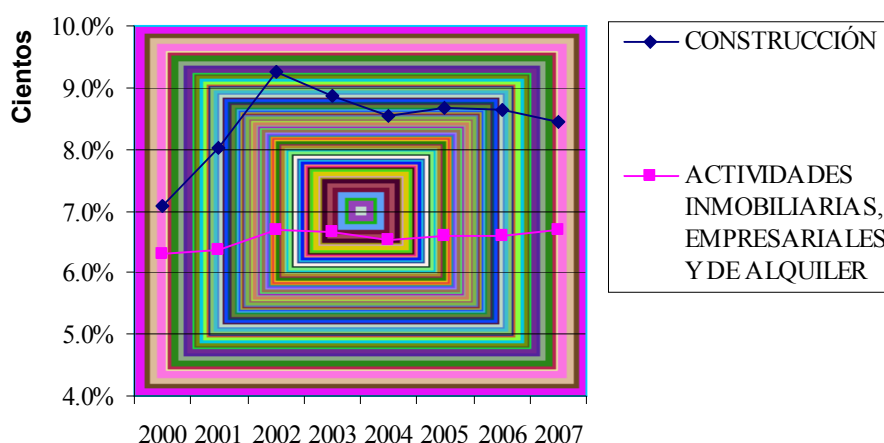
🧩 Desconfianza en el sistema financiero y preferencia por las inversiones inmobiliarias.

🧩 El incremento significativo de las remesas de los inmigrantes destinadas, en gran parte, a la adquisición de vivienda.

🧩 De acuerdo a la Oficina Comercial del Gobierno de Colombia, Proexport, aproximadamente un 60% de las remesas que ingresan al Ecuador (USD 1,700 millones) está destinada a la compra y/o construcción de viviendas.

2.1.2 ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN Y EL SECTOR DE ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER.

GRÁFICO N° 2: SECTOR CONSTRUCCIÓN Y SECTOR ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER.
ESTRUCTURA PORCENTUAL



	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
CONSTRUCCIÓN	7.1	8.0	9.3	8.9	8.5	8.7	8.6	8.4
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	6.3	6.4	6.7	6.7	6.5	6.6	6.6	6.7

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Boletín anual 2008.

Elaboración: La autora.

El sector de la Construcción y el de de Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler presentan un similar desenvolvimiento en el PIB ecuatoriano durante el año 2000-2007 registrando este sector porcentajes que van del 6.3% al 6.7% ,siendo los años 2002,2003 y 2007 los más altos, sin embargo el sector de la construcción registra un mayor aporte en ese periodo mismos que van del 7.1% al 9.3%, que fue el mas representativo y corresponde al año 2002.Como se puede observar los dos sectores mantienen tasas de crecimiento reales, relativamente diferentes , enmarcando la importancia y desarrollo que tienen en el mercado .Siendo una pauta para la inversión de varias áreas complementarias a dichos sectores.

2.1.3. SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN FRENTE A LOS DEMAS SECTORES DEL PIB.

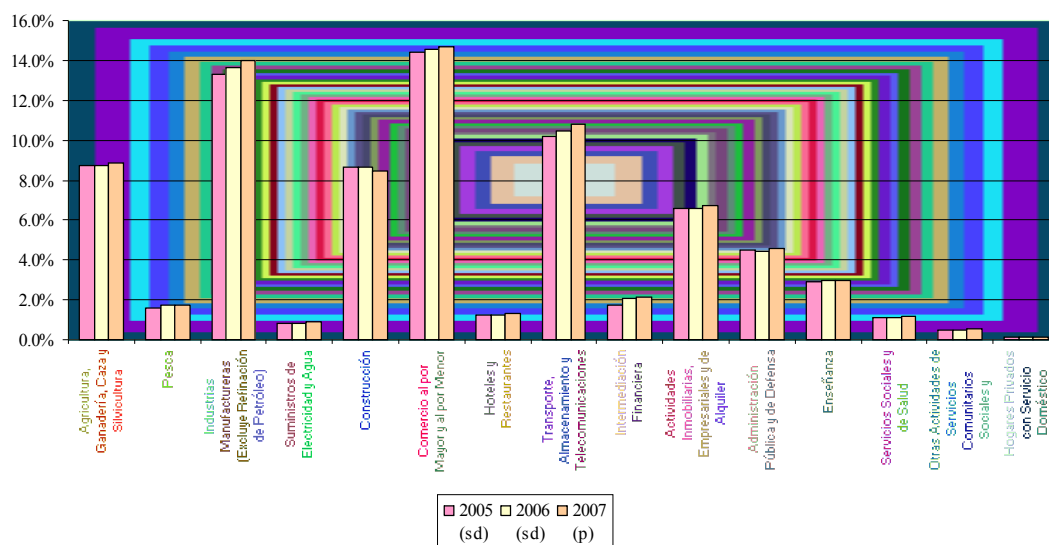
**CUADRO N° 2: PIB POR INDUSTRIAS
ESTRUCTURA PORCENTUAL (%)
2005-2007**

INDUSTRIAS	2005 (sd)	2006 (sd)	2007 (p)
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	8.7	8.7	8.9
Pesca	1.6	1.8	1.7
Industrias Manufactureras (Excluye Refinación de Petróleo)	13.3	13.7	14.0
Suministros de Electricidad y Agua	0.8	0.8	0.9
Construcción	8.7	8.6	8.4
Comercio al por Mayor y al por Menor	14.4	14.6	14.7
Hoteles y Restaurantes	1.2	1.3	1.3
Transporte, Almacenamiento y Telecomunicaciones	10.2	10.5	10.8
Intermediación Financiera	1.8	2.0	2.2
Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	6.6	6.6	6.7
Administración Pública y de Defensa	4.5	4.5	4.6
Enseñanza	2.9	2.9	3.0
Servicios Sociales y de Salud	1.1	1.1	1.2
Otras Actividades de Servicios Comunitarios Sociales y Personales	0.5	0.5	0.5
Hogares Privados con Servicio Doméstico	0.1	0.1	0.1
PIB TOTAL POR INDUSTRIAS	100.0	100.0	100.0

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Boletín anual 2008.

Elaboración: La autora.

GRÁFICO N° 3: PIB POR INDUSTRIAS
ESTRUCTURA PORCENTUAL
2005-2007



Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Boletín anual 2008.

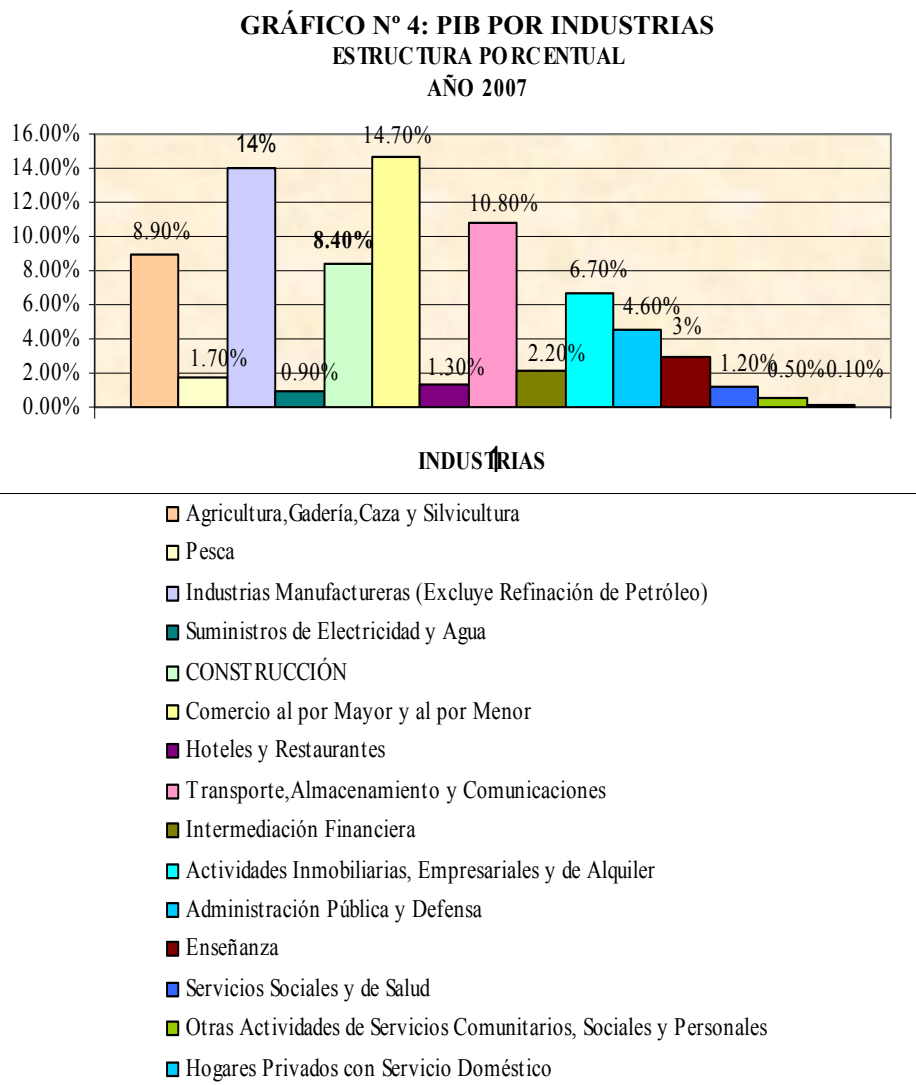
Elaboración: La autora.

Durante el periodo 2005- 2007 las industrias que forman parte del PIB ecuatoriano han presentado un crecimiento real positivo, que va de la mano con la evolución que ha tenido el PIB en estos años, ubicando al sector del Comercio al por Mayor y Menor como uno de los sectores más dinámicos de nuestra economía con contribuciones que van de 14.45%, 14.6% y 14.7% respectivamente; en segundo lugar se encuentra el sector de las Industrias Manufactureras (Excluye refinación de petróleo) con aportes del 13.3%,13.7% y 14% al PIB Total y en tercer lugar el sector del Transporte, Almacenamiento y Telecomunicaciones con contribuciones del 10.2%,10.5 % y 10.8% .

El sector de la construcción a partir del año 2000 ha presentado un comportamiento creciente en sus aportes anuales al PIB Ecuatoriano, es por ello que en el periodo 2005-2007 ha logrado ubicarse en uno de los cinco primeros lugares, compartiendo el cuarto lugar en el año 2005 con el sector de Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura, pero para el año 2006 y 2007 ocupa el quinto lugar con aportes del 8.6% y 8.4%; seguido por el sector de Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler que se encuentra en el quinto lugar en el año 2005 con una contribución del 6.6% y los años consecutivos con una participación del 6.6% y 6.7%

respectivamente, formando parte de los sectores que más dinamizan la economía de nuestro país.

2.1.4.- DESEMPEÑO DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN EL PIB ECUATORIANO AÑO 2007.



Fuente: Cuentas Provinciales Banco Central del Ecuador.

Elaboración: La autora.

La economía ecuatoriana en el año 2007 presenta una tasa de crecimiento del 2.5% menor a la registrada en el año anterior que fue de 3.9%. Sin embargo el comportamiento de sus sectores presenta un desempeño similar a las del año anterior.

En el año 2007 el sector que más aportes a generado al PIB Ecuatoriano es el de Comercio al por Mayor y al por Menor con un aporte del 14.7% y una tasa de crecimiento del 3.3%.;seguido por el sector de Industrias Manufactureras (Excluye Refinación de Petróleo) con una contribución del 14% y una tasa de crecimiento del 4.9%;no muy lejos en tercer lugar se encuentra el sector de Transporte, Almacenamiento y Telecomunicaciones con una participación de 10.8% y una tasa de crecimiento del 5.7%.

El sector de la Construcción disminuye un escalón y llega a ocupar el quinto lugar entre las industrias más dinámicas del PIB Ecuatoriano registrando en el 2007 un aporte del 8.4% y una tasa de crecimiento del 0.1% seguido por el sector de Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler con una contribución del 6.75% y una tasa de crecimiento del 4.4%.

2.2. ANÁLISIS MESO.

2.2.1. DESEMPEÑO DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA.

CUADRO N° 3: SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN PROVINCIA DE PICHINCHA

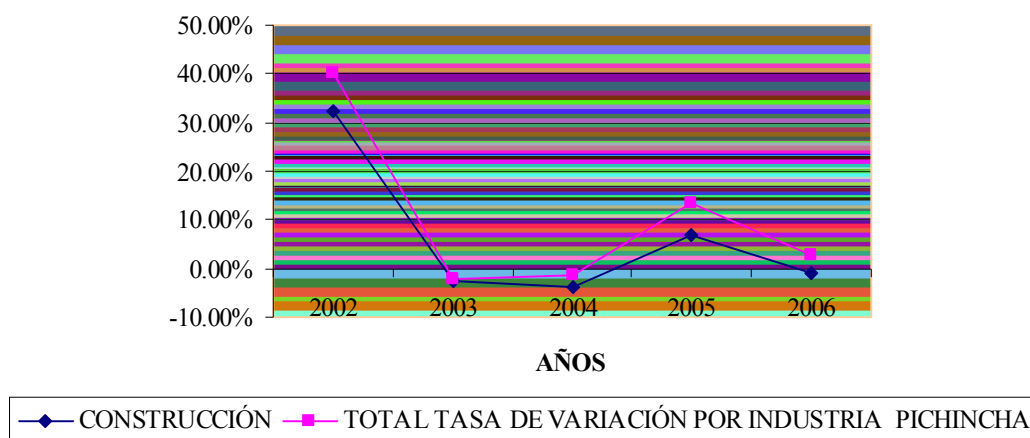
ESTRUCTURA PORCENTUAL 2001-2006

INDUSTRIAS	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	8.36	8.67	8.75	8.78	8.99	8.54
Pesca	0.04	0.03	0.04	0.03	0.05	0.06
Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	20.94	19.89	19.98	20.60	20.29	20.31
Suministro de electricidad y agua	0.64	0.60	0.60	0.44	0.33	0.32
Construcción	10.83	13.28	12.83	12.08	12.07	11.50
Comercio al por mayor y al por menor	13.96	13.46	13.73	13.81	13.66	13.72
Hoteles y restaurantes	2.37	2.38	2.43	2.53	2.24	2.31
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	18.58	18.23	17.45	17.50	18.40	18.95
Intermediación financiera	4.22	4.00	3.97	3.77	4.24	4.81
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	8.77	9.16	9.36	9.91	9.94	10.04
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	4.83	4.45	4.85	4.56	4.49	4.47
Enseñanza, servicios sociales, de salud y otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	6.09	5.49	5.68	5.62	4.95	4.60
Hogares privados con servicio doméstico	0.29	0.28	0.26	0.29	0.24	0.25
TOTAL PICHINCHA POR INDUSTRIAS	100	100	100	100	100	100

Fuente: BCE, Boletín anual 2008.

Elaboración: La autora.

**GRÁFICO N° 5: SECTOR CONSTRUCCIÓN Y PIB
PROVINCIA DE PICHINCHA.
TASA DE VARIACIÓN
2002-2006**



INDUSTRIA.	2002	2003	2004	2005	2006
Construcción	32.3	-2.8	-3.8	6.7	-1.0
TOTAL TASA DE VARIACIÓN POR INDUSTRIA PICHINCHA	7.9	0.7	2.2	6.8	3.9

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Cuentas Provinciales 2001-2006.

Elaboración: La autora.

La actividad económica de la provincia de Pichincha presenta tasas de crecimiento reales positivas mismas que van del 0.7% al 7.9%, registrando el valor mas bajo en el año 2002 con un aporte de 464, 237,000 dólares (Anexo 3)y una tasa de crecimiento del 0.7%, seguido por el año 2004 con un contribución de 446,478,000 dólares y una tasa de crecimiento de 2.25.Sin embargo en los años 2002 y 2005 el panorama económico de la provincia de Pichincha es mejor con tasas de crecimiento de 7.9% (477, 513,000 dólares) y 6.8% (476, 739,000) respectivamente.

En el año 2001 el sector de la Construcción registra un aporte del 10.83% (Cuadro 3) (360, 917,000 dólares) al PIB total de Pichincha; en el año 2002 una participación del 13.28% y una tasa de crecimiento del 32.3%; el año 2003 una contribución del 12.83% (464,237,000 dólares) registrando en este año una tasa de decrecimiento del 2.8 % en el PIB total de Pichincha , el cual presento una tasa de crecimiento del 0.7% siendo inferior al del año 2002 que fue de 7.9%.

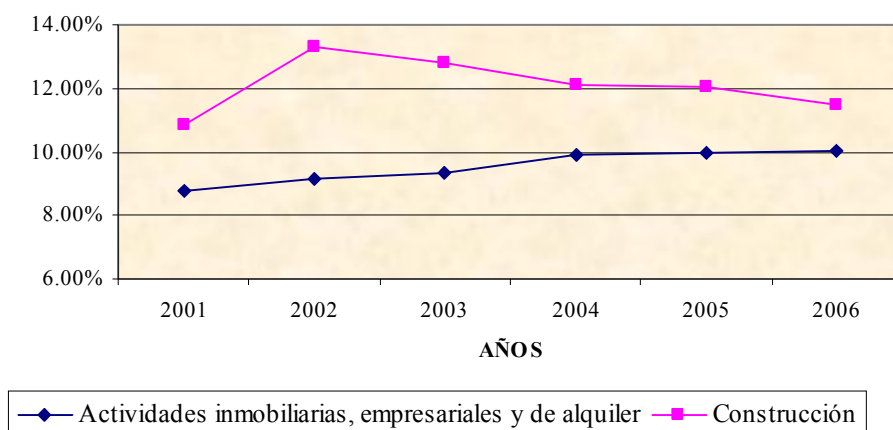
A pesar del descenso económico que tuvo la provincia de Pichincha en el 2003, logra mejorar su situación para el siguiente año con un crecimiento del 2.2% en el PIB Total de Pichincha, sin embargo el sector de la construcción no presenta el mismo panorama, ya que su aporte es del 12.08% inferior al del año anterior con un decrecimiento del 3.8%; en el año 2005.

La Construcción registra un aporte del 12.07% (476, 739,000 dólares) y una tasa de crecimiento del 6.7%, mismo que va de la mano con el desarrollo del PIB de Pichincha el cual fue del 6.8%; en el año 2006 el sector de la construcción presenta una contribución del 11.5% y un decrecimiento del 1% debido al bajo nivel de crecimiento que tuvo el PIB total de Pichincha es este año, mismo que fue de 3.9%.

El sector de la construcción a pesar de tener una buena participación en el PIB total de Pichincha presenta tasas de decrecimiento que van del 1%, 2.8% y 3.8% en los años 2006, 2003 y 2004 respectivamente, pero la situación no es la mismo en los años 2002 y 2005 ya que sus tasa de crecimiento son del 32.3% y 6.7%; registrando su valor más alto en el año 2002.

2.2.2. ANÁLISIS DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN Y EL SECTOR DE ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA.

**GRÁFICO N° 6: SECTOR DE CONSTRUCCIÓN Y SECTOR DE ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER
PROVINCIA DE PICHINCHA.
ESTRUCTURA PORCENTUAL
PERIODO 2001-2006**



	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Construcción	10.83	13.28	12.83	12.08	12.07	11.50
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	8.77	9.16	9.36	9.91	9.94	10.04

Fuente: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Cuentas provinciales 2001-2006.

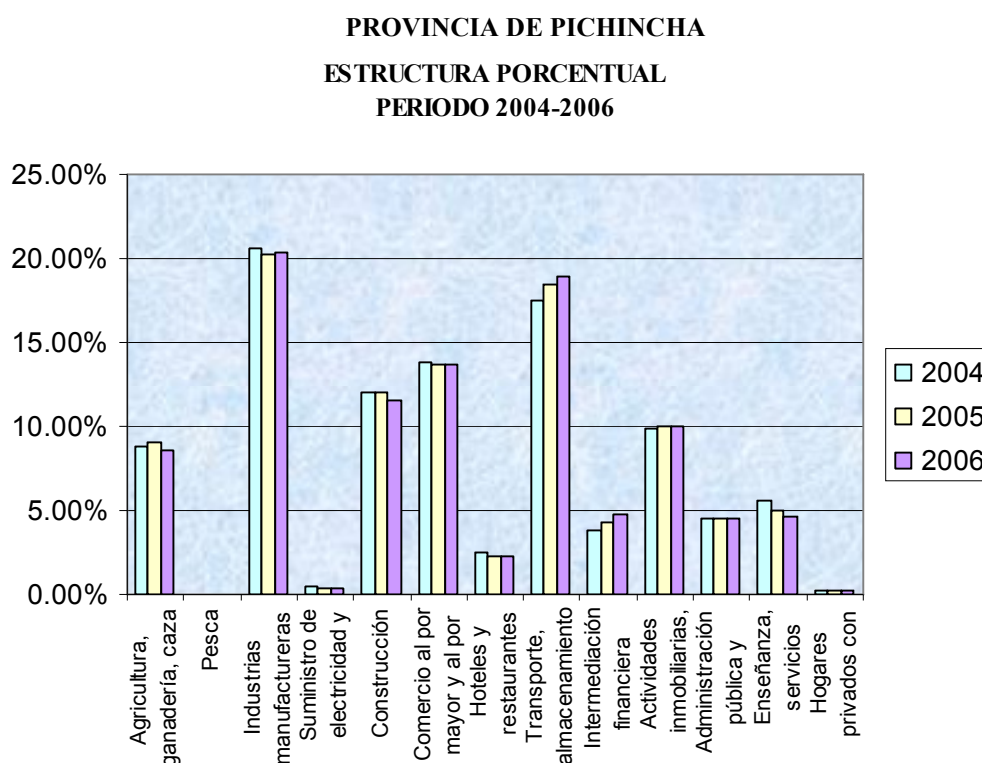
Elaboración: La autora.

El sector de la Construcción y el de de Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler durante el periodo 2001-2006 presentan un similar desenvolvimiento en la economía de la provincia de Pichincha, registrando la actividad económica de construcción participaciones que van del 10.83%; 13,28%; 12.83%; 12.08%; 12.07% y 11.5% (Cuadro 3) respectivamente, siendo el año 2001 el más bajo con el 10.83% y el más alto el año 2002 con un aporte del 13.28%.

Por otra parte el sector de Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler registra aportes del 8.77% ,9.16%,9.36%,9.91%,9.94 y 10.04% con una tendencia de participación creciente durante el periodo mencionado.

2.2.3. SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN FRENTE A LAS DEMAS RAMAS DE ACTIVIDAD ECONÓMICA EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA.

GRÁFICO N° 7: PIB POR INDUSTRIAS



Fuente: Estructura Porcentual Cuentas Provinciales Banco Central del Ecuador.

Elaboración: La autora.

En la provincia de Pichincha durante el periodo 2001-2006 las industrias presentan un comportamiento irregular con tendencias de crecimiento y decrecimiento económico, en los años 2004, 2005 y 2006 la industria que más aporte genera a la economía de esta provincia es el de Industrias Manufactureras (Excluye Refinación de Petróleo) representado por 20.60%, 20.29%, y 20.31%; seguida por Transporte, Almacenamiento y Telecomunicaciones con contribuciones del 17.5%, 18.4% y 18.95% y el tercer lugar el sector del Comercio al por Mayor y al por Menor con participaciones del 13.81%, 13.66% y 13.72% estos dos últimos sectores con una tendencia de participación creciente.

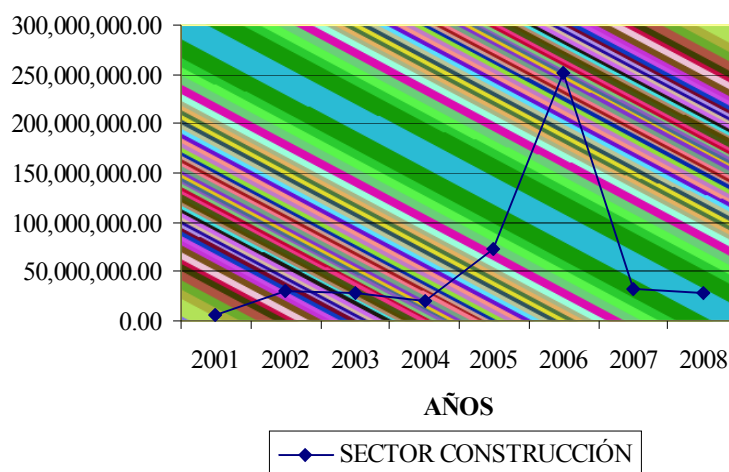
El sector de la construcción se encuentra en uno de los cinco primeros lugares de intervención en la economía de Pichincha ocupando el cuarto lugar con porcentajes

que van del 12.08%, 12,07% y 11,50%, seguido por el sector de Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler que ocupa el quinto lugar registrando porcentajes de 9,91%, 9,94%, y 10,04% manteniendo una tendencia de aportación creciente.

2.3. ANÁLISIS MICRO.

2.3.1. COMPORTAMIENTO ECONÓMICO DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.

**GRAFICO N° 8: INVERSIÓN DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN
CANTÓN RUMIÑAHUI**



Fuente: REGISTRO DE INGRESO, Colegio de Ingenieros Civiles del Cantón Rumiñahui.

Elaboración: La autora.

El Cantón Rumiñahui con el pasar de los años ha presentado una tendencia creciente tanto a: nivel poblacional como comercial conectando al sector de la construcción con dicho desarrollo.

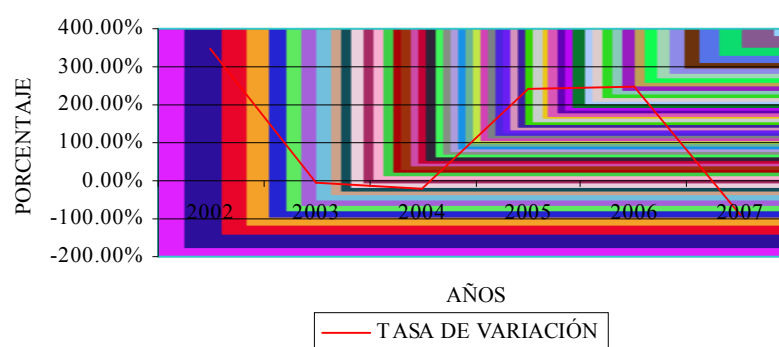
Desde el periodo del año 2001 al 2008 el sector de la construcción ha presentado una tendencia de crecimiento anual, registrando en el año 2001 55,413 m2 (Anexo 4) de construcción y una inversión de \$ 6,638,553.70 ; en el 2008 146,446 m2 con una contribución de \$ 27,862,878.28; sin embargo el año con mayor crecimiento es el 2006 con 1,401,900 m2 de construcción y un aporte de \$ 250,926,139.20; incremento

que va de la mano con el registro del año 2005 417,419 m2 con inversiones de \$ 72,480,293.04, debido a que en estos dos años se construye una de las edificaciones más importantes en el sector comercial “ San Luís Shopping” impulsando este a la construcción de nuevos centros comerciales alrededor de la zona. Además del incremento de edificación del sector industrial en el Cantón.

Luego de esta alta inversión el Cantón Rumiñahui trata de retomar su tendencia en el año 2007 registrando un aporte de \$ 32, 760,814.43 con un aporte en edificaciones de 177,874 m2.

2.3.1.2. ANÁLISIS DE LA TASA DE VARIACIÓN DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.

**GRÁFICO N° 9: SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN
CANTÓN RUMIÑAHUI
TASA DE VARIACION 2002-2008**



DETALLE	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Total Cantón Rumiñahui.	346.95%	-7.50%	23.36%	244.57%	246.20%	-86.95%	-14.94%

Fuente: REGISTRO DE PLANOS, del Colegio de Ingenieros Civiles del Cantón Rumiñahui.

Elaboración: La autora.

El Cantón Rumiñahui presenta un comportamiento irregular en el sector de la construcción, registrando en el 2002 su valor más alto con una tasa de crecimiento de

349.95 %, y el año 2005 y 2006 con una tasa de 244.57% y 246.20% respectivamente.

Esto se debe a que el año 2005 y 2006 los montos económicos para construir centros comerciales, galpones e industrias requieren de millonarias inversiones. Como es el caso del “San Luís Shopping” que tuvo una inversión de \$ 20.224.210.00 comprendiendo una sola estructura de construcción.

Sin embargo los dos años consecuentes al 2006 presentan tasas decrecientes debido a la culminación de las edificaciones comerciales “San Luís Shopping” e industriales realizadas en los dos periodos anteriores pero a pesar de ello en el año 2008 toma una ligera recuperación disminuyendo su tasa de decrecimiento de 86.95% en el 2007 a 14.94% en el año 2008.

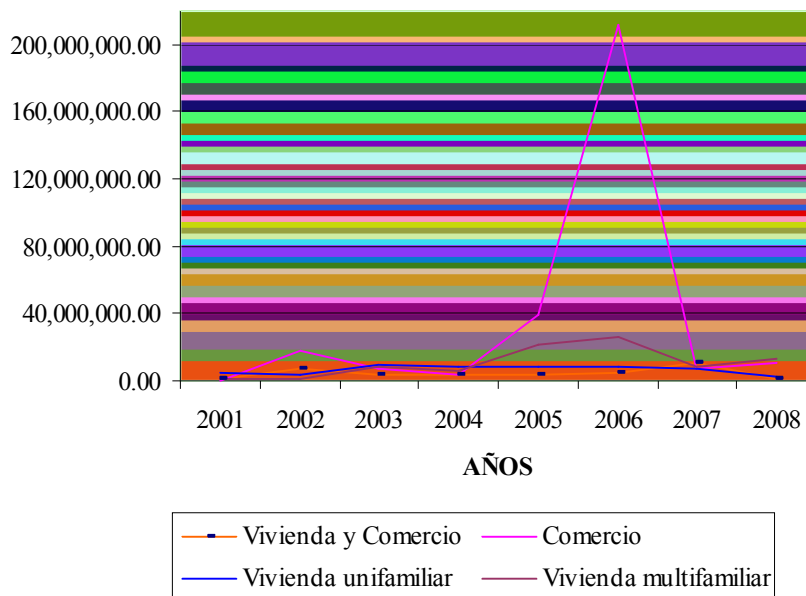
Este comportamiento del sector de la construcción es favorable tomando en cuenta de que recuperación del 72%, a pesar de que en ese año no se registraron todos los proyectos de construcción, debido a la aplicabilidad del mandato ocho, lo cual deslinda a los municipios la solicitud de certificación de planos por alguna institución.

Además cabe resaltar que los datos analizados están en relación al valor de inversión de cada edificación, denotando que con un valor “x” de inversión se puede realizarse la construcción de un inmueble o con la misma inversión construir varios inmuebles. Lo cual depende del tipo de edificación, m2 de construcción y terminados del mismo.

De igual manera este sector se desenvuelve acorde a la economía de los inversionistas y el precio de los materiales de la construcción, pero a pesar de ello siempre se estará construyendo nuevos inmuebles. Además cabe recalcar que mientras más años tenga una edificación mayor mantenimiento requiere.

2.3.2. DESARROLLO ECONÓMICO DE LAS EDIFICACIONES EN EL CANTÓN RUMIÑAHUI.

GRAFICO N° 10: DESARROLLO DE LAS EDIFICACIONES EN EL CANTON RUMIÑAHUI



Fuente: REGISTRO DE PLANOS, del Colegio de Ingenieros Civiles del Cantón Rumiñahui.

Elaboración: La autora.

En el Cantón Rumiñahui las construcciones se encuentran clasificadas en edificaciones de tipo: vivienda y comercio; vivienda unifamiliar; y vivienda multifamiliar, sin embargo para utilidad del presente estudio se determino establecer previa investigación otra clasificación denominada comercio.

El movimiento económico de estos sub-sectores determina el nivel de inversión anual que realiza el sector de la construcción de dicho Cantón, por lo cual se ha podido observar que durante el periodo 2002-2008 presenta una tendencia creciente en este ámbito, siendo el sub-sector de Comercio el que mayor incremento genera con un aporte de \$ 211, 936,209.00 (Anexo 4) en al año 2006, periodo en el cual se presentaron grandes edificaciones comerciales e industriales mencionadas anteriormente.

A pesar de la representativa inversión del sub-sector comercial, la vivienda multifamiliar se encuentra en segundo lugar registrando importantes aportes en los años 2005, 2006 y 2008 con ingresos de 21,997,583.70; 25,587,098.10 y \$ 12,772,625.76 respectivamente; sin embargo la vivienda unifamiliar se ubica en tercer lugar realizando contribuciones de \$ 8,967,988.78 y \$ 7,817,359.42 en los años ,2003 y 2004 correspondientemente; quedando en último lugar las construcciones del sub-sector de vivienda y comercio.

2.4. CRECIMIENTO POBLACIONAL.

La de Tasa de crecimiento es el promedio porcentual anual del cambio en el número de habitantes, como resultado de un superávit (o déficit) de nacimientos y muertes, y el balance de los migrantes que entran y salen de un país.

La tasa de crecimiento es un factor que determina la magnitud de las demandas que un país debe satisfacer por la evolución de las necesidades de su pueblo en cuestión de infraestructura (por ejemplo, escuelas, hospitales, vivienda, carreteras), recursos (por ejemplo, alimentos, agua, electricidad), y empleo.

2.4.1. ANÁLISIS MACRO.

2.4.1.1. CRECIMIENTO POBLACIONAL DEL ECUADOR.

Los datos presentados por el INEC establecen que la población estimada de la República del Ecuador a julio del año 2007 asciende a 13.755.680 habitantes con una tasa de crecimiento del 1.55%, teniendo 47 habitantes por km², para el año 2008 se registra una población aproximada de 14 millones de habitantes con una tasa de crecimiento del 0.935%, un poco menor a la del año anterior, sin embargo existe un crecimiento constante generando demanda de nuevos requerimientos , especialmente el de vivienda. Necesidad que no está a cargo solo de particulares o entidades públicas, también de cada ciudadano los cuales buscan obtener una vivienda y al cumplirlo requieren nuevas necesidades respecto de las mismas.

2.4.2. ANÁLISIS MESO.

2.4.2.1. CRECIMIENTO POBLACIONAL DE PICHINCHA.

CUADRO N° 4: FICHA POBLACIONAL PICHINCHA.

INDICADOR	POBLACIÓN CENSO 2001	POBLACIÓN PROYECTADA 2008	DENSIDAD HABITANES Km2
Pedro Vicente Maldonado	9,965	11,339	498
San Miguel de los Bancos	10,717	12,194	85
Puerto Quito	17,100	19,457	69
Pedro Moncayo	25,594	29,122	559
Mejía	62,888	71,557	49
Rumiñahui	65,882	74,963	87
Cayambe	69,800	82,093	27
Santo Domingo	287,018	326,581	15
Distrito Metropolitano de Quito	1,839,853	2,093,458	17
TOTAL POBLACIONAL	2,388,817	2,720,764	

Fuente: INEC y Plan de Desarrollo Provincial de Pichincha, 2008.

Elaboración: La autora.

En la Provincia de Pichincha el crecimiento poblacional mantienen un comportamiento creciente es por ello que los datos presentados por el INEC y el plan de desarrollo provincial de pichincha para el año 2008 estimaron una población proyectada de: 2, 720,764 habitantes registrando un crecimiento de 331,947 a partir del censo del 2001, con una densidad de 204 habitantes por km2.

La provincia de Pichincha cuenta con nueve cabeceras cantorales de las cuales las que mayor crecimiento poblacional registraron son:

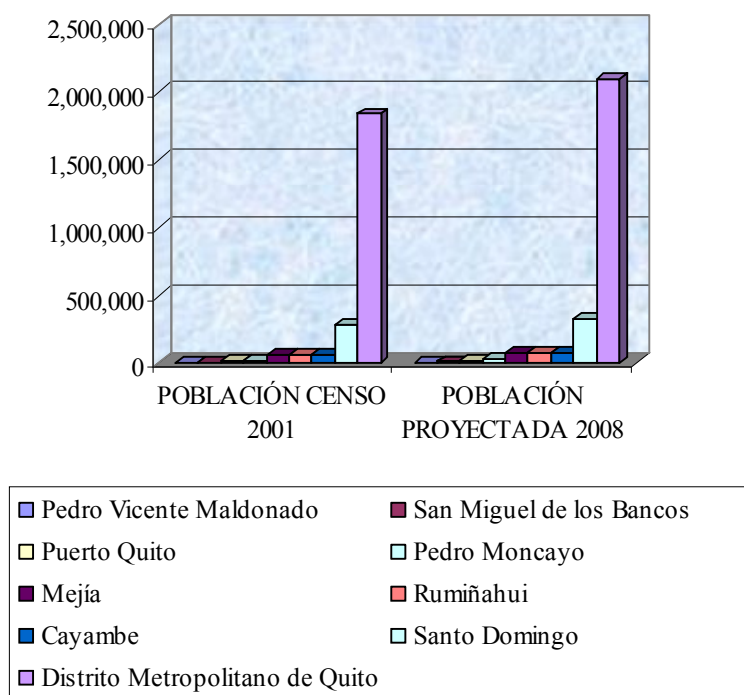
En primer lugar el Distrito Metropolitano de Quito, seguido por Santo Domingo, Cayambe y Rumiñahui (Anexo 5), debido a que en estos cantones existe mayor concentración de la población de la provincia.

Este crecimiento enmarca la existencia de una urbe con nuevas demandas, especialmente el de cubrir necesidades básicas para el ser humano como son: la vivienda y servicios básicos.

2.4.3. ANÁLISIS MICRO.

2.4.3.1. CRECIMIENTO POBLACIONAL DEL CANTÓN RUMIÑAHUI.

GRAFICO N° 11: CRECIMIENTO POBLACIONAL DEL CANTON RUMIÑAHUI
EN RELACION A LA PROVINCIA DE PICHINCHA



Fuente: INEC y Plan de Desarrollo Provincial de Pichincha.

Elaboración: La autora.

El Cantó Rumiñahui en el Censo realizado en el año 2001 registro una población de 65,882 h.; pero para el año 2008 existe una población proyectada de 74,963 h. con una densidad de 559 h. /km² (Anexo 5), y un incremento de 9,081 h. a partir del último censo. Convirtiéndose en uno de los cantones con mayor crecimiento poblacional en la provincia de Pichincha ocupando el cuarto lugar, después de Quito, Santo Domingo y Cayambe.

Este crecimiento poblacional resalta la existencia de nuevas demandas expresadas por la población, debido al incremento de individuos en una familia. Si antes cuatro o cinco personas vivían en una casa, e incrementa el número de integrantes, la vivienda ya no proporcionara el espacio necesario y por lo tanto surge la necesidad de incrementar la infraestructura de la misma o buscar un nuevo domicilio.

Además de enmarcar lo establecido en la Nueva Constitución del Ecuador “Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica”.

CAPITULO TRES.

3. DISEÑO DEL PROYECTO.

3.1. FACTIBILIDAD LEGAL.

3.1.1. MARCO JURÍDICO.

La empresa se mantendrá bajo los parámetros legales y constitucionales de la República del Ecuador acatando sus mandatos, ordenanzas y normas. Las leyes sobre las cuales se registrará esta empresa son aquellas establecidas en La Ley de Compañías, el Código de Trabajo, la Ley de Seguridad Social y la Ley Orgánica de Régimen Tributario (LORTI), Reglamento de Aplicación –LORTI (RALORTI) .

3.1.1.1. RESPONSABILIDAD TRIBUTARIA.

La empresa estará regulada bajo las normas vigentes del Servicio de Rentas Internas (SRI.) del país, cumpliendo aspectos básicos como la obtención del RUC en cualquiera de sus agencias; a más de acatarnos al reglamento de facturación² que presidirá a la compañía.

3.1.1.2. AFILIACIÓN DEL PERSONAL AL IESS.

Manteniéndonos en las normas legales detallados al inicio de este capítulo acataremos los estatutos legales contemplados en LEY DE SEGURIDAD SOCIAL.

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.

² Ley Orgánica de Régimen Tributario; Art. 64

- a. El trabajador en relación de dependencia³;
- e. El dueño de una empresa unipersonal;

3.1.1.3. PATENTE MUNICIPAL.

La patente municipal es un requisito indispensable para el establecimiento de una actividad comercial en el Cantón Rumiñahui, por ello el Municipio ha fijado la tramitación de una patente tipo “Local Comercial”; determinada en base a las características de negocio.

3.1.1.4. CONTRATACIÓN DEL PERSONAL.

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

DISPOSICIONES GENERALES. SEGUNDA: Se podrán contratar civilmente servicios técnicos especializados ajenos a las actividades propias y habituales de la usuaria, tales como los de contabilidad, publicidad, consultoría, auditoría, jurídicos y de sistemas, entre otros, que serán prestados por personas naturales, o jurídicas con su propio personal y que contarán con la adecuada infraestructura física y estructura organizacional, administrativa y financiera. La relación laboral será directa y bilateral entre los prestadores de los servicios técnicos especializados y sus trabajadores.

3.1.1.4.1. DISPOSICIONES DEL CÓDIGO DE TRABAJO.

La compañía 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 empresa la cual que va ser: contrato individual de

³ LEY DE SEGUROSOCIAL OBLIGATORIO; Art.9; literal a). Es Trabajador en relación de dependencia el empleado, obrero o servidor público, y toda persona que presta su servicio o ejecuta una obra, mediante un contrato de trabajo o un poder especial 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.

trabajo⁴ para lo cual el tipo de contrato al iniciar las actividades comerciales será contrato a prueba⁵ para posterior celebrar un contrato escrito con los trabajadores. Con la finalidad de cumplir las normas legales que conciernen al trabajador.

3.1.2. CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.

De acuerdo al marco legal anteriormente mencionado que regirá la empresa, para su constitución se determina la utilización de los incisos legales que circunscribe la Ley de Compañías⁶, integrando a la organización como una compañía de Responsabilidad Limitada⁷.

3.1.2.1. DEL CONTRATO.

La empresa estará administrada bajo los términos establecidos para las Compañías de Responsabilidad Limitada. Por ello se cumplirá con la parte inicial del proceso de constitución que se encuentra detallado en el contrato⁸ expresando en la escritura de constitución⁹ la presente información:

1. Información de los socios.

Nombres y Apellidos: Irma Jesenia Méndez Simbaña.

Estado Civil: Soltera.

Nacionalidad: ecuatoriana.

Nombres y Apellidos: Flavio Franklin Méndez Simbaña.

Estado Civil: Soltero.

⁴ Código de Trabajo; Capítulo 1; Artículo 8.

⁵ CÓDIGO DE TRABAJO; Capítulo 1; Artículo 15. El empleador no podrá mantener simultáneamente trabajadores con contrato a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores. Sin embargo, los empleadores que inicien sus operaciones en el país, o los existentes que amplíen o diversifiquen su industria, actividad o negocio, no se sujetarán al porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de operaciones, ampliación o diversificación de la actividades, industria o negocio. Para el caso de ampliación o diversificación, la exoneración del porcentaje no se aplicará con respecto a todos los trabajadores de la empresa sino exclusivamente sobre el incremento en el número de trabajadores de las nuevas actividades comerciales o industriales.

⁶ LEY DE COMPAÑÍAS; Artículo 2

⁷ LEY DE COMPAÑÍAS; Sección Quinta; Artículo 92

⁸ LEY DE ACOMPAÑÍAS; 6 De La Forma Del Contrato; Artículo 136

⁹ LEY DE COMPAÑÍAS; 6 De La Forma Del Contrato; Artículo 137

Nacionalidad: ecuatoriano.

Nombres y Apellidos: Flavio Aníbal Méndez Tituaña.

Estado Civil: Casado.

Nacionalidad: ecuatoriano.

Nombres y Apellidos: Flavio Aníbal Méndez Heredia.

Estado Civil: Viudo.

Nacionalidad: ecuatoriano.

2.- Razón Social de la Compañía.

SIADef.

3.- Objeto Social.

Prestación de servicios para el acondicionamiento de edificios.

4.- Duración de la compañía.

Indefinido

5.- Domicilio de la compañía.

Cantón Rumiñahui; Sangolquí; Av. General Enríquez y Venezuela.

6.- Capital Social.

\$69,000.00

7.- Participaciones.

Irma Méndez \$ 18,000.00

Flavio Franklin Méndez Simbaña \$17,000.00

Flavio Aníbal Méndez Tituaña \$17,000.00

Flavio Aníbal Méndez Heredia \$17,000.00

8.- Administración:

Gerente General: Irma Jesenia Méndez Simbaña.

9.- Junta general.

LA Junta General estará conformada por los cuatro socios mencionados en el primer inciso de este contrato.

El Gerente General se encargará de convocar a reuniones trimestrales a los socios de la compañía para dar informes de desenvolvimiento de la misma y la toma de decisiones; los socios serán informados con una semana de anticipación y deberán corroborar su asistencia hasta dos días después de haber recibido la convocatoria.

Las decisiones de la compañía serán tomadas en base a la reglamentación sobre Derechos, Obligaciones y Responsabilidades de los Socios¹⁰ establecido en la Ley de Compañías en la que suscribe: todos los socios tienen el derecho intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato.

Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho de un voto. Asiando hincapié al inciso anterior las decisiones de la compañía se tomara bajo mayoría de votos, llegando siempre a un consenso en la toma de decisiones. Por lo cual se deberá comunicar con tiempo a cada uno de los socios el cronograma de reuniones.

¹⁰ LEY DE COMPANIAS; Derechos, Obligaciones y Responsabilidades de los Socios; Art. 114; inciso a)

3.2. FACTIBILIDAD TÉCNICA.

3.2.1. INVESTIGACIÓN ESTADÍSTICA DE LA POBLACIÓN.

De acuerdo al levantamiento de datos realizado en el Municipio del Cantón Rumiñahui se ha llegado a determinar:

Total de lotes: 30512

Total de lotes con construcción: 17137

Para la esquematización y aplicabilidad del presente estudio se estableció determinados parámetros en la población clasificándolos en: edificios y conjuntos habitacionales, obteniendo de dicha manera la siguiente información.

Edificios: 67

Conjuntos habitacionales: 87

3.2.2. PLAN DE MUESTREO.

Hecho.- Aceptación de una empresa dedicada al mantenimiento y reparación en plomería, pintura, jardinería y electricidad.

Características.-

- **Frecuencia de uso**
- Ubicación
- Ingresos
- Tipo de vivienda
- Ventajas buscadas
- Nivel de satisfacción
- **Aceptación**

Unidad elemental.- Administradores de edificios comerciales y conjuntos habitacionales.

Unidad de muestreo.- Empresas comerciales y conjuntos habitacionales.

Marco muestral.- Mapa del Cantón Rumiñahui.

Variable de análisis.-

Aceptación: Números de personas que aceptarían nuestro servicio.

Frecuencia de uso: Número de veces de consumo del servicio.

Población.- Todos los edificios comerciales y conjuntos habitacionales del Cantón Rumiñahui.

3.2.3. ESTIMACIÓN DE LA MUESTRA.

3.2.3.1. Tipo de Muestreo.

El comportamiento de la población a ser estudiada, carece de información en función al proyecto que se pretende implantar en el Cantón Rumiñahui debido a que los consumidores objetivos no mantienen vínculos establecidos de actuación ordenada de ningún tipo y se requiere de respuestas individuales de consumo.

En función de esto el muestreo aleatorio simple es el más adecuado para el levantamiento de la información estadística.

3.2.3.2. Tamaño de la muestra.

En base a la determinación de los clientes potenciales expresados en la investigación estadística de la población, se ha calculado la muestra apropiada y una recolección de datos directa a través de la aplicación en formato de encuesta (véase documentos adjuntos).

El tamaño de muestra **n** para el estimador de la proporción utilizando **muestro aleatorio simple** esta definido por la aplicación de la siguiente formula estadística:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0}{N}}$$

y

$$n_0 = \frac{Z_{\alpha/2}^2}{e^2} s^2$$

Muestra para edificaciones comerciales.

Donde:

n = muestra,

N = tamaño de población objetivo (67 edificaciones comerciales),

p = porcentaje estimado de captación (50%)

q = diferencia de captación (p-1),

e = error esperado (5%)

z = nivel de aproximación (1.96)

Muestra para conjuntos habitacionales.

Donde:

n = muestra,

N = tamaño de población objetivo (87 conjuntos habitacionales),

p = porcentaje estimado de captación (50%)

q = diferencia de captación (p-1),

e = error esperado (5%)

z = nivel de aproximación (1.96)

El tamaño de la población fue definido luego de un proceso de levantamiento de datos de las edificaciones del Cantón Rumiñahui, obteniendo como resultado 67 edificios comerciales y 87 conjuntos habitacionales, de los cuales para no sesgar la investigación se determinó una captación del 50%, estimándose un error del 5% y un nivel de confianza de 1.96 que corresponde al predeterminado por la estimación.

Mediante la aplicación de la formula anteriormente descrita se obtuvo como resultado una muestra de 57 encuestas para administradores-dueños de edificios y 71 para administradores de conjuntos habitacionales.

3.2.4. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.

Mediante el proceso de levantamiento de datos realizado en el Cantón Rumiñahui, se pudo determinar la población que se ajusta a los requerimientos de este proyecto mediante la siguiente segmentación de mercado.

3.2.4.1. VARIABLES DEMOGRÁFICAS:

PROVINCIA:

- Pichincha.

CANTÓN:

- Rumiñahui.

SECTOR:

- Sur
- Centro
- Norte

GENERO:

- Adultos

INGRESOS ECONOMICOS:

- Media-media
- Media Alta
- Alta

ACTIVIDAD:

- Microempresarios
- Dueños- Administradores de edificios comerciales y administradores de conjuntos habitacionales.

La segmentación del mercado fue realizada en base a los requerimientos del presente estudio, estableciendo como lugar de aplicación el Cantón Rumiñahui que a pesar de no ser tan grande como la metrópoli es un mercado abierto a la inmersión de nuevos proyectos. Por la investigación de las edificaciones (Anexo 6) se ha determinado como zonas de aplicación las siguientes:

Conjuntos habitacionales:

Norte
Centro
Sur

Edificios Comerciales.

Norte
Sur

Las personas sobre las cuales recae la dedición de compra del servicio de acondicionamiento de edificios son los adultos, ya que son ellos los que perciben posibles falencias o requerimiento de sus edificaciones.

La persona encargada a adquirir el servicio son los dueños-administradores de edificios y administradores de conjuntos habitacionales. Los cuales mantienen una relación directa y conocimiento de las necesidades y servicios que requirieren dichas edificaciones.

Los clientes potenciales que estarían en condición de contratar este tipo de servicios son aquellas de clase media-media; media-alta y alta. Debido a que su nivel de

ingresos le permite contratar periódicamente determinados servicios para sus construcciones.

3.2.5. PROCEDIMIENTOS DE CAPTACIÓN DE INFORMACIÓN.

Para el proceso de levantamiento de la información se utilizó como base la zonificación y tipo de construcciones que mantiene el Cantón Rumiñahui, lo cual permitió un adecuado proceso de recolección de información por sectores y zonas.

Debido a la segmentación que se realizó para la presente investigación (conjuntos habitacionales y edificios comerciales) se estableció dos modelos relativamente distintos de encuesta en función a las características de los mismos. En los anexos (Anexo 7, 8) presentados en este trabajo se puede apreciar los dos modelos de encuesta aplicados a esta investigación.

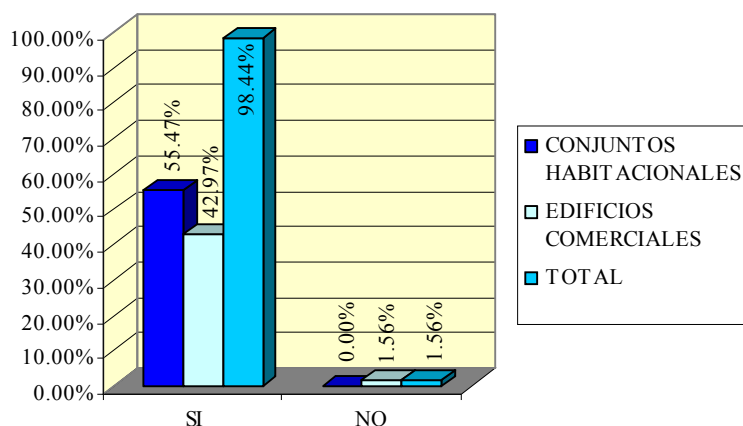
La diferencia que maneja los dos formatos está determinada por la carencia de requerimiento del servicio de jardinería por parte de los edificios comerciales y de igual manera por la ubicación de los mismos se omite el sector sur debido a que en él se encuentra un solo edificio comercial.

3.2.6. INTERPRETACIÓN DE DATOS DEL ESTUDIO DE MERCADO.

La encuesta fue diseñada bajo parámetros de pregunta relacionados al comportamiento actual de los consumidores y de servicios de plomería, electricidad, pintura y jardinería; de manera que se obtenga información cuantitativa y cualitativa de: la situación actual de las prestaciones, el nivel de satisfacción de los consumidores, los requerimientos y deficiencias de los ofertantes y las tendencias de aceptación a un nuevo servicio complementario de mantenimiento para las edificaciones del Cantón Rumiñahui.

Para una mejor apreciación del comportamiento del mercado se ha establecido dos formatos de encuesta relativamente distintos acorde a las características de cada inmueble.

GRÁFICO N° 12. PREGUNTA UNO: NIVEL DE DEMANDA DEL SERVICIO.



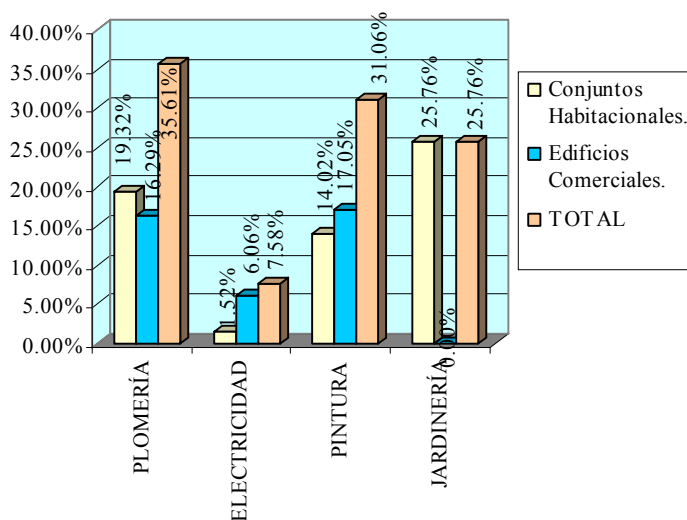
El primer indicador se refiere a la realidad actual de adquisición de servicios de plomería, electricidad y pintura, por parte de los consumidores.

En este dato (Anexo 9) se aprecia que de las 128 encuestas realizadas 126 de ellos han requerido

alguna vez uno de estos servicios representando el 96,44% (Gráfico 11) de la población en estudio, formado tanto por los conjuntos habitacionales como por los edificios comerciales, los cuales mantienen demandas similares con requerimientos del 55.47% (71) y 42.97% (55) respectivamente.

Los dos encuestados que no han requerido alguna vez estos servicios se deben a la construcción reciente de dichas edificaciones por la cual aún no han sentido la necesidad de contratarlos. Como se puede apreciar los servicios de plomería, electricidad, pintura y jardinería son indispensables en dichas edificaciones.

GRÁFICO N° 13. PREGUNTA DOS: NIVEL DE DEMANDA POR SERVICIOS.

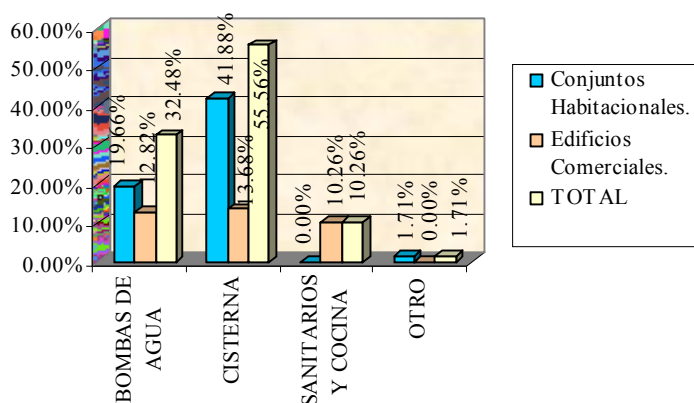


A pesar de que la mayoría de consultados ha requerido estos servicios alguna vez, el que mayor nivel de demanda presenta es el de plomería (Gráfico) con un porcentaje de requerimiento del 35,61% seguido por el servicio de pintura con, una intervención del 31,06%, en

tercer lugar el servicio de jardinería con una demanda del 25,76% y en último lugar el de electricidad con un 7,58%.

En los servicios de plomería y pintura los conjuntos habitacionales y edificios comerciales presentan un comportamiento similar en su demanda, sin embargo el de jardinería en los conjuntos habitacionales cubren todo el mercado debido a que los edificios comerciales carecen de este servicio por las características de su estructura.

**GRÁFICO N° 14. PREGUNTA DOS: NIVEL DE DEMANDA DE LAS SUB AREAS
DEL SERVICIO DE PLOMERÍA.**



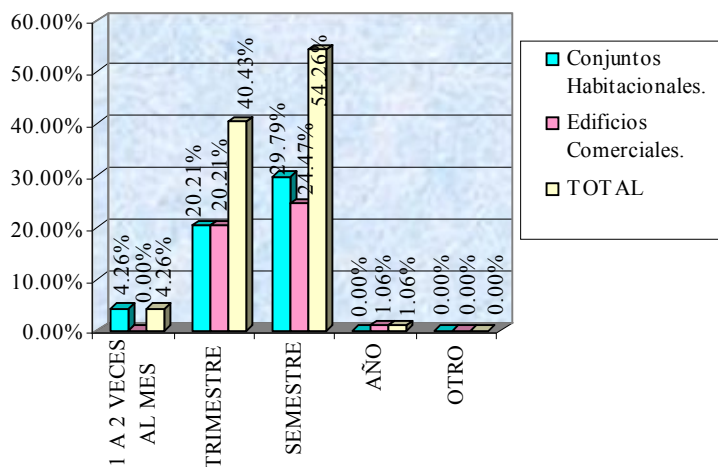
El servicio de plomería comprende varias áreas de acción y la de mayor demanda es la de mantenimiento de cisternas con un nivel de requerimiento del 55,56%, siendo los conjuntos habitacionales

quienes requieren con mayor fuerza este servicio, debido al número de casas que comprende cada uno, la mayoría de ellos mantienen una cisterna comunal para todas las viviendas lo cual genera una demanda del 41,88%.

A pesar de ello el servicio de bombas de agua ocupa el segundo lugar con una demanda del 19,66%, siendo similares entre los conjuntos habitacionales y los edificios comerciales con requerimientos del 19,16% y 12,82% respectivamente.

El servicio de sanitarios y cocina no mantiene una demanda importante solo representa el 10,26% mismo que se encuentra representado únicamente por los edificios comercial, ya que en los conjuntos habitacionales se torna un servicio independiente de cada propietario de las viviendas, mas no del conjunto.

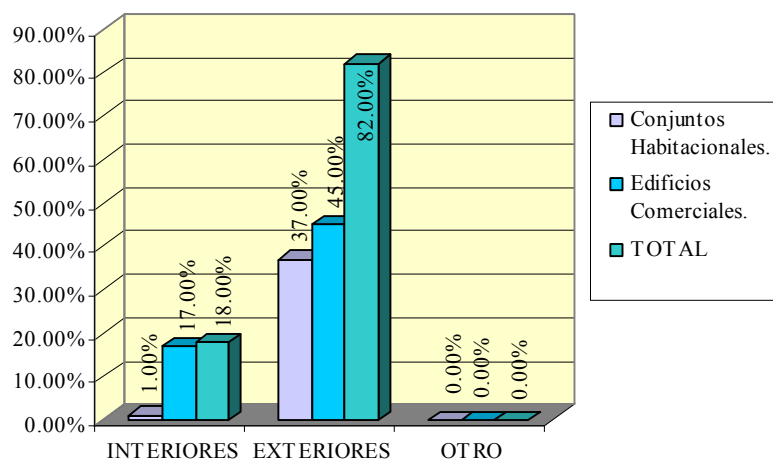
GRÁFICO N° 15. PREGUNTA TRES: FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO DE PLOMERIA



Complementando este servicio se destaca su frecuencia de uso, la cual se encuentra determinada por un consumo semestral y trimestral estableciendo un requerimiento del 54,26% y 40,43% respectivamente.

Quedando totalmente descartado un consumo anual y de una a dos veces al mes. Esta frecuencia de uso se encuentra determinada en gran proporción al mantenimiento que le dan a las cisternas y bombas de agua.

GRÁFICO N° 16. PREGUNTA DOS: NIVEL DE DEMANDA DE LAS SUB AREAS DEL SERVICIO DE PINTURA.



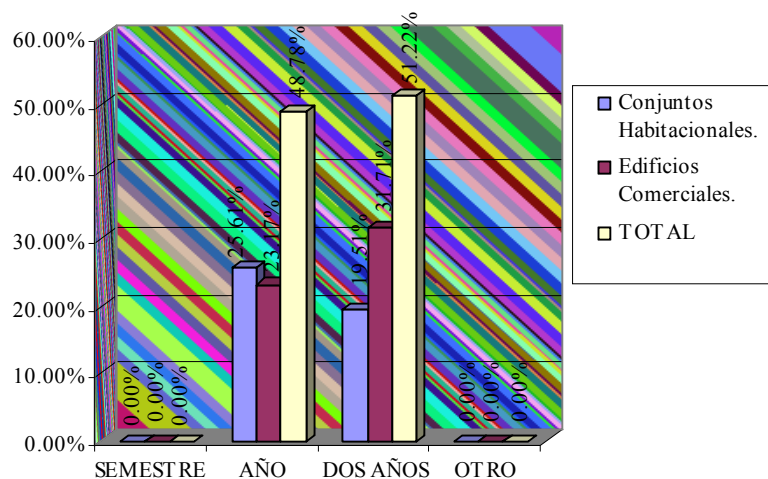
El servicio de pintura se encuentra en segundo lugar, conformado en gran parte por el requerimiento de trabajos de pintura de exteriores con una demanda del 82%, el cual presenta

comportamientos de prestaciones similares, entre los conjuntos habitacionales y edificios comerciales.

El servicio de pintura de interiores refleja una demanda inferior del 18%, conformada en gran parte por los edificios comerciales los cuales presentan un comportamiento de requerimiento del 17%, enmarcando así un espacio mínimo de

trabajo en esta área. Orientando el presente estudio a la implementación de servicio de pintura de exteriores.

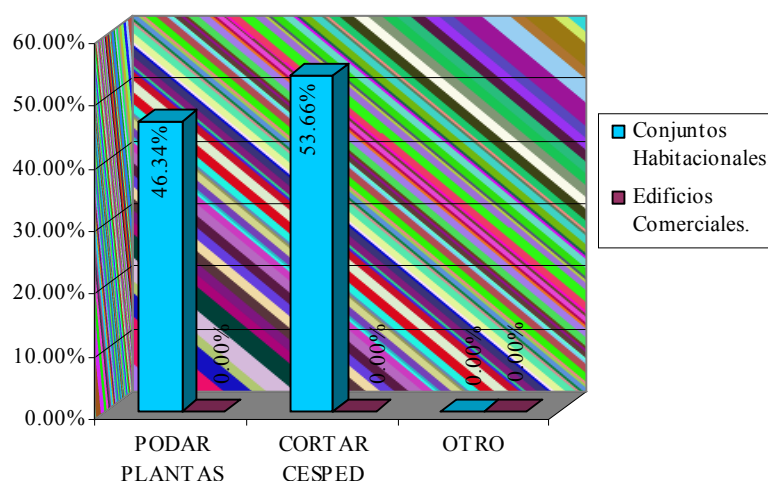
GRÁFICO N° 17. PREGUNTA TRES: FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO DE PINTURA.



El nivel de frecuencia de uso de este servicio se encuentra caracterizado por un consumo de dos años a un año reflejado por un 51,22% y 48,78% de captación de este tipo de trabajos. Eliminando totalmente un

requerimiento semestral de este servicio. Lo cual determina la propuesta de tiempo de mantenimiento de esta área en el presente proyecto.

GRÁFICO N° 18. PREGUNTA DOS: NIVEL DE DEMANDA DE LAS SUB AREAS DEL SERVICIO DE JARDINERIA

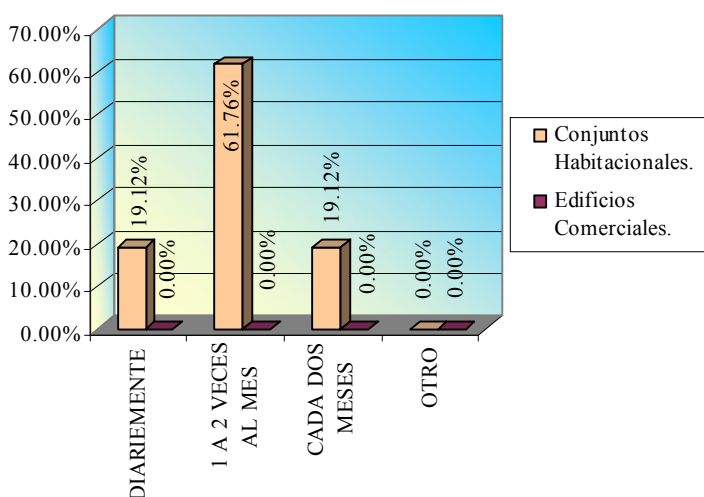


El servicio de jardinería se encuentra en tercer lugar de demanda como se menciona en la interpretación del grafico dos, presentando niveles de requerimientos similares, tanto en

trabajos de podar plantas como en trabajos de cortar césped reflejando demandas del 46,34% y 53,66% respectivamente; siendo adquirido este servicio únicamente por los conjuntos habitacionales, ya que los edificios comerciales por la estructura de sus construcciones no requieren de este tipo de trabajos.

Además estas dos áreas del servicio de jardinería son complementarias debido a la ordenanza municipal que circunscribe los conjuntos habitacionales, la cual enmarca la obligación de mantener espacios verdes y reforestar dichas áreas.

GRÁFICO N° 19. PREGUNTA TRES: FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO DE JARDINERIA.



Este servicio registra un mayor nivel de frecuencia de uso de uno a dos veces al mes 61,76% , seguido por un comportamiento igual entre un consumo diario y de cada dos meses representado por un 19,12% cada uno. Cabe tomar en cuenta que

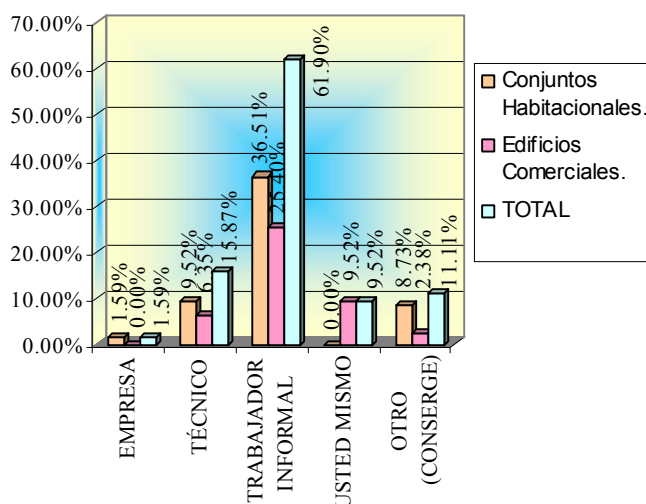
mediante este proceso investigativo se pudo denotar que la frecuencia de uso del servicio de jardinería se encuentra interrelacionado con el clima, debido a que en épocas de lluvia la frecuencia de uso del servicio es de 2 veces al mes e incluso semanal, mientras que en épocas de verano puede ser una sola vez al mes.

Los servicios en los cuales se ha enfocado el presente proyecto son aquellos usualmente utilizados en conjuntos habitacionales y edificios comerciales, lo cual se confirma en el nivel de demanda que presentan los mismos al inicio de esta sección.

Además se ha podido apreciar que los consumidores presentan una inclinación hacia áreas de plomería, pintura y jardinería con comportamientos relativamente similares en el consumo de trabajos de: cisternas, bombas de agua; pintura de exteriores; podar plantas y cortar césped. Con niveles de frecuencia de uso acorde a las necesidades de los clientes, presentando un comportamiento de requerimiento de trabajos de plomería cada semestre y trimestre, pero en cuanto a servicios de pintura se maneja otro panorama de consumo establecido entre lapsos de tiempo de un año a dos años, de igual manera el servicio de jardinería presenta contrataciones del servicio de uno a dos veces al mes.

A pesar de que el servicio de electricidad no genera un porcentaje alto de demanda y solo representa el 7.58% (Anexo 9), debe ser igualmente cubierto e implementado en el presente estudio con determinadas observaciones lo cual se puede apreciar en el capitulo cuatro.

GRÁFICO N° 20. PREGUNTA CUATRO: PARTICIPACION POR PROVEEDOR ACTUAL.

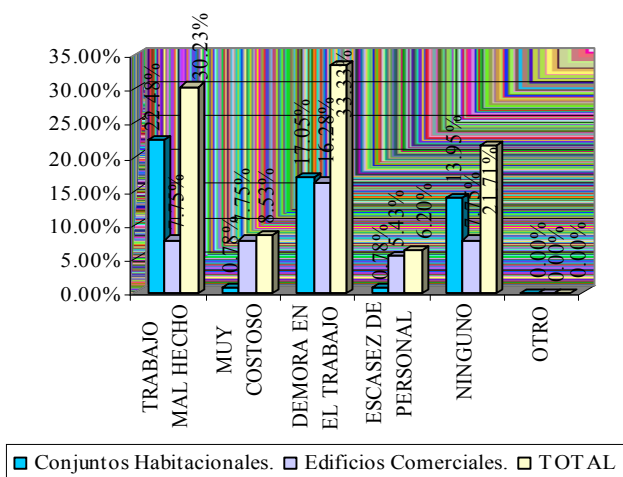


Otro punto importante en el desarrollo de este estudio es el nivel de participación de los ofertantes en el mercado.

Por ello en el presente gráfico podemos apreciar el grado de participación de cada uno de ellos, siendo los trabajadores informales quienes cubren la mayoría del mercado con una

participación del 61,90%, seguido por los técnicos con un 15,87%. Sin embargo existe una empresa que ofrece este tipo de servicios pero con una participación mínima del 1,59%.

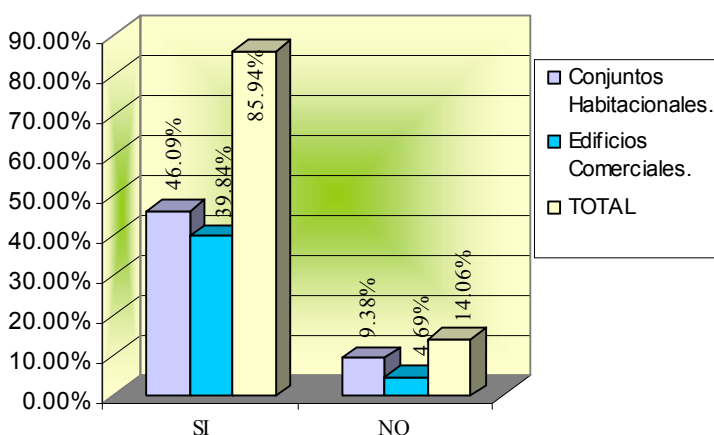
GRÁFICO N° 21. PREGUNTA CINCO: DEFICIENCIAS DE LOS OFERENTES DEL SERVICIO.



Sin embargo podemos encontrar varias falencias en la prestación que ellos realizan, siendo la más representativa la demora en el trabajo con un 33.33%, seguido de trabajo mal hecho con un 30.23%, lo cual genera cierto grado de insatisfacción en los

consumidores. Además de convertirse en una pauta de debilidades a las que nuestra empresa debe atacar y transformarlas en ventajas competitivas.

GRÁFICO N° 22. PREGUNTA SEIS: NIVEL DE ACEPTACION DE LA EMPRESA.

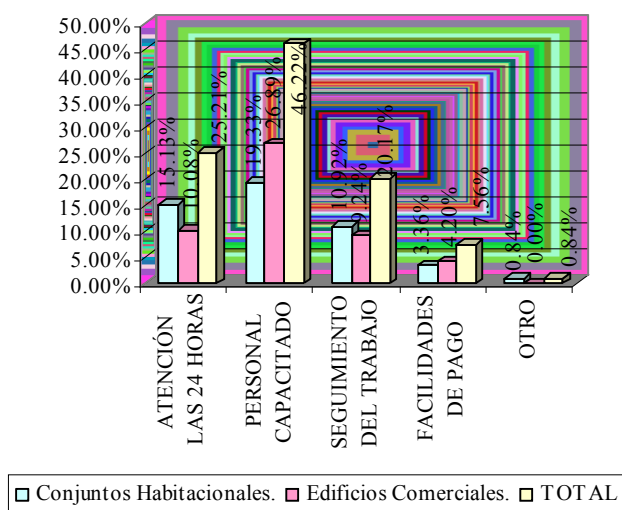


De acuerdo a las encuestas realizadas los consumidores presentaron un grado de aceptación positiva frente al presente proyecto de implementación de una empresa de prestación de servicios para el acondicionamiento de

edificios. Reflejando el 85,94% (110 encuestados) de aceptación ante esta propuesta.

Definiendo el mercado al cual podríamos acceder implantando la empresa, prestados nuestro servicio a 59 conjuntos habitacionales y 51 edificios comerciales.

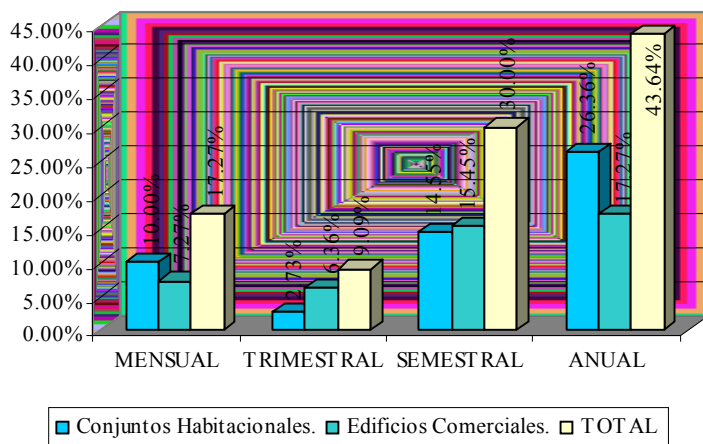
GRÁFICO N° 23. PREGUNTA SIETE: REQUERIMIENTOS DEL SERVICIO.



En cuanto al servicio ofertado los consumidores enmarcaron un sinnúmero de requerimientos, siendo el personal capacitado el de mayor demanda, sin embargo se complementa con un servicio de atención las 24 horas de día y seguimiento del trabajo realizado. Cubriendo así las

necesidades y exigencias del mercado.

GRÁFICO N° 24. PREGUNTA OCHO: FRECUENCIA DE CONTRATACIÓN DEL SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO DE EDIFICIOS.

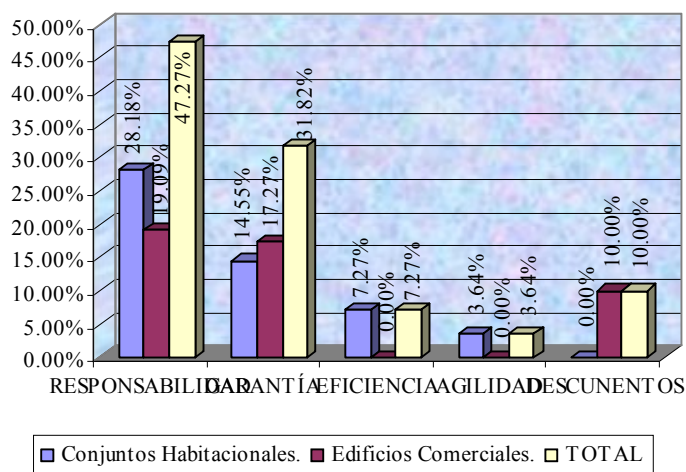


En cuanto a la frecuencia de contratación del servicio, los consultados determinaron un periodo de consumo anual y semestral con requerimientos del 43,64% y 30% cada uno, estableciendo así los planes de servicio a

establecer en el presente estudio implementando paquetes de mantenimiento anuales.

Cada plan de mantenimiento conllevara las áreas de uso más utilizadas en cada uno de los segmentos, ofertando un servicio complementario acorde a las necesidades de cada consumidor. El plan de trabajo se mantendrá bajo un esquema de prestación preventivo correctivo.

GRÁFICO N° 25. PREGUNTA NUEVE: VENTAJAS DEL SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO DE EDIFICIOS.

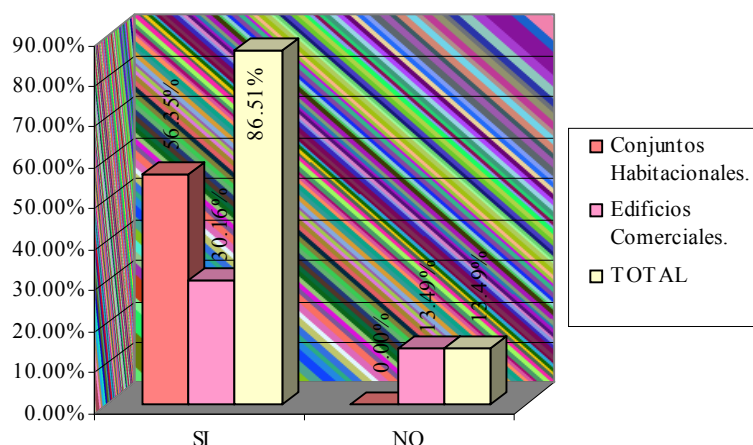


A pesar de haber establecido los requerimientos del servicio en el gráfico siete los consultados necesitan otras ventajas que fortalezcan la prestación, por ello han determinado otros factores que ellos consideran fundamentales

para un buen servicio, caracterizando la responsabilidad y garantía, como uno de los aspectos más importantes que debe tener la empresa.

GRÁFICO N° 26. PREGUNTA DIEZ: PORCENTAJE DE

MANTENIMIENTO EN LAS EDIFICACIONES.



En el presente gráfico podemos observar, el comportamiento de mantenimiento que manejan los edificios comerciales y conjuntos habitacionales, el cual refleja que sí existe una cultura de mantenimiento en

dichas construcciones representada por un 86,51% (109 encuestados) de la población consultada.

Sin embargo esta respuesta está determinada únicamente por los servicios que ellos consideran indispensables para sus edificaciones y con carácter de mantenimiento, por la atención que les prestan a los mismos cada cierto lapso de tiempo, tal es el caso de los conjuntos habitacionales, los cuales establecieron esta respuesta en relación al mantenimiento continuo que realizan en el área de jardinería y cisternas.

Por otra parte los edificios comerciales se basaron en el servicio de pintura, como mantenimiento, ya que este servicio está definido por lapsos de tiempo de uno a dos años.

Como conclusión se establece que el proyecto cuenta con un espacio importante de mercado. Se lo ha demostrado por medio de la presente investigación ejecutado en una muestra representativa de la población, ya que de las 128 encuestas aplicadas 110 consultados (Anexo 9) reflejaron un interés positivo frente a estos servicios, con un plan de contratación anual y semestral, complementado con fortalezas como: personal capacitado, seguimiento del trabajo realizado, atención las 24 horas del día, responsabilidad y garantía de los trabajos realizados.

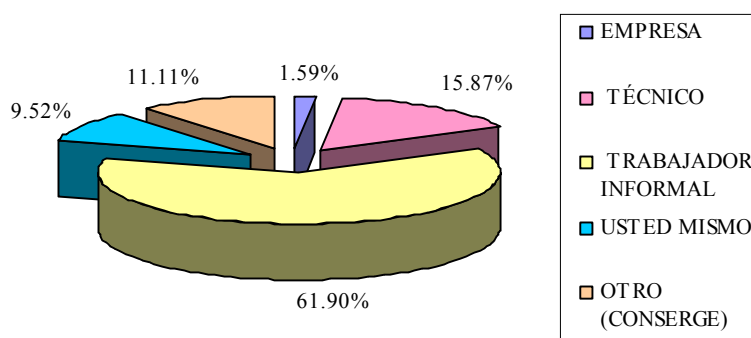
3.3. FACTIBILIDAD COMERCIAL.

3.3.1. ANALISIS OFERTA – DEMANDA.

El servicio de acondicionamiento de edificios en el Cantón Rumiñahui carece de un esquema de prestación conjunta de todas aquellas áreas que comprende la infraestructura de una vivienda, sin embargo lo podemos encontrar en el mercado de forma segmentada, adquiriendo cada uno de ellos de manera individual. Situación que se ha llevado a cabo desde hace muchos años.

En el gráfico que a continuación se presenta se puede observar los que en la actualidad prestan dichos servicios y la participación de mercado de cada uno de ellos.

GRÁFICO N° 27. PORCENTAJE DE PARTICIPACION.



Elaboración: La autora.

Como se puede apreciar en el presente gráfico, la competencia principal es el trabajador informal, quien cubre la demanda del mercado en un 61,9%, seguido por el personal técnico los cuales cubren el 15,87%, sin embargo es menos representativo que el del sector informal, sobre el cual recae la mayor prestación.

En el Cantón Rumiñahui no existe un estudio profundo sobre el comportamiento del mercado en este tipo de prestaciones, ni de sus consumidores; por lo cual los datos presentados se basan en las encuestas realizadas.

Tomando en cuenta que de los 126 consultados que alguna vez han contratado alguno de estos servicios 78 lo han adquirido a través de trabajadores informales, 20 por medio de técnicos en determinada área y únicamente dos por parte de una empresa.

Sin embargo los consumidores perciben ciertas falencias al momento de adquirir estos servicios siendo la demora en el trabajo el que mayor impacto tiene con 43 clientes insatisfechos, seguido por el trabajo mal hecho con 29 clientes.

Con respecto a la demanda, el 85,94% (Gráfico 26) de la población encuestada 110 contestaron que estarían dispuestos a contratar los servicios de esta nueva empresa, de esta forma se demuestra que existe un espacio de mercado que podemos cubrir con la implementación de este proyecto.

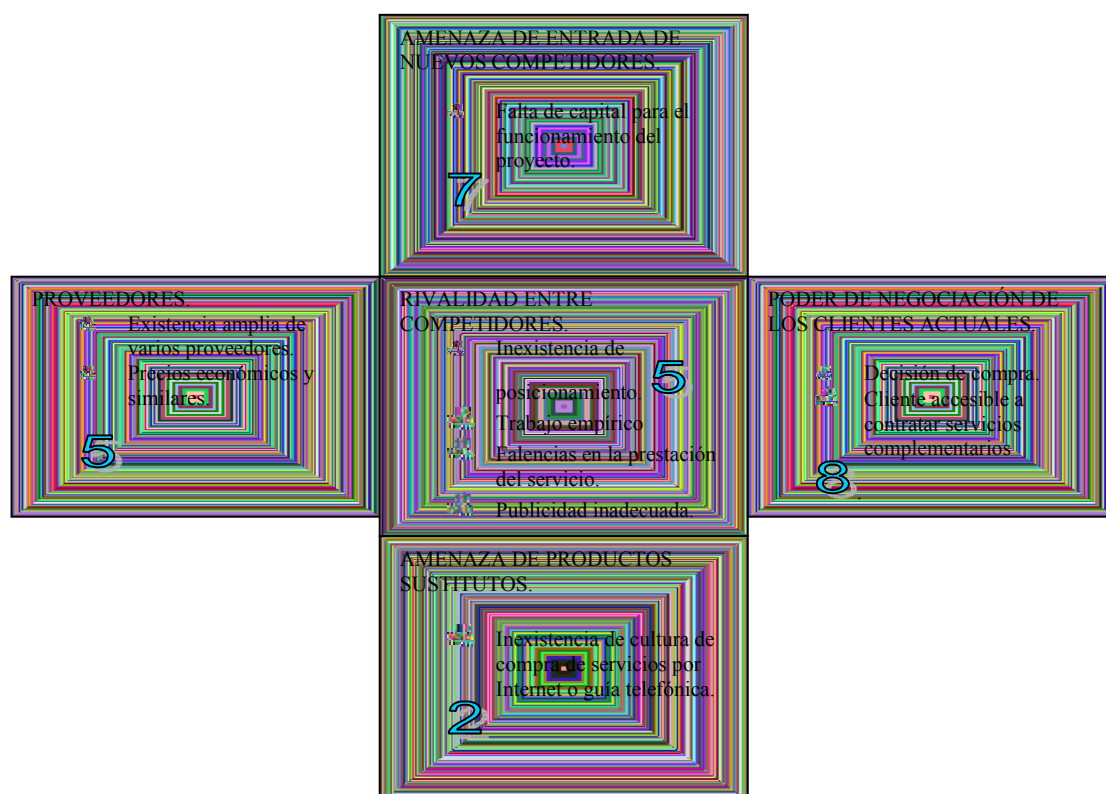
Implementando beneficios como personal capacitado, atención las 24 horas del día y seguimiento del trabajo (Anexo 9), contrarrestando así las falencias de los prestadores del servicio actuales. Además de proporcionar una imagen de responsabilidad y garantía requerida por los clientes potenciales respecto de este proyecto.

3.3.2. DESARROLLO DEL MODELO DE LAS CINCO 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.

Obteniendo conocimiento de aspectos básicos del consumidor, sus necesidades y exigencias, enmarcándonos en el modelo piramidal de la administración donde el Cliente es la base fundamental de las empresas, además de que un cliente satisfecho es un cliente seguro y puede atraer a más clientes.

3.3.2.1. MATRIZ DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER.



3.3.2.1.1. AMENAZA DE ENTRADA DE NUEVOS COMPETIDORES.

Entre las principales barreras que tienen los competidores es la falta de recursos económicos para la implementación de una empresa de prestación de servicios complementarios para el acondicionamiento de edificios debido al alto valor de inversión para la inmersión de la misma en el mercado.

3.3.2.1.2. COMPETIDORES.

La única empresa que presta servicios complementarios para el acondicionamiento de edificios, con carente posicionamiento en el sector es (Managment and cleaning service) con prestaciones a: bienes muebles e inmuebles en. Jardinería, pintura, limpieza, electricidad, plomería y otros, cubriendo únicamente dos conjunto habitacionales encuestados. Oferta su servicio de trabajos solamente correctivos y de instalación, con o sin materiales. El Administrador del conjunto habitacional el

“Portón del Valle”, manifestó cierto grado de insatisfacción del servicio adquirido, debido a la falsa garantía del trabajo realizado.

A pesar de no existir posicionamiento de alguna empresa en el mercado estos servicios se los puede conseguir de manera segmentada e independiente de cada trabajo que se desee realizar en una vivienda, encontrando en el mercado trabajadores informales dispuestos a proporcionar este tipo de servicios, los cuales cubren la mayoría del mercado (Gráfico 26).

Gracias a la información obtenida con las encuestas se pudo determinar que la mayor falencia que presentan los trabajadores informales son: demora en el trabajo y trabajo mal hecho (Gráfico 19). Siendo esto una pauta para el presente proyecto y ejemplo de los errores en los cuales no se debe caer.

Los trabajadores informales carecen de una imagen atractiva de prestación del servicio ya que ofertan sus trabajos de forma individual (área de servicio), llegando al cliente por medio de tarjetas de presentación, rótulos, locales comerciales, referencias personales e incluso ubicándose con sus herramientas en las afueras de la Plaza del Valle¹¹.

3.3.2.1.3. COMPETIDORES POTENCIALES.

Son aquellos que a futuro pueden constituirse como empresas prestadoras del mismo tipo de servicios que el de este estudio.

3.3.2.1.3.1. SUSTITUTOS.

Acorde a las características de prestación del presente proyecto se ha determinado como servicios sustitutos a aquellos ofertados en las páginas amarillas e Internet.

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

¹¹ Centro Comercial ubicado en el Sector del triangulo, Cantón Rumiñahui..

Sin embargo el que más se asemeja a este proyecto en prestaciones de servicios es el siguiente:

A.A.A.ALO DESAGUES MAX. Realiza prestación de servicios de plomería, electricidad y albañilería de lunes a domingo con un lapso de garantía de 90 días.

En el Internet podemos encontrar muchas ofertas de estos servicios de manera independiente ofertados en páginas de olx y de mercado libre, sin embargo los que más se asemejan al presente proyecto son:

TODO EN PLOMERÍAY MUCHO MÁS.

Ofrece trabajos de instalación y reparaciones de: plomería en cobre, bombas, destape de desagües, cisternas, sanitarios, filtraciones, hidromasajes; Electricidad, Albañilería, Calefones, vidriería. Atención las 24 hora del día, garantía sustentada en 30 años de experiencia en el mercado.

INSTALEC.

Servicios de asistencia en el hogar y otros en: albañilería, electricidad, plomería, pintura, soldadura eléctrica, carpintería,, lavado de tanque y limpieza de cisternas, colocación de calefones, construcción de cerramientos.

Cabe mencionar, que a pesar de que estos servicios son ofertados en medios masivos carecen de impacto en el mercado, debido a la cultura que rodea a los dueños-administradores de edificios comerciales y administradores de conjuntos habitacionales, mismos que en la mayoría de casos adquieren estos servicios sin ningún parámetro determinado y lo realizan por referencias personales.

3.3.2.1.4. CLIENTES.

Está representado por los dueños-administradores de edificios comerciales y administradores de conjuntos habitacionales. A pesar que la prestación actual de

estos servicios se realice de forma segmentada e informal, los clientes son los que tienen la decisión de compra respecto de los mismos; debido a que en el mercado pueden acceder a cada uno de ellos de diferentes formas ya sea a través de la guía telefónica, Internet, tarjetas de presentación, locales ubicados en la urbe e incluso al aire libre en el sector del triángulo y en la mayoría de los casos por referencias personales.

Los consumidores, frente a la presente propuesta de prestación de servicios establecida en este trabajo de investigación están dispuestos a contratar servicios complementarios para el acondicionamiento de edificios.

3.3.2.1.5. PROVEEDORES.

El alto nivel de demanda que genera el sector de la construcción nos da la oportunidad de encontrar en el mercado un sinnúmero de locales comerciales dedicados a la venta de materiales de ese tipo.

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

A través de un estudio se ha determinado como proveedor de maquinaria y herramientas a:

 KIWY.

 FERRISARIATO.

Proveedores de materiales para la consecución de obras de instalación y reparación.

 DISMACÓN (materiales de plomería) y PINTUCO.

 KYWY.

 FERRISARIATO.

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 y facilidades de pago.

Para medir el poder de negociación que la empresa tiene se estableció la siguiente escala.

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Nulo poder

Alto poder.

La empresa maneja un poder de negociación intermedio de 5.4 debido a que no existe un mercado claramente definido que proporcione a los clientes garantías y demás exigencias requeridas por los mismos, además contamos con un mercado amplio de materiales y maquinarias relacionadas a las áreas de prestación enfocadas en este estudio .

3.3.4. CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO.

Para que la promoción de ventas tenga un ciclo de vida largo e ingrese a la mente del consumidor como la mejor opción de compra de mantenimiento, instalación y correctivos de edificios se propone las siguientes herramientas de promoción.

3.3.4.1. INTRODUCCIÓN.

El hecho de ofertar un servicio y la intangibilidad del mismo requiere un adecuado plan publicitario y estrategias que permitan generar posicionamiento de la empresa en el mercado, para dicha consecución se detalla a continuación el plan de introducción.

3.3.4.1.1. PRODUCTO.

La empresa esta enfocado en un sistema de prestación de servicios para el acondicionamiento de edificios, en áreas de plomería, electricidad, pintura y jardinería. A través de la implantación de planes de mantenimiento anuales en áreas básicas de cada edificación.

3.3.4.1.1.1. LOGOTIPO.



3.3.4.1.1.2. SLOGAN.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS PARA SU EDIFICIO.

3.3.4.1.2. PLAZA.

La empresa estará ubicada en la zona céntrica del cantón Rumiñahui “Parque Turismo” debido a su gran movimiento comercial, además todos los eventos y festividades que se realizan tienen gran concentración en ese lugar, convirtiéndose en un punto estratégico para la empresa por ser visible a toda la comunidad, y se puede acceder con facilidad a los clientes de la zona norte, centro y sur.

3.3.4.1.3. PRECIO.

El precio propuesto por la empresa está determinado en base a las referencias de los ofertantes actuales del servicio, estableciendo un valor intermedio por cada área de intervención. La empresa no puede ingresar al mercado con un precio de prestación barato porque puede generar dudas sobre la garantía del servicio y tampoco un precio demasiado alto porque puede sesgar su compra.

3.3.4.1.4. PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.

1.- MERCADEO DIRECTO.- El Gerente General estará a cargo de realizar la venta del servicio, para lo cual deberá conocer todo el movimiento del trabajo y cada una de las áreas de prestación, además de la utilización de herramientas óptimas para

dar a conocer la importancia que tiene el mantenimiento de las edificaciones tanto como imagen, seguridad y salud hacia sus propietarios.

2.- RELACIONES PÚBLICAS.- A más de realizar la venta directa del servicio, se realizara la oferta del mismo en cada uno de los eventos efectuados en el Cantón Rumiñahui repartiendo volantes y participando de los desfiles con el personal de la empresa.

Se utilizara convenios con nuestros proveedores KIWY y FERRISARIATO, para la distribución de publicidad (hojas volantes, pancarta) en estos centros comerciales.

3.- PUBLICIDAD.- Se colocará una valla en el sector de El Triangulo y otra en el parque Turismo, ubicación de la empresa.

4.- SERVICIO POSTVENTA. Es fundamental para la organización implementar este servicio debido a que está directamente relacionado con las exigencias del cliente respecto de la prestación. La garantía es una de las fortalezas que enfocara la empresa y para lo cual se contara con un plan de seguimiento del trabajo realizado de forma continua y periódica. El trabajador y el cliente se encargaran de llenar una hoja de prestación del servicio (capitulo cuatro) de manera individual con la finalidad de establecer observaciones respecto de la prestación y solventar posibles inconvenientes de manera oportuna.

El gerente general cada mes evaluara cada servicio y se comunicara con los clientes para dialogar sobre la percepción del mismo. Además de crear una imagen de responsabilidad, y compromiso frente a los usuarios.

3.3.4.2. CRECIMIENTO.

En esta etapa de desarrollo de la empresa se utilizara todas las herramientas anteriormente mencionadas, sin embargo se implementara aquellas que se consideren importantes para incrementar nuestro mercado.

INCENTIVOS: Resultan muy beneficiosos para mejorar las ventas, se realizara determinados servicios de forma gratuita a los clientes con plan de mantenimiento

(dependiendo el contrato) y a los clientes nuevos que adquieran nuestros servicios se anulara el valor de la inspección del trabajo a realizarse nuevos eliminando el cobro de la inspección. Se aperturará líneas de crédito a disposición de los clientes, previa base de datos.

DESCUENTO EN PRECIO (TRABAJO EXTRA).- A las personas que nos contraten para un trabajo adicional fuera del servicio de mantenimiento no se les cobrara la consulta, solo el trabajo a realizar.

Al cliente que realice el contrato del servicio por un año se le entregara un servicio o trabajo adicional, o un descuento dependiendo del tipo de contrato que adquiera y el monto del mismo.

PROMOCIONES: Estas se darán por cierto tiempo, y constara de servicios gratis adicionales a aquel edificio, empresa o conjunto habitacional que contrate el servicio por un tiempo de un año y nos refiera con otras edificaciones.

NOTA: Se trabajara con una base de datos para guardar relación directa con el cliente y conocer el grado de satisfacción del mismo hacia el producto, para así: mejorar, crear lealtad y confianza en nuestros consumidores. La base de datos será creada en base a información obtenida por clientes fijos y potenciales que asistan o se comuniquen a nuestra oficina.

El cliente será la mejor herramienta de difusión para la empresa ya que al ofrecerles un servicio totalmente garantizado y proporcionar calidad seremos recomendados y así garantizaremos el crecimiento.

3.3.5. ESTRATEGIAS DE COMERCIALIZACIÓN.

3.3.5.1. ESTRATEGIAS GENÉRICAS

La meta principal de la empresa es brindar al cliente lo mejor en el servicio de: acondicionamiento de edificios ofreciendo trabajos de instalación, mantenimiento y correctivos en áreas de: plomería, electricidad, jardinería y pintura; es por ello que

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

3.3.5.1.1. LIDER EN SERVICIO.

Una empresa de servicio es la más sensible del mercado al momento de ofertarse a los consumidores debido a su intangibilidad con el cliente y se requiere de tácticas adecuadas para lograr atraerlos y mantenerlos en la misma. Por ello esta empresa trabajara en proporcionar al cliente formalidad, seguridad, garantía y disponibilidad en los trabajos realizados, a más de contar con un proceso de seguimiento que nos permita ir mejorando nuestro servicio y solventar cada exigencia del cliente.

- Seremos flexibles con el cliente escuchando sus sugerencias y desacuerdos respecto del servicio.
- Nos orientaremos a conocer al cliente, estrecharemos lazos amistosos para garantizar su satisfacción mediante la utilización de una base de datos.

3.3.5.1.1.1. ATRIBUTOS DE L SERVICIO.

- Garantía.- Este atributo se encuentra determinado por los requerimientos de la demanda expresados en la encuesta respecto de la nueva prestación del servicio (Mapa de Procesos), complementado con la responsabilidad que va a cumplir la empresa, a través de una correcta organización y comunicación entre todos los departamentos, para solventar los requerimientos de manera eficiente y sin demoras.

Además de un seguimiento del trabajo realizado lo cual se detalla en el capítulo cuatro, con la finalidad de garantizar el servicio, solucionar posibles inconvenientes a tiempo e implementar nuevas líneas de servicio o programas de mantenimiento requeridos por los clientes.

Asesoramiento.

- Atención personalizada. Cada uno de los empleados de la empresa están en la potestad de solucionar inconvenientes que se presenten en la realización de su

trabajo y de comunicar a los clientes lo sucedido explicando en forma clara y respetuosa la situación, ofreciendo soluciones y cumpliendo sus decisiones.

Las oficinas de la empresa y línea telefónica estarán abiertas a los clientes para atender alguna inquietud o emergencia sobre el servicio. Mediante el teléfono se coordinara el trabajo con los empleados y consultara el grado de satisfacción de los clientes.

- Disponibilidad las 24 horas del día.- Este atributo esta orientado a aquellos servicios que son emergentes en determinada situación, los cuales son : la plomería y electricidad ya que en caso de una emergencia no pueden esperar su atención. Para solventar este tipo de requerimientos se establecerá un horario de atención de 8:00 de la mañana a cinco de la tarde en la oficina, o los clientes podrían acceder mediante línea telefónica en el mismo horario al de la oficina o al celular del gerente el cual se encargara de coordinar un plan anticipado en caso de emergencias.
- Únicos en servicios de mantenimiento(Edificios, condominios, empresas)

La empresa a ser constituida se desarrollara bajo un esquema complementario de prestación de servicios enmarcado en obtener la satisfacción del cliente, para lo cual el personal deberá atravesar un proceso de selección y prueba, con la finalidad de contar con trabajadores idóneos, altamente capacitado; ya que ellos son parte de la imagen de la organización y de esta manera se puede crear clientes leales y ser la mejor referencia del servicio.

3.3.5.2. ESTRATEGIAS PARA MANTENER EL CRECIMIENTO DE LA EMPRESA.

- Apertura de nuevas líneas de servicios o programas de atención, los cuales irán de acuerdo a las necesidades de nuestros clientes y la innovación de la tecnología.
- Ampliar nuestro mercado en la prestación de servicios a casas, instituciones educativas, centros deportivos, instituciones públicas (municipio) entre otros.

- En caso de reparaciones adicionales de “x “servicio o trabajos de instalación que implique la compra de materiales proponer al cliente la opción de realizar un trabajo incluido los materiales o proporcionar lugares donde ellos pueden adquirirlos a costos cómodos.

CAPITULO CUATRO.

4. FACTIBILIDAD DE GESTIÓN.

4.1. ESQUEMATIZACIÓN DEL SISTEMA.

El mundo gira entorno a necesidades innatas y creadas por la comunidad comercial, creando un sinnúmero de clientes que constantemente están demandando soluciones eficientes a sus exigencias.

El mercado sobre el cual se mueve el acondicionamiento de edificios presenta un sinnúmero de requerimientos en dicha área , el cual se encuentra cubierto por entidades independientes (institucionales e informales), las cuales generan ciertas desventajas en la adquisición el servicio como: demoras, inexistencia de garantías, pocos valores agregados, falta de profesionalismo, entre otros factores que encarecen el trabajo realizado.

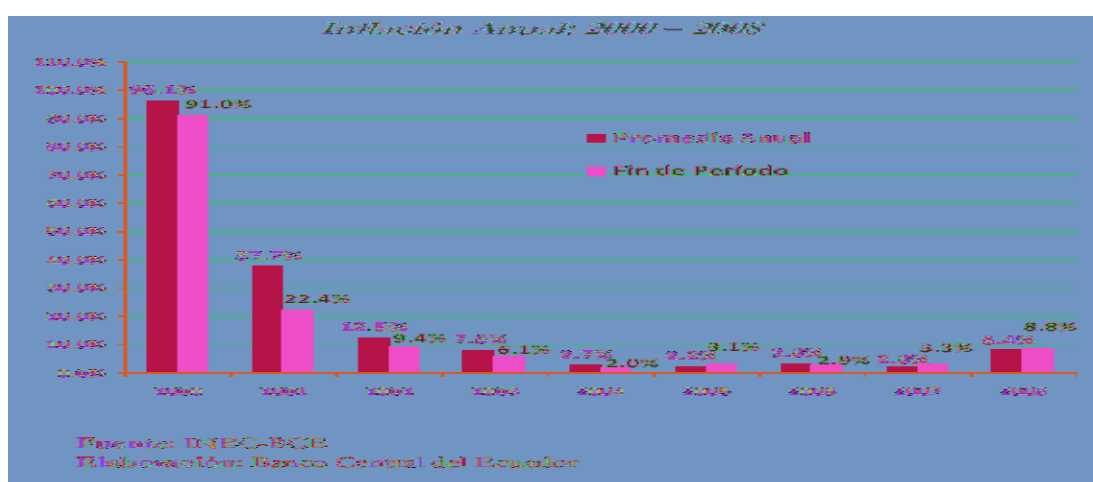
La visualización directa sobre dichas prestaciones me ha permitido descubrir la necesidad de ofertar al público, soluciones eficaces en todas las áreas que se encuentra comprendida el acondicionamiento de edificios. Bajo el planteamiento de una organización que cubra con todas las funciones necesarias en la ejecución de servicios netamente profesionales a las necesidades encontradas.

Acondicionamiento de edificios. Dentro de este grupo se pretende incluir programas de mantenimiento y labores correctivas y de instalación en áreas de: Plomería, Electricidad, Jardinería y Carpintería, cumpliendo así con los requerimientos básicos que demanda la infraestructura inmobiliaria.

4.1.1. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN INICIAL.

El Ecuador es un país que siempre se ha encontrado atravesado por un sinnúmero de crisis, esto a causa de la inestabilidad política que lo caracteriza, ya que los malos gobiernos y su cambio frecuente lo ha llevado a un sinfín de procesos incompletos, mismos que han obstaculizado su desarrollo, generando inestabilidad económica y social, perjudicando así nuestra imagen tanto a nivel nacional como internacional ahuyentando la inversión por el nivel de riesgo país

GRÁFICO N° 28.



A finales de los noventa el Ecuador atravesó una de las crisis económicas más grandes de la historia, el cual devengo en la quiebra de algunos bancos, congelamiento de los fondos y convulsión social. El país termino el año con un proceso inflacionario del 96.1 %¹² y un decrecimiento del PIB del 6.3%¹³ representado por la declinación económica de sus industrias.

En el año 2000 el escenario de nuestro país presento una mejora en relación al periodo anterior registrando un crecimiento del PIB del 2.8%, acompañado de un nuevo proceso intercambiario que termino en la adaptación de una nueva moneda (el dólar).

Desde aquel periodo el país ha ido mejorando su situación económica con crecimientos reales positivos y pequeñas variaciones entre los años, mejorando el

¹² BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Inflación anual 2000-2008.

¹³ BANCO CENTRAL DEL ECUADOR, Boletín anual 2008.

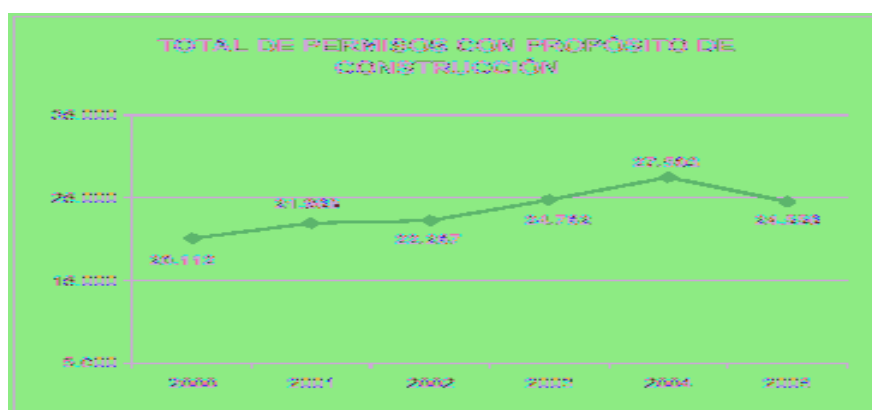
panorama de sus industrias desde 1999. Acompañado de un proceso inflacionario decreciente que fue del 91% en el 2000 al 8.8% a finales del 2008, registrando su valor más bajo en el año 2004 con una inflación del 2%.

Después del proceso de dolarización se denotaron nuevas posibilidades y una reactivación pausada de la economía ecuatoriana, en especial por el aporte que generaron las remesas de los emigrantes al país, las cuales fueron encaminadas a la inversión en bienes tangibles debido a la desconfianza que generó el sector bancario.

Los sectores que mayor aporte generan al país son: El sector del Comercio al por Menor y al por Mayor; Industrias manufactureras; Transporte, almacenamiento y Telecomunicaciones; Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura; Construcción; y Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler.

Como se puede apreciar estos dos últimos se encuentran entre uno de los seis primeros sectores más dinámicos de nuestra economía garantizando así la viabilidad del presente estudio.

**GRÁFICO N° 29. TOTAL DE PERMISOS CON PROPÓSITO DE
CONSTRUCCIÓN A NIVEL NACIONAL
PERIODO 2000-2005**



Fuente: Encuestas de Edificaciones

Elaboración: INEC

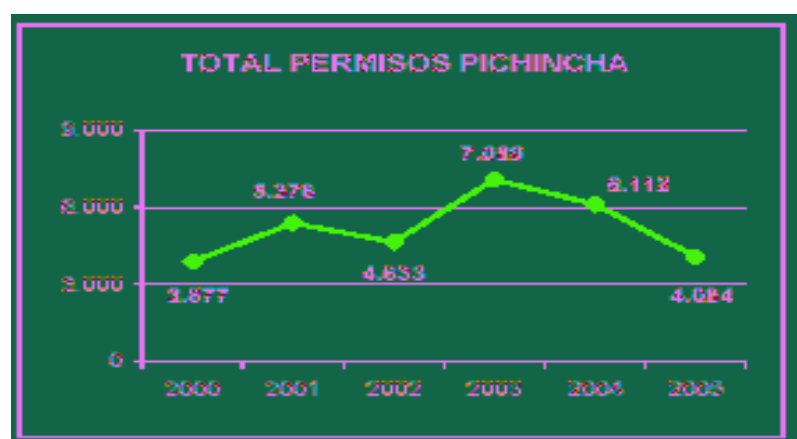
El sector de la construcción mantiene un comportamiento creciente en nuestro país vivo ejemplo de esto es el número de permisos de construcción que se otorgan cada año a nivel nacional. Registrando en el año 2000 20.112 permisos hasta llegar a cubrir requerimientos de 27.503 autorizaciones en el 2004.

En el año 2006, fueron concedidos 26.584 permisos de construcción por parte de los municipios del país, es decir 2.028 más que en el año 2005. La provincia que registra el mayor número de permisos en el país fue Guayas con el 31.5%.

El 87% de los permisos han sido otorgados para la ejecución de proyectos de nuevas construcciones, el 10% para ampliaciones y la diferencia para reconstrucciones. De las nuevas construcciones, el 90% se han concedido para proyectos de uso residencial.

GRÁFICO N° 30. TOTAL PERMISOS CON PROPÓSITOS DE CONSTRUCCIÓN EN LA PROVINCIA DE PICHINCHA

PERIODO 2000-2005.



Fuente: Encuestas Edificaciones

Elaboración: INEC

La provincia de Pichincha al formar parte de una de las principales jurisdicciones más importantes de nuestro país, mantiene un ritmo económico-comercial activo para satisfacer las necesidades y exigencias de su población. El sector de la construcción

mantiene su dinamismo registrando 3.877 permisos en el año 2000, para culminar en el 2005 con 4.084 autorizaciones, sin embargo el año con mayor tramitación para edificaciones es el 2003 con 7.089 permisos.

4.1.1. ÁREAS DEL SERVICIO.

El presente proyecto requiere de una definición clara de las áreas de servicio a ser ofertadas por ello a continuación se detalla la participación que tiene cada una de ellas bajo su concepto de acción.

4.1.2.1. PLOMERÍA.

La plomería es la actividad que se ocupa de la instalación reparación y mantenimiento de las redes de agua potable y la evacuación de aguas residuales. También incluye otras instalaciones como la calefacción. Siendo complementado por trabajos que comprenden bombas de agua-grupos de presión, grifería, aparatos sanitarios, tuberías, calefones, sistemas de evacuación, entre otros.

Acorde a los datos arrojados en la encuesta y cubrir el servicio de electricidad y acorde a las características del requerimiento el plomero deberá tener conocimientos básicos de electricidad.

4.1.2.2. JARDINERÍA.

La jardinería comprende el mantenimiento de áreas verdes mediante el trato y cuidado de plantas (podar, fumigar o sembrar), complementado con el trabajo de cortar césped.

Este servicio está enfocado a todas las edificaciones con espacios verdes para los cuales se les es indispensable no requerirlo.

4.1.2.3. PINTURA.

El termino pintura es bastante amplio en el mercado, pero para el presente estudio se lo definirá como aquel directamente relacionado con la prestación de trabajos de pintura para la vivienda ya sea en acabos al interior o exterior de la misma.

4.1.2.4. ELECTRICIDAD.

Para el presente proyecto se definirá el servicio de electricidad como aquel que se dedica a la realización de trabajos de instalaciones eléctricas para la vivienda, ya sean de iluminación (focos), toma corrientes, breakers, cableados eléctricos de 110 o 120 voltios, porteros eléctricos, timbres, entre otros. En si servicios básicos de electricidad aplicables a las edificaciones.

Sin embargo por el nivel bajo de demanda de este servicio y acorde al comportamiento de consumo de los clientes se orientara a trabajos de iluminación, y toma corrientes, y acorde a su comportamiento futuro y requerimientos se ampliara las áreas de prestación de electricidad de viviendas.

4.1.3. DESCRIPCIÓN DE LAS NECESIDADES INSATISFECHAS.

Todas las áreas que comprenden la estructura de un edificio, requieren un sinnúmero de acabados ya sean interiores o exteriores, acompañado de un mantenimiento continuo cada cierto tiempo para disminuir el deterioro del mismo por el uso y otros factores.

El sector inmobiliario es uno de los más dinámicos de la economía de nuestro país a mas de ser parte de uno de los derechos humanos más importantes del ser humano, de vivir con dignidad razón por la cual se encuentra protegido bajo la Constitución de la República del Ecuador Capitulo segundo, derechos del buen vivir, sección sexta habitad y vivienda.

“Las personas tienen derecho a un hábitat seguro y saludable, y a una vivienda adecuada y digna, con independencia de su situación social y económica”.

Cabe destacar que es fundamental describir al marco legal que circunscribe a los ciudadanos del Cantón Rumiñahui, respecto de las edificaciones.

“Cisterna y equipo hidroneumático: Toda edificación de una altura mayor a cuatro pisos que vayan a ser declaradas en propiedad horizontal de los grupos B, C, D, E y F¹⁴.”

“Para los grupos B, C, D, E, y F se exigirán la construcción de un tratamiento de aguas servidas cuyos diseños serán aprobados y fiscalizados por los departamentos correspondientes de la municipalidad”.

“Las edificaciones de vivienda de los grupos B, C, D, y F tendrán un área recreativa mínima de doce metros cuadrados por unidad de vivienda. Estas áreas pueden ser concentradas hasta en dos cuerpos, susceptibles de implantarse equipamientos”

“Los retiros frontales en zonas de uso residencial, podrán ser tratados como espacios comunitarios sin divisiones interiores, debiendo ser encespedados y arborizados”. A más de las obligaciones que deben cumplir los ciudadanos en cuanto a la estructura de sus edificaciones amparadas en las Normas del Código de Arquitectura y Urbanidad nace la necesidad innata de habitar en un lugar digno que le satisfaga sus requerimientos buscando así acondicionar sus viviendas acorde a sus necesidades y exigencias.

En el Cantón Rumiñahui existe un sin fin de necesidades insatisfechas respecto del acondicionamiento de edificios debido a la falta de personal totalmente capacitado en lo que a estas áreas respecta, ya que prima la informalidad de los trabajadores de este sector que realizan sus actividades de manera empírica con un bajo nivel de preparación en su trabajo.

Sin embargo existen otras falencias en la adquisición de este servicio como la demora en la realización del trabajo y el trabajo mal hecho. Todos estos factores anteriormente mencionados impulsan la elaboración del presente estudio ofreciendo alentadoras señales de intervención en este mercado.

¹⁴ REGISTRO OFICIAL N° 465, Ordenanza que regula a los inmuebles y conjuntos habitacionales a ser declarados dentro del régimen de propiedad horizontal, 2004.

4.1.4. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.

En la actualidad la evolución de la sociedad y la implementación de nuevos requerimientos en las mismas, ha ido contribuyendo al nacimiento de nuevas necesidades y exigencias en la población, debido al ritmo acelerado de vida que llevan. A esto se anexa el crecimiento poblacional que cada vez requiere mayores recursos e insumos, en especial de viviendas que les proporcionen seguridad y de cierta forma un lugar digno donde habitar, que cumpla con todos los requerimientos mínimos. A la par de esta necesidad se suma el deterioro que sufren dichas instalaciones a través del tiempo precisando así de acciones correctivas sobre los mismos.

Los propietarios de los inmuebles buscan la manera de solventar estos requerimientos sin ningún tipo de contratiempos, por ello en los edificios y conjuntos habitacionales determinan un encargado para dichas actividades, el cual tiene la facultad de buscar una persona que realice el trabajo correctivo sobre las viviendas.

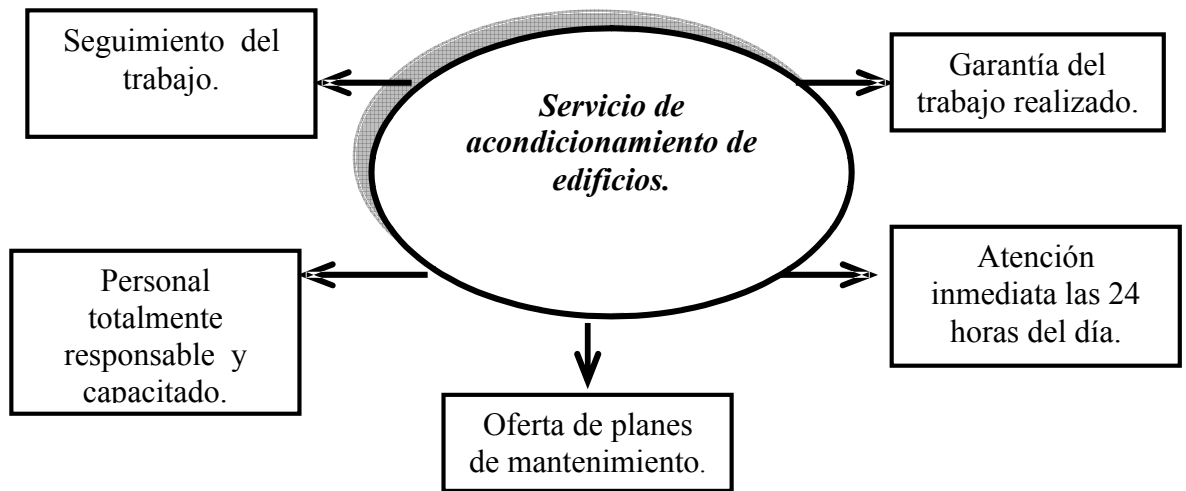
Por falta de conocimiento, interés, costo o asesoría no realizan un mantenimiento continuo en todas las áreas que comprende una edificación, y lo realizan únicamente en las que ellos consideran importantes, en un lapso de tiempo establecido por sí mismos, sin tomar en cuenta el verdadero requerimiento de cada área.

Los administradores en la mayoría de los casos se dejan llevar por recomendaciones de terceros que han recibido dichos servicios y no buscan una institución que les proporcione un servicio garantizado repercutiendo esto así en la calidad del trabajo que realizan en las viviendas.

La presente propuesta que abarca a este proyecto concierne en ofertar un servicio que cubra todos los requerimientos que comprenden el acondicionamiento de edificios.

A través del acceso a una entidad que proporcione asistencia inmobiliaria de manera profesional y garantizada, con servicios de mantenimiento continuo y trabajos correctivos y de instalación. De esta manera los consumidores podrían solucionar sus necesidades y requerimientos con mayor facilidad.

VENTAJAS DEL SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO DE EDIFICIOS.



4.1.5. OFERTA DEL PROYECTO.

En vista de las necesidades latentes y la progresiva demanda de viviendas debido al crecimiento poblacional en nuestro país nace la iniciativa, de la elaboración del presente proyecto, mismo que ofertara al consumidor una variedad de prestaciones en las diferentes áreas que se encuentra involucrado el acondicionamiento de edificios. Incorporando valores agregados que permitan diferenciarlos de sus competidores.

Además de un sistema de prestación complementario en áreas principales de la infraestructura de un edificio, estableciendo servicios acordes cada área y cada infraestructura, mediante la oferta de un plan anual de mantenimiento en áreas básicas y de requerimiento.

Los servicios a ofertarse se resumen en el presente cuadro, en la cual se detalla cada una de las áreas de trabajo propuestos por la empresa.

CUADRO N° 5. OFERTA DE SERVICIOS.

AREAS	SUB AREAS	TIPO DE SERVICIO		
		ANTICIPADO INSTALACIÓN	PREVENTIVO MANTENIMIENTO	CORRECTIVO REPARACIÓN
FONTANERÍA	BOMBAS O GRUPOS DE PRESIÓN	*	*	*
	DISTRIBUIDORES TUBERÍA	*	*	*
	GRIFERÍA	*	*	*
	APARATOS SANITARIOS	*	*	*
	CALEFONES	*	*	*
	SISTEMAS DE EVACUACIÓN	*	*	*
	CISTERNAS	*	*	*
ELECTRICIDAD	INSTALACIONES Y CIRCUITOS	*		
	ILUMINACIÓN	*	*	*
	CABLEADO ELÉCTRICO	*	*	*
	PUERTAS ELECTRICAS	*	*	*
	PORTEROS	*	*	*
JARDINERÍA	EXTERIORES	*	*	*
CARPINTERÍA	INTERIORES	*	*	*
	FACHADA	*	*	*

Fuente: DAVID HERNANDEZ GARCÍA, Enciclopedia de la construcción.

Elaboración. La autora.

4.1.6. DESCRIPCIÓN OPERATIVA.

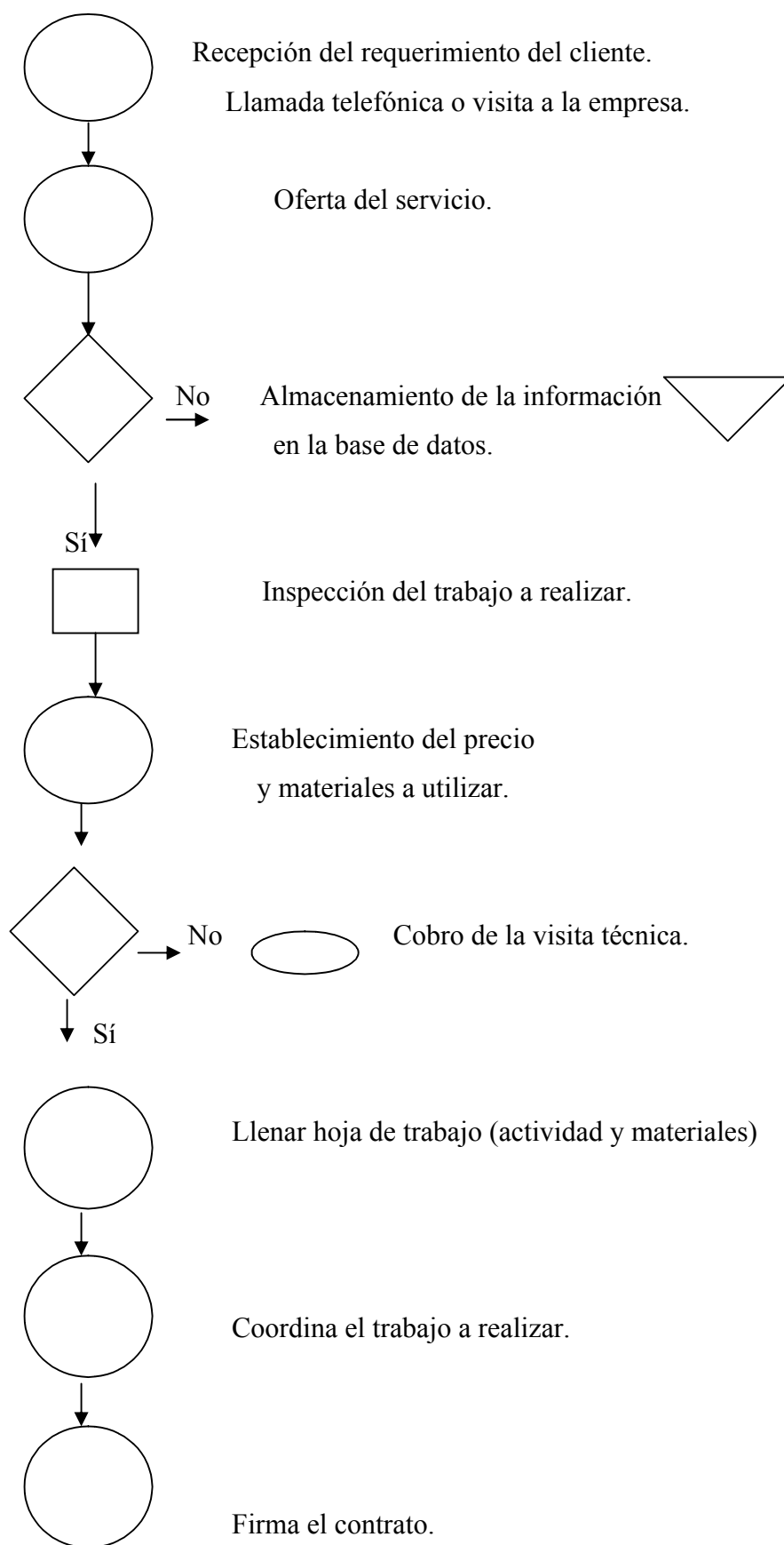
El modelo operativo de la microempresa estará dividida en tres secciones que son:

4.1.6.1. SERVICIO ANTICIPADO.

En este tipo de servicio el cliente podrá acceder a cualquier trabajo requerido por su persona, sin necesidad de tener alguna suscripción y lo realizara a través de una llamada telefónica o asistencia a nuestras oficinas.

Se realizara el ingreso de información del cliente en la base de datos, para posterior enviar al personal adecuado. El trabajo a realizarse en esta sección es de instalación o implementación de algún equipo a la infraestructura del edificio pero no correctivo.

FLUJO N° 1: SERVICIO ANTICIPADO.



4.5.6.2. SERVICIO DE MANTENIMIENTO (PREVENTIVO-CORRECTIVO).

En este tipo de servicio se le ofrece al cliente mediante una suscripción anual de paquetes de mantenimiento acorde al tipo de inmueble (local comercial, empresa, condominio, conjunto habitacional), infraestructura (estado actual del edificio) y requerimientos del suscriptor.

Cada paquete comprenderá un plan anual de mantenimiento, atención y seguimiento de los activos inscritos durante el periodo de suscripción, recibiendo visitas periódicas por el personal de la nuestra empresa. Cabe enmarcar que el cliente podrá acceder a servicios adicionales en caso de requerir trabajos que no se encuentren dentro del paquete de mantenimiento, contando con todo nuestro personal para enfrentar cualquier contingente o emergencia que se presente.

La fase inicial del plan está determinado de acuerdo al paquete de mantenimiento que elija el cliente, donde se llenara datos generales del suscriptor y de los activos , para posterior ingresar esta información en una base de datos y crear una ficha de trabajo y visitas al inmueble.

En el momento en que el cliente va acceder a nuestros servicios y contratar un plan anual de mantenimiento se realizara una visita técnica con todo el personal de la empresa para realizar una revisión del estado actual del inmueble y determinación de áreas críticas.

En caso de existir activos deteriorados y con daños se realizara sugerencias al cliente y de acuerdo al nivel de conflicto de la infraestructura, con una readecuación de la misma para posterior continuar con el mantenimiento, de ser lo contrario se empezara con el servicio de mantenimiento de forma directa.

Una vez determinado la situación actual del inmueble se procederá a realizar un cronograma de visita para realizar las correcciones necesarias, estableciendo fechas de trabajo con el cliente, sin embargo se realizara una llamada tres días antes para confirmar la asistencia al sitio de trabajo por parte del suscriptor.

Las fecha de las siguientes visitas estarán determinadas de acuerdo al tipo de mantenimiento que requiere cada activo y del uso que se le da a los mismos, al final de cada una de las visitas el suscriptor deberá firmar la ficha de recepción del servicio donde estará detallado la fecha, nombre del personal que asistió, área de trabajo, tipo de trabajo realizado, materiales utilizados y observaciones. Quedando un original para el cliente y la copia para nuestra empresa, para así evitar conflictos y garantizar el trabajo realizado.

El presente formato debe ser llenado por el personal que realiza el trabajo y el cliente que recibe el servicio, además el cliente puede presentar sus observaciones a las oficinas de la empresa o por vía telefónica.



N° SUSCRIPTOR:.....

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL:.....

NOMBRE DEL PERSONAL:.....

ÁREA ASISTIDA:.....

Detalle activo	Trabajo realizado	Materiales utilizados

OBSERVACIONES:.....

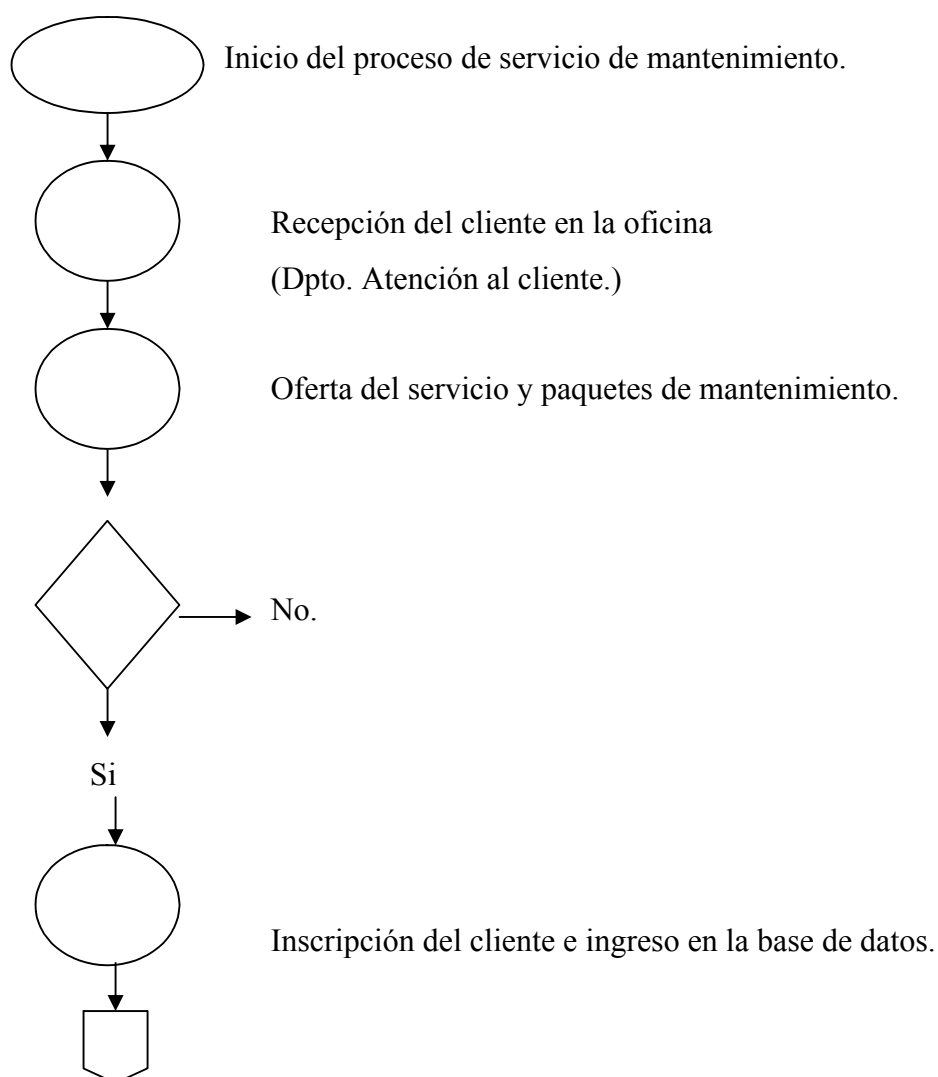
RECIBI CONFORME

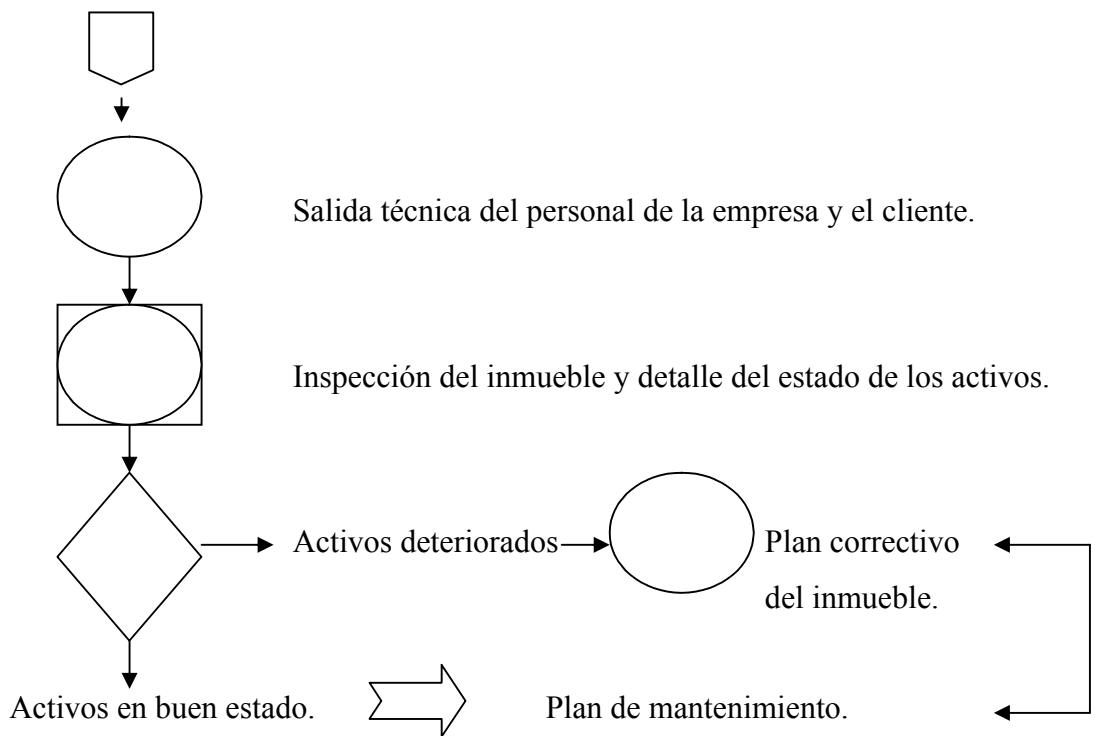
ENTREGADO

El supervisor de la empresa se encargara de realizar el seguimiento del trabajo realizado, coordinando las supervisiones y corroborando la información presentada por el personal de la empresa y el cliente. Además de coordinar con el personal y el gerente general el plan de sustentación de emergencias garantizando así la tención y servicio prestado por la organización.

Cada equipo de trabajo será supervisado por un inspector de campo el cual se encargara de vigilar la realización del trabajo y la culminación del mismo, a más de la verificación a través de las hojas de trabajo que deben presentar los técnicos al finalizar el día en las oficinas, comparándolas a fin de mes con las observaciones recibidas en la empresa y hoja de control entregada por los clientes.

FLUJO N °2: SERVICIO DE MANTENIMIENTO.

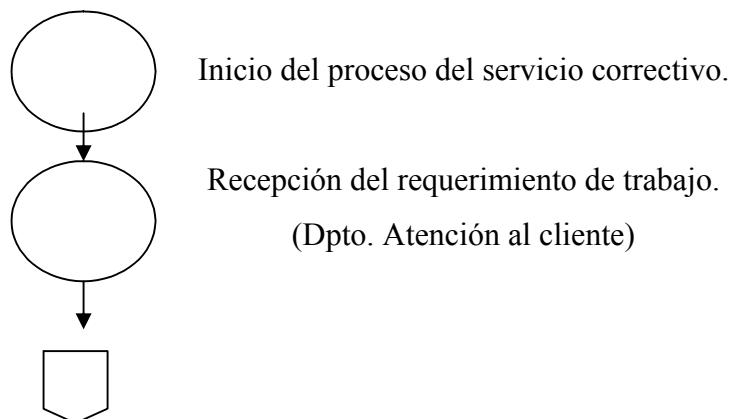


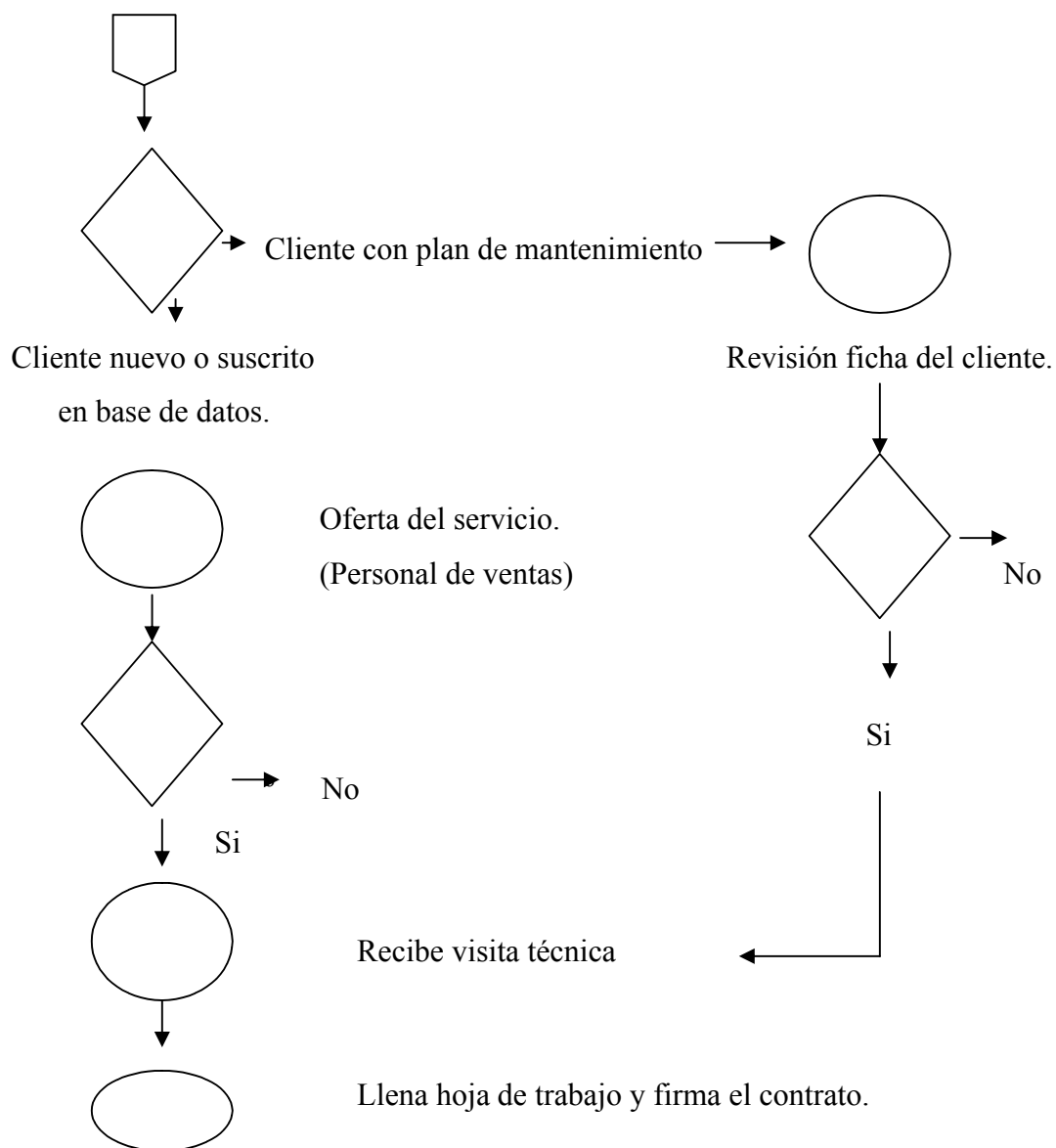


4.5.6.3. SERVICIO CORRECTIVO.

Este tipo de servicio comprende la realización de trabajos correctivos en el inmueble, ya sea antes de la suscripción de un plan anual o de un cliente independiente sin paquete que desee enfrentar contingentes o emergencias presentadas en la construcción.

FLUJO N° 3: SERVICIO CORRECTIVO.





4.2. GESTIÓN DEL PROYECTO.

Todo proyecto de investigación debe constar de herramientas de gestión que permitan y garanticen el adecuado desenvolvimiento del mismo. Es por ello que el presente estudio se complementa con el establecimiento de la capacidad operativa, la cual debe constar de bases sólidas para la obtención de resultados óptimos, con una estructura organizacional acorde al servicio que se va a prestar.

En la actualidad existe un sinnúmero de fundamentos teóricos y prácticos aplicados a la creación y desarrollo de microempresas, lo que permite obtener una visión clara de

todas las herramientas aplicables a este proyecto, sin embargo el estudio de las mismas permitirá determinar el instrumento más idóneo que apoyen la adecuada gestión del presente trabajo de investigación.

4.2.2. DESARROLLO DE MODELOS ADMINISTRATIVOS.

4.2.2.1. GESTIÓN DE CALIDAD.

En la actualidad el mundo gira entorno a la satisfacción de las necesidades y exigencias del cliente como se menciona en capítulos anteriores, y el Cantón Rumiñahui no está fuera de este concepto, por ello los clientes se vuelven cada vez más exigentes sobre los productos o servicios que adquieren, especialmente en cuanto a la calidad de los mismos convirtiéndose, en un factor determinante al momento de realizar una adquisición.

La calidad se ha convertido en la fuerza más importante de una empresa ya que puede determinar el crecimiento y existencia de un producto en el mercado o su destrucción, en especial si se trata de un servicio, ya que al no ser tangible es más difícil su comercialización y requiere de mejores procesos para garantizar su existencia.

El cliente es quien establece la calidad de un producto o servicio de acuerdo al nivel de satisfacción obtenido con la compra, por ello el presente proyecto se enfoca en los principios básicos de la Gestión de Calidad principalmente en el Enfoque de Procesos¹⁵. Buscando la consecución del objetivo de las empresas basadas en: el cliente, los empleados, los accionistas y la comunidad*, por medio de la calidad se puede disminuir los costos, reprocesos, equivocaciones y retrasos, utilizando de mejor manera los recursos y así poder conquistar el mercado con una mejor calidad de servicio.

4.2.3. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

Toda organización en busca del éxito requiere de una adecuada estructura organizacional acorde a las tendencias del mercado, debido a que nos manejamos en

¹⁵ ENFOQUE DE PROCESOS, Administrar las actividades y recursos como procesos.

un entorno globalizado con una economía abierta, orientada al cliente, con una visión a largo plazo, competencia en calidad, rápido desarrollo tecnológico, elevada exigencia del cliente, nichos de mercado y un contexto inestable. Por ello el presente proyecto considerara estos factores para lograr la factibilidad de gestión a través de la implementación de los elementos conceptuales mencionados anteriormente.

4.2.3.1. POLITICAS DE GESTIÓN.

4.2.3.1.1. MISIÓN.

Proporcionar servicios de mantenimiento preventivo-correctivo e instalación en áreas de acondicionamiento de edificios, diseñando planes de seguimiento técnico ajustables a las exigencias y requerimientos del mercado, con la flexibilidad de implementar nuevas líneas de servicio o programas de atención.

4.2.3.1.2. VISIÓN.

Fortalecer el liderazgo en el sector de servicios de acondicionamiento de edificios, afianzando la confianza y fidelidad del cliente, logrando el posicionamiento de la organización en la mente de los consumidores como una solución eficiente, ágil, profesional y garantizada las 24 horas del día; implementando nuevas líneas de prestación de forma permanente y la proporción de un servicio eficiente de calidad.

4.2.3.1.3. OBJETIVO GENERAL:

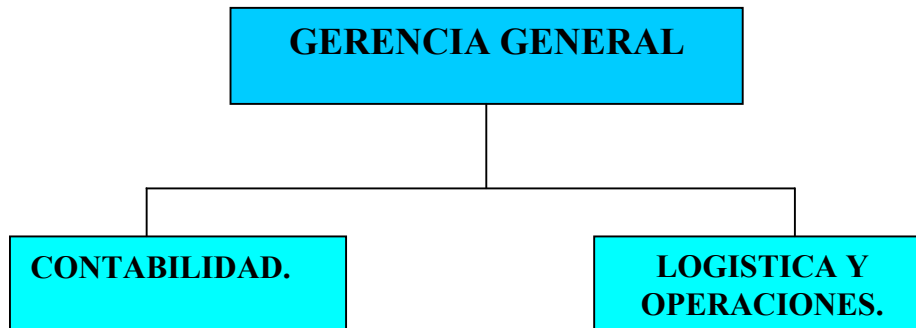
Formar una empresa líder en la prestación de servicios de mantenimiento preventivo-correctivo e instalación en el área de acondicionamiento de edificios.

4.2.3.1.3.1. OBJETIVOS ESPECIFICOS:

-  Establecer un sistema de servicio garantizado a través de personal altamente capacitado y seguimiento del trabajo realizado.
-  Implementar un plan de atención inmediata a los requerimientos de la comunidad del Cantón Rumiñahui disponible las 24 horas.
-  Disponer de herramientas especializadas para cada área de intervención.

 Definir el sistema de gestión para lograr los objetivos propuestos.

4.2.3.3. ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL.



4.2.4. PLAN ESTRATEGICO.

4.2.4.1. ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.

El personal de la organización se encontrara comprometido a manejar un sistema de comunicación permanente entre todas las áreas, transmitiendo conocimiento del servicio, de forma que se pueda establecer vínculos de operación sin demoras. Los clientes tendrán apertura directa a conocer el manejo que realiza la organización sobre sus planes, ya que cada plan será elaborado de acuerdo a los requerimientos del cliente y sugerencias de los técnicos sobre el inmueble.

La comunicación dentro de la organización estará determinada por redes virtuales y tangibles, internas y externas. El control de los trabajos serán descritos en forma impresa de manera que todos tengan acceso a la información de sus tareas, las planifiquen, y respondan en los parámetros necesarios. Semanalmente se organizara reuniones de trabajo entre todos los departamentos con la finalidad de evaluar el trabajo realizado, solventar inconvenientes y sugerencias de los clientes.

Los clientes tendrán apertura a la línea telefónica de la empresa para receptar sus inquietudes y sugerencias respecto del servicio, además de recibir asistencia técnica en caso de necesitarla y evitar un daño mayor en los equipos de las viviendas. En caso de requerir la visita de algún técnico acudirá inmediatamente a solventar la emergencia.

4.2.4.2. CLIMA ORGANIZACIONAL.

El clima organizacional de una institución puede influir en su desarrollo y crecimiento, debido al grado de repercusión que este puede generar en el desempeño de los trabajadores. Por ello se debe establecer una cultura de compañerismo y trabajo en equipo entre todos sus miembros; directivos y personal operativo.

La organización es el pilar de la creación y mantenimiento de un adecuado clima organizacional por lo cual debe complementar a todos sus miembros: clientes, empleados, proveedores, etc.) manejando un enfoque de pirámide invertida.

Para la consecución de ello la empresa debe proporcionar a su personal todos los recursos materiales y herramientas necesarias que permitan establecer una estimulación laboral.

4.2.5. PLAN DE MANTENIMIENTO.

El presente plan de mantenimiento está estructurado bajo un esquema de prestación anual.

CUADRO N° 6. PLAN DE MANTENIMIENTO.

AREA	CONJUNTOS HABITACIONALES			EDIFICIOS COMERCIALES		TOTAL PRESTACIONES	
	TIPO DE MANTENIMIENTO.	ANUAL	MES	ANUAL	MES	MES	AÑO
<i>PLOMERÍA.</i>							
Bomba de agua.	Anual	47	4	15	1	5	62
Cisterna.	Cuatrimestre.	141	12	15	4	16	156
Luminaria	Trimestral.			60	4	4	60
<i>PINTURA</i>							
Exteriores.	Anual.	2303	192	15	1	193	2318
<i>JARDINERÍA</i>							
Mantenimiento.	Quincenal.	55272	4606			4606	55272

Fuente: Estudio de mercado realizado en el Cantón Rumiñahui.
Elaboración: La autora.

El presente plan de mantenimiento fue estructurado en base a datos obtenidos en la encuesta, la cual permitió establecer la aceptación de 59 conjuntos habitacionales y

51 edificios comerciales en relación a la presente propuesta de implementación, sin embargo se tomo en cuenta un margen de prestación del 80% de dicho mercado.

La empresa cubrirá 47 conjuntos habitacionales, con un promedio de 49 casas por cada uno, los cuales acorde a los resultados arrojados por los encuestados determinaron el siguiente esquema de prestación:

Servicio de Plomería en áreas de: bombas de agua y limpieza de cisternas, con una frecuencia de mantenimiento anual, y cuatrimestral

Servicio de Pintura, en el área de mantenimiento de fachada con un consumo anual.

Servicio de Jardinería, con prestaciones de podar plantas y cortar césped, con un periodo de consumo quincenal.

En cuanto a los edificios comerciales, por carecer de un esquema total de mantenimiento, de los 47 que accederían al servicio se estableció solamente aquellos que requieren todas las áreas propuestas en el plan quedando como resultado 15 consumidores. Contratando prestaciones en áreas de: plomería y pintura con la misma frecuencia de uso de los conjuntos habitacionales. Además del servicio de luminaria con un consumo trimestral.

4.2.5.1. UNIDAD DE MEDIDA DE CADA SERVICIO.

CUADRO N° 7. UNIDAD DE MEDIDA POR SERVICIO.

ÁREA	CONJUNTOS HABITACIONAL	EDIFICIOS COMERCIALES
	UNIDAD DE MEDIDA	UNIDAD DE MEDIDA
Bombas de Agua	Una bomba	Una bomba
Cisterna	60 m3	24m3
Luminaria	Conexión	conexión
Pintura Exteriores	23 m2	60m2
Jardinería	12m2	No aplica

Fuente: Estudio de mercado realizado en el Cantón Rumiñahui.

Elaboración: La autora.

Los servicios ofertados en este estudio suscriben unidades de medida distintas, de acuerdo a cada de prestación y características de cada infraestructura.

4.2.5.2. ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS.

4.2.5.2.1. REQUERIMIENTOS DE PERSONAL.

CUADRO N° 8. REQUERIMIENTO DE PERSONAL.

PERSONAL	
CARGO	CANTIDAD
Plomero	1
Pintor	19
Jardinero	14

Fuente: estudio de mercado realizado en el Cantón Rumiñahui.

Elaboración: La autora.

El personal de la empresa a ser contratado ira acorde al número de prestaciones que se van a realizar, tomando como base el plan de mantenimiento anteriormente detallado, para lo cual se establecerá la cantidad de personal requerido para cubrir cada área de trabajo.

Para cubrir el mercado establecido en el plan de mantenimiento, se requiere de un plomero, diecinueve pintores y 14 jardineros. Tomando en cuenta la capacidad operativa de cada uno de ellos con el siguiente comportamiento de trabajo.

Plomero: 20 cisternas al mes.

Pintor: 10 casas al mes.

Jardinero: 336 jardines de casa al mes.

4.2.5.2.2. DISTRIBUCIÓN DE HERRAMIENTAS.

El personal de la empresa será responsable del buen uso de las herramientas concedidas, cada una de ellas ira acorde al trabajo de cada área y será renovada de

acuerdo al requerimiento realizado. El supervisor se encargara de la entrega de herramientas al personal y control del buen uso de las mismas.

4.2.6. RECURSOS HUMANOS.

Una de las áreas más sensibles del presente estudio es el área del Recurso Humano, por la carencia de ramas de estudio especializadas en: plomería, pintura y jardinería, sin embargo existe en el mercado determinados cursos de capacitación para solventar los conocimientos adquiridos empíricamente. A pesar de ello estos servicios son prestados en base a la experiencia adquirida a través del tiempo.

4.2.6.1. MANUAL DE FUNCIONES.

El presente manual de funciones (Anexo 10) tiene como objetivo detallar las funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura organizacional del presente proyecto. Además de establecer las obligaciones de cada miembro de la institución. Cabe enmarcar que debido al bajo nivel de demanda del servicio de electricidad y solo ser requerimientos básicos como cambio de luminarias, se ha trasladado este tipo de responsabilidad y conocimientos básicos de electricidad al plomero.

En caso de que a futuro se requiera contratar una persona específica en el área de electricidad, en el presente manual queda descrito las funciones y requerimientos del mismo, respecto del puesto.

4.2.7. DESCRIPCIÓN DE PROCESOS.

En este mundo imperante toda organización requiere de nuevos enfoques administrativos gerenciales y operativos aplicables a sus organizaciones y uno de ellos es la gestión por procesos cuya estructura permita la determinación y definición clara de actividades eficientes en un proceso determinado.

Tomando en cuenta lo anteriormente mencionado se detalla a continuación el mapa de procesos aplicable al presente estudio.

4.2.7.1. ESTRUCTURA DE ACUERDO AL MAPA DE PROCESOS.

4.2.7.1.1. PLANEACIÓN.

Definir y mantener una estructura clara de la empresa mediante la revisión del mapa de procesos de los documentos que permita orientar a la empresa hacia la consecución de los objetivos.

4.2.7.1.1.1. PLANEACIÓN Y MONITOREO DEL NEGOCIO.

Establece un sistema de planificación de las actividades directa e indirectamente relacionada con la organización y todos aquellos factores que puedan intervenir en su desarrollo.

4.2.7.1.1.2. GESTIÓN DE DOCUMENTOS.

Orientara a la empresa a mantener un orden en la realización de sus actividades y que se encuentren documentadas cada una de ellas, para que de esta manera no se pierda el esquema de ninguna de las actividades. Además de controlar y mantener de forma adecuada y clara los registros de la empresa tanto internos como externos relacionados con la organización y los clientes.

4.2.7.1.1.3. MEJORA CONTINUA.

Analizara y mejorara los procesos internos y externos de la organización, además de adecuar los servicios a las necesidades actuales y futuras de los usuarios .Cumpliendo los requerimientos y exigencias del mercado y los consumidores.

4.2.7.1.2. CADENA DE VALOR.

4.2.7.1.2.1. VENTAS

Determinar la proyección anual de ventas iniciales de mercado y tipos de clientes en los cuales se debe enfocar la empresa.

El proceso de Ventas cuenta de 4 procedimientos básicos que son:

- **PLANEACION DE VENTAS:** Establecer estrategias de ventas anuales de tal manera que se puedan mantener los presupuestos.
- **NEGOCIACION Y VENTAS:** Ofrecer los productos y servicios de, dar un seguimiento personalizado a los potenciales clientes, cerrar las ventas programadas y superar la proyección anual de ventas en base al “Plan de Ventas” mediante actividades enfocadas a la satisfacción de los requerimientos del cliente
- **SEGUIMIENTO CLIENTES:** Comunicarse permanentemente con los clientes de -----con la finalidad de proporcionarles información sobre nuevos beneficios, identificar sus posibles necesidades y dar atención a sus requerimientos
- **SEGUIMIENTO PARA ACTUALIZACION DE CLIENTES:** Comunicar a los clientes de ----- el próximo vencimiento de su contrato y dar atención a sus requerimientos.

4.2.7.1.2.2. DISEÑO.

Establecer un sistema de planificación, diseño y ejecución de planes de mantenimiento, acorde a las necesidades y exigencias de los clientes. Con la flexibilidad de aperturar e implementar nuevos planes de trabajo o servicios.

4.2.7.1.2.3. COMPRAS.

Evaluar a los proveedores mediante un análisis de proformas, para posteriormente comprar y generar contrataciones con los mismos.

4.2.7.1.2.4. OPERACIONES.

En este proceso se encuentran tres subprocesos determinados por la prestación de cada servicio.

🧩 **SERVICIO DE INSTALACIÓN.** Comunicarse permanentemente entre los miembros de la organización para la coordinación y realización de trabajos de instalación requeridos por clientes activos o nuevos.

🧩 **SERVICIOS DE MANTENIMIENTO.** Comunicarse constantemente entre los miembros de la organización y el cliente, para la coordinación de las visitas de los técnicos acorde a los planes de mantenimiento requeridos.

🧩 **SERVICIO CORRECTIVO.** Comunicación entre los miembros de la organización y clientes para la realización del trabajo acorde a los requerimientos del cliente, para lo cual se tomara en cuenta si el consumidor es nuevo o un usuario con plan de mantenimiento.

4.2.7.1.2.5. SERVICIO POSTVENTA.

Este proceso es fundamental, ya que a través de él se generara garantía al servicio prestado. Por ello se realizara un seguimiento del trabajo realizado atendiendo inquietudes y sugerencias a través atención al cliente y soporte técnico , además de un control del trabajo realizado por parte de los trabajadores y del cliente, con la utilización de un documento en el cual se detalle las actividades realizadas en la visita, el responsable y observaciones. Existirá un documento tanto para el empleado como para el cliente.

4.2.7.1.3. SOPORTE.

4.2.7.1.3.1. GESTION FINANCIERA:

Llevar el registro y control de las cuentas contables y financieras de la empresa con forme a la ley, normas y reglamento tributarios del país.

4.2.7.1.3.2. GESTIÓN DE TALENTO HUMANO:

Desarrollar una política de recursos humanos que defina las nuevas funciones y perfiles profesionales de las personas que estarán basados en sus capacidades y necesidades del servicio.

Laborar bajo un sistema de trabajo en equipo estableciendo un clima laboral armonizado y estable.

4.2.7.1.3.3. SERVICIO AL CLIENTE.

Desarrollar sistemas de medición del nivel de satisfacción del servicio y de la atención prestada por parte de los integrantes de la organización. Manejo eficiente de quejas y sugerencias presentadas por los usuarios .

MAPA DE PROCESOS.

1. PLANEACIÓN.

1.1 PLANEACIÓN.

1.2.1. PLANEACIÓN Y MONITOREO DEL NEGOCIO.

1.2. GESTIÓN DE DOCUMENTOS.

1.2.1. ELABORACIÓN Y CONTROL DE DOCUMENTOS Y REGISTROS (BASE DE DATOS).

1.3. MEJORA CONTINUA.

1.3.1. PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN DE MEJORAS (IMPLEMENTACIÓN DE NUEVAS LINEAS DE SERVICIO Y PROGRAMAS

2. CADENA DE VALOR.

2.1. VENTAS.

2.1.1. PLANEACIÓN DE LAS VENTAS.
2.1.2. NEGOCIACIÓN Y VENTAS.
2.1.3. SEGUIMIENTO DE LOS CLIENTES.
2.1.4. SEGUIMIENTO PARA ACTUALIZACIÓN DE LOS CLIENTES.

2.2. DISEÑO.

PLAN DE VENTAS, SIGUIENTE AÑO. PRECIOS.

2.3. COMPRAS.

2.3.1. EVALUACIÓN DE PROVEEDORES.
2.3.2. COMPRAS Y CONTRATACIÓN DE PROVEEDORES.

2.4. OPERACIONES.

2.4.1. SERVICIO DE INSTALACIÓN.
2.4.2. SERVICIO DE MANTENIMIENTO.
2.4.3. SERVICIO CORRECTIVO.

2.5. SERVICIO POSTVENTA

2.5.1 SOPORTE TÉCNICO TELEFÓNICO
2.5.2. CONTROL DEL TRABAJO REALIZADO (HOJA DE CONTROL CLIENTE Y EMPLEADO).
2.5.3. SEGUIMIENTO DEL TRABAJO .

3. SOPORTE.

3.1. SOPORTE FINANCIERO.

3.1.1. FACTURACIÓN, CRÉDITO Y COBRANZAS.
3.1.2. PAGOS.
3.1.3. PLANIFICACIÓN PRESUPUESTARIA.
3.1.4. DECLARACIÓN DE IMPUESTOS.
3.1.5. ESTADOS FINANCIEROS.

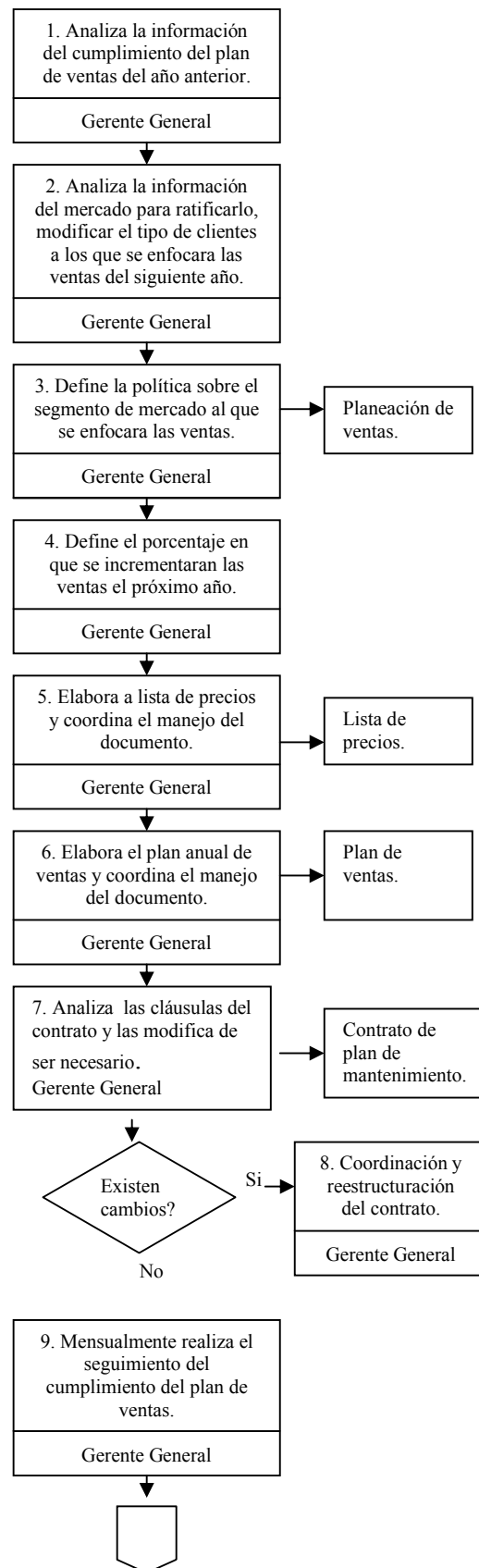
3.2. GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO

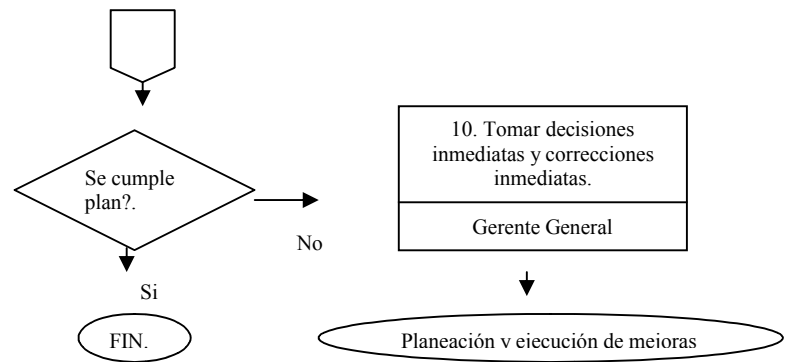
3.2.1. SELECCIÓN, INDUCCIÓN Y CONTRATACIÓN.
3.2.2. PLANIFICACIÓN Y CAPACITACIÓN.
3.2.3. TRABAJO EN EQUIPO.
3.2.4. MEDICIÓN DEL CLIMA LABORAL.

3.3. SERVICIO AL CLIENTE.

3.3.1. MEDICIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE RESPECTO AL SERVICIO (TRABAJO REALIZADO Y ATENCIÓN AL CLIENTE).
3.3.2. MANEJO DE QUEJAS Y SUGERENCIAS.

FLUJO N° 4: PLANEACIÓN DE VENTAS.

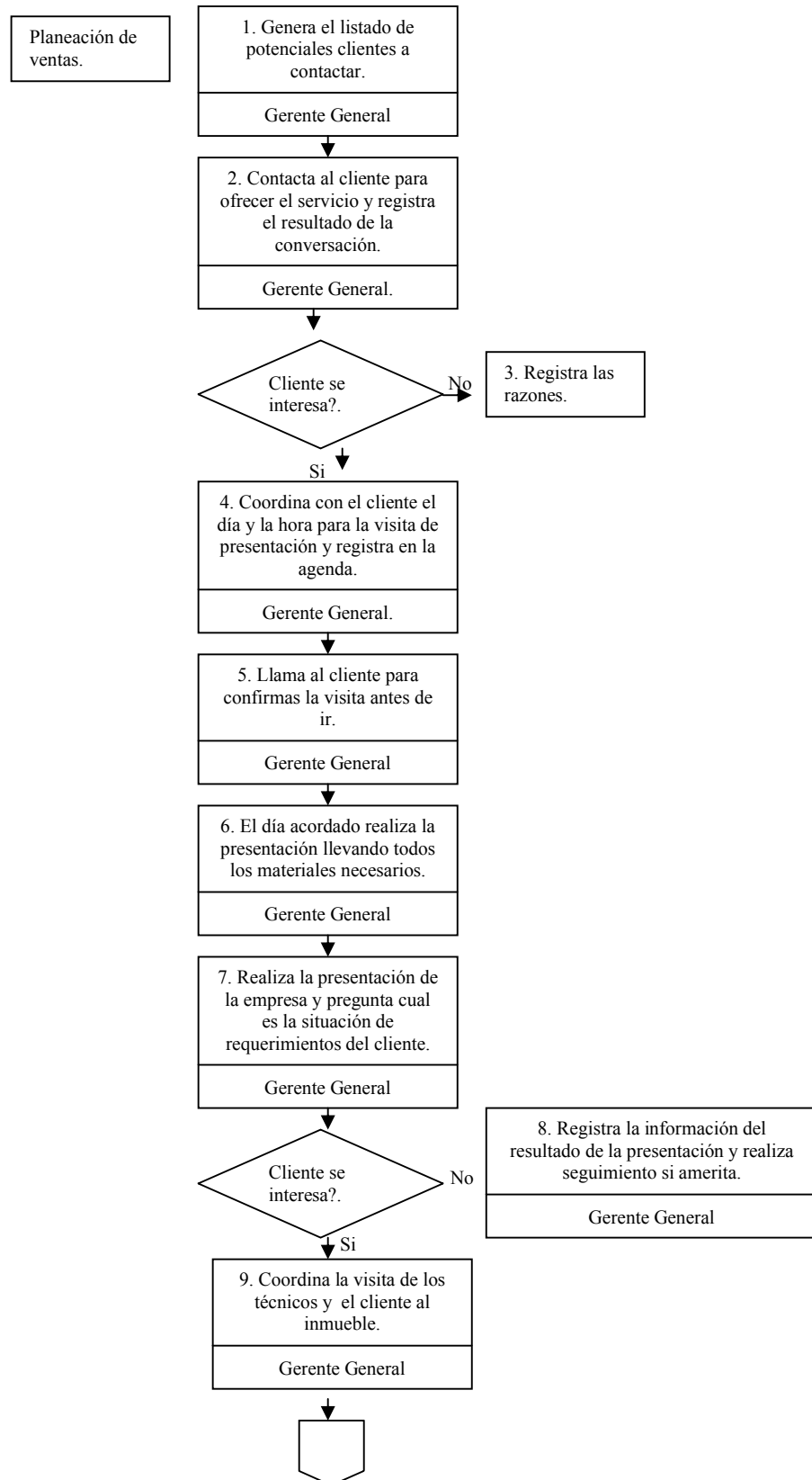


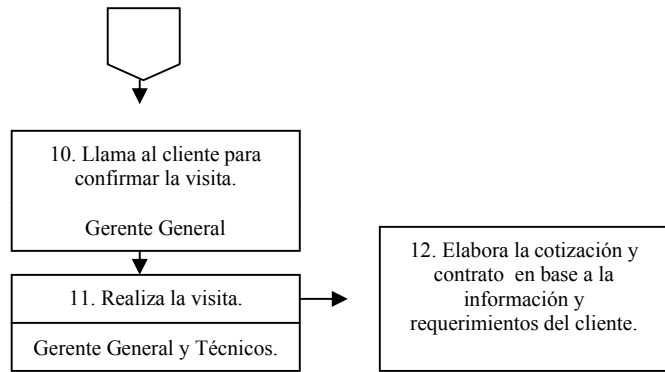


El presente flujo tiene como finalidad establecer las actividades principales sobre las cuales se realiza las ventas en la empresa y el responsable de cada actividad.

La persona encargada de todo el proceso de ventas es el Gerente General, quien se encarga de establecer el plan de ventas de cada año, analiza el comportamiento del mercado y modifica el tipo de clientes a los cuales se dirigirá las ventas del próximo año. Define las políticas de y la proyección de incremento de las ventas. Elaborando lista de precios, comunicando y coordinando con todo el personal el nuevo plan de ventas. Analizando cada mes las metas y tomando decisiones en caso de requerirlo.

FLUJO N° 5: NEGOCIACIÓN Y VENTAS.

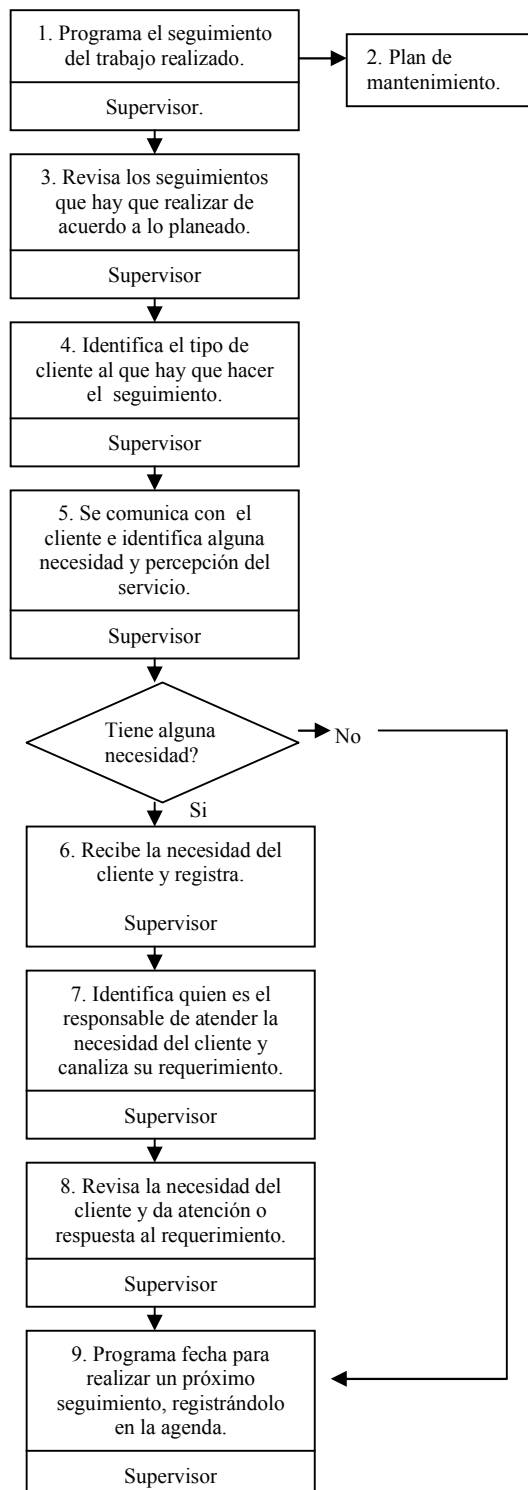




El proceso de negociación y ventas es fundamental en la empresa, ya que de él depende la su difusión en el mercado, y la atracción de los clientes a la misma.

El Gerente general se encargara de preparar todas las herramientas necesarias, que le permita disuadir al cliente en la adquisición de nuestros servicios. Mantendrá una planificación adecuada de visitas, además de registrar todos los datos proporcionados por los mismos y realizar un seguimiento en caso de ser pertinente.

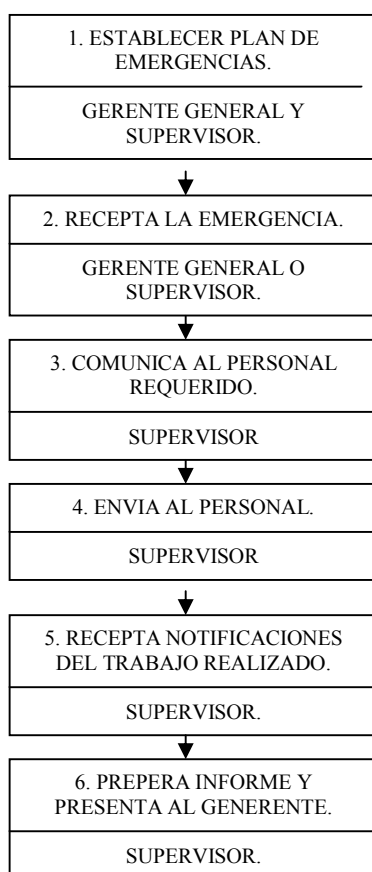
FLUJO N° 6: SERVICIO POSTVENTA.
SEGUIMIENTO DEL TRABAJO REALIZADO.



El servicio postventa es una de las principales fortalezas de nuestra empresa, ya que de esta manera generamos garantía del servicio prestado, uno de los principales requerimientos del mercado.

Este proceso consiste en establecer actividades de control, para un eficiente seguimiento que permite solventar inconvenientes o divergencias de los clientes. El supervisor será el encargado de establecer programas de control que permiten su eficiencia, además de coordinar con los empleados la realización de los trabajos y la recepción de las hojas de control por parte del cliente y del responsable de cada área.

FLUJO N° 7: ATENCIÓN LAS 24 HORAS.



4.3. FACTIBILIDAD FINANCIERA.

4.3.1. REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO.

En este capítulo se detalla todos los requerimientos necesarios para mantener la viabilidad del presente proyecto su financiamiento y rentabilidad.

CUADRO N° 9. INVERSIÓN.

INVERSIÓN	
DETALLE	COSTO TOTAL
MUEBLES Y ENSERES	724.92
SUMINISTROS DE OFICINA	84.50
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	1,350.00
VEHICULOS	6,000.00
HERRAMIENTAS DE TRABAJO	3,108.61
UTILES DE LIMPIEZA	2,201.05
MAQUINARÍA	1,328.89
UNIFORMES	605.00
PROMOCIÓN	1,005.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	960.00
ARRIENDO	13,500.00
TOTAL	30,867.97

Fuente: Apreciación directa de precios del mercado.

Elaboración: La autora.

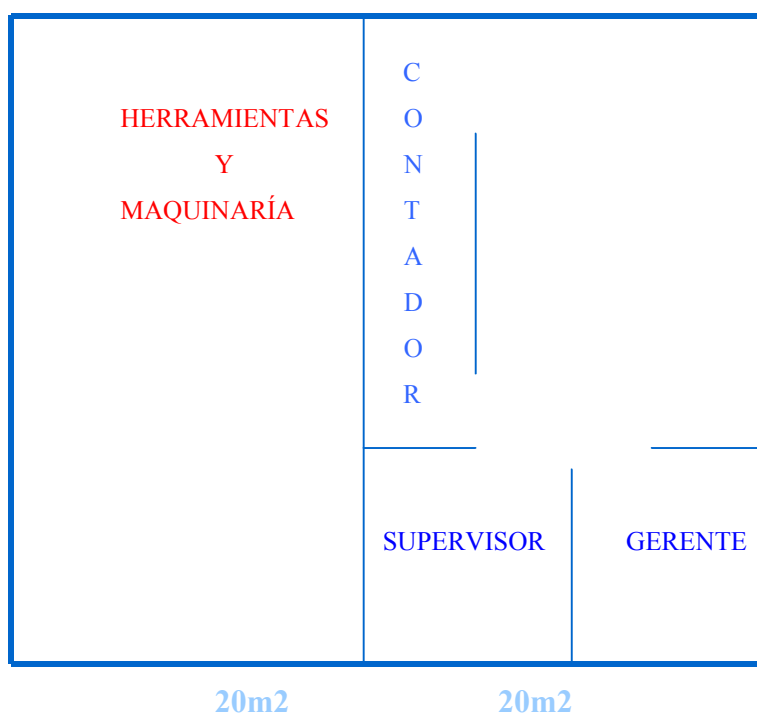
La presenta tabla detalla cada uno de los implementos necesarios para poder poner en marcha el proyecto. Se describe los activos fijos gastos administrativos y operativos necesarios para las actividades diarias de la empresa. Los cuales están determinados por el plan de mantenimiento y el requerimiento de personal detallado anteriormente.

El valor de la presente inversión esta determinado en relación a los precios de venta establecidos en el mercado, tanto por los proveedores de materiales y herramientas definidos anteriormente y proveedores de implementos complementarios.

4.3.1.1. INFRAESTRUCTURA.

La empresa estará ubicada en la zona céntrica de Sangolqui entre la Av. General Enríquez y Venezuela. El inmueble será arrendado por un valor de \$1000 mensuales, con una garantía de \$1500.

PLANO DE LA EMPRESA.



El inmueble se encontrara dividido en dos secciones; en el área primera se ubicara la oficina; la cual estará subdividida en: contabilidad-recepción, supervisión y gerencia. En la segunda área se encuentra la bodega donde se almacena la maquinaria y herramientas de la empresa.

4.3.1.2. CONTRATACIÓN DE PERSONAL.

El personal de la empresa tendrá un contrato fijo; una vez aprobado el periodo de prueba cada uno recibirá una remuneración acorde a su cargo, para el presente proyecto se ha establecido la siguiente tabla remunerativa.

CUADRO N° 10. TABLA REMUNERATIVA.

CARGO	SUELDO
GERENTE GENERAL	300.00
CONTADOR	240.00
SUPERVISOR	240.00
PLOMERO	230.00
PINTOR	230.00
JARDINERO	230.00

Fuente: Investigación de mercado, Cantón Rumiñahui.

Elaboración: La autora.

Cada uno de los integrantes de la empresa recibirá un sueldo básico más todos los beneficios legales: décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones, fondos de reserva. El empleador cumplirá con todas sus responsabilidades patronales respecto de sus trabajadores.

4.3.1.2.1. CAPITAL HUMANO.

CUADRO N° 11. TABLA REMUNERATIVA ANUAL.

CARGO	TOTAL AÑO
GERENTE GENERAL	3,689.32
CONTADOR	2,996.80
SUPERVISOR	2,996.80
PLOMERO	2,881.38
PINTOR	54,746.22
JARDINERO	40,339.32
TOTAL	107,649.84

Fuente: Proyección de sueldos.

Elaboración: La autora.

El presente cuadro representa la inversión que se requiere para cancelar los sueldos del personal de la empresa durante el primer año de labores. Tomando en cuenta los sueldos establecidos en la contratación de personal, más los beneficios concernientes al primer año de trabajo.

Los años siguientes se implementara todos los beneficios sociales, establecidos en la ley por cumplir más de un año de trabajo.

4.3.1.3. CONSTITUCIÓN.

CUADRO N° 12. GASTOS DE CONSTITUCIÓN.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
DETALLE	VALOR
Capital social	400.00
Gastos RUC	50.00
Patente Municipal	60.00
Abogado	400.00
Registros y licencias de funcionamiento	50.00
SUBTOTAL	960.00

Fuente: Investigación de mercado, Cantón Rumiñahui.

Elaboración: La autora.

Para la constitución de la empresa se ha establecido todos aquellos costos necesarios para legalizar su funcionamiento en el mercado. Los cuales están determinados por su actividad económica y normas legales que atañan la implementación de una empresa.

4.3.1.4. INVERSIÓN INICIAL.

CUADRO N° 13. TOTAL INVERSIÓN.

INVERSIÓN INICIAL	
DETALLE	VALOR ANUAL
INVERSIÓN INICIAL	30,867.97
CAPITAL HUMANO	107,649.84
TOTAL	138,517.81

Fuente: Proyección de inversión inicial.

Elaboración: Autora de Tesis.

El presente proyecto requiere de una inversión total de \$ 138,518.00 para su puesta en marcha, y el pago del personal del primer año de trabajo.

Su financiamiento se realizara a través de la CFN (Corporación financiera nacional), obteniendo un préstamo hipotecario de setenta mil dólares; entregando una hipoteca en bienes inmuebles de \$ 87500,00. Un edificio de tres pisos evaluado en sesenta mil dólares y un terreno con vivienda evaluado en treinta mil dólares. La diferencia será financiera con las aportaciones de los socios.

4.3.1.5. ELEMENTOS DEL INGRESO.

De acuerdo a lo establecido en la parte inicial de este reporte, los ingresos del proyecto provienen de las ventas realizadas en el año.

4.3.1.5.1. PRECIO DE VENTA.

Los servicios ofertados carecen de una sola unidad de medida y no se puede establecer un valor igualitario a cada uno, por ello el precio se determino acorde a cada área de prestación y al mercado.

CUADRO N° 14. PRECIO POR PLAN DE MANTENIMIENTO.

ÁREA	CONJUNTOS HABITACIONAL		EDIFICIOS COMERCIALES	
	UNIDAD DE MEDIDA	C/U	UNIDAD DE MEDIDA	C/U
Bombas de Agua	Unidad	25	Unidad	25
Cisterna	60 m3	330	24m3	135
Luminaria	Conexión	0	Conexión	9
Pintura Exteriores	23 m2	1715	60m2	150
Mant. Jardinería	12m2	2352		0
TOTAL	4422		319	

Fuente: Investigación de mercado, Cantón Rumiñahui.

Elaboración. Autora de Tesis.

La unidad de medida de cada área de trabajo esta determinado por las características de cada edificación. Estableciendo de esta manera el precio por plan anual de mantenimiento tanto para conjuntos habitacionales como para edificios comerciales. Acorde a los requerimientos principales de cada uno de ellos.

4.3.1.5.2. PLAN DE VENTAS.

CUADRO N° 15. PROYECCIÓN DE VENTA DE PLANES DE MANTENIMIENTO.

AÑOS	CONJUNTOS HABITACIONALES		EDIFICIOS COMERCIALES		TOTAL
	UNIDADES VENDIDAS	INCREMENTO	UNIDADES VENDIDAS	PRECIO DE VENTA.	
2010	47	0	15	0	0
2011	49	2	16	1	3
2012	52	3	17	1	4
2013	54	2	17	0	2
2014	57	3	18	0	3

Fuente: Proyección de planes de mantenimiento, encuestas.

Elaboración: Autora de Tesis.

Las ventas están establecidas por la captación de mercado inicial: 59 conjuntos habitacionales y 51 edificios comerciales, tomando en cuenta un margen de captación del 80% quedo como resultado 47 planes anuales a conjuntos habitacionales y 41 edificios comerciales.

Sin embargo la oferta del proyecto es a través de un plan de mantenimiento integral y solamente 15 edificios cumplen con estos requerimientos siendo éste el número real de planes aplicables. El incremento de las ventas esta determinado en relación al 20% restante de captación.

4.3.1.5.3. INGRESOS.

CUADRO N° 16. PROYECCIÓN DE INGRESOS.

AÑOS	CONJUNTOS HABITACIONALES		EDIFICIOS COMERCIALES		TOTAL
	UNIDADES VENDIDAS	PRECIO DE VENTA	UNIDADES VENDIDAS	PRECIO DE VENTA.	
2010	47	4422	15	319	212619
2011	49	4599	16	332	232180
2012	52	4783	17	345	253541
2013	54	4974	17	359	276866
2014	57	5173	18	373	302338

Fuente: Proyección de ingresos, investigación de mercado.

Elaboración: Autora de Tesis.

En el presente cuadro se puede apreciar el nivel de ingresos anuales obtenidos en las ventas de cada año los cuales están acorde al incremento de prestaciones de cada inmueble y su precio.

4.3.2. EVALUACIÓN DEL PROYECTO.

Para determinar la viabilidad del presente estudio es importante establecer los parámetros que nos permita garantizar su rentabilidad, los cuales se detallan a continuación.

4.3.2.1. FLUJO DE CAJA.

A partir de esta información se procederá a desarrollar todos los índices financieros necesarios para establecer la viabilidad económica del proyecto.

CUADRO N° 17. FLUJO DE CAJA.

INGRESOS	2009	2010	2011	2012	2013	2014
VENTAS		212,619.00	232,179.95	253,540.50	276,866.23	302,337.92
TOTAL VENTAS		212,619.00	232,179.95	253,540.50	276,866.23	302,337.92
EGRESOS						
Servicios básicos		1,032.00	1,073.28	1,116.21	1,160.86	1,207.29
Arriendo		6,000.00	6,240.00	6,489.60	6,749.18	7,019.15
Suministros de transporte (gasolina)		2,400.00	2,496.00	2,595.84	2,699.67	2,807.66
Personal		107,649.84	127,371.50	139,196.90	147,204.47	156,607.72
Suministros de oficina		84.50	87.88	91.40	95.05	98.85
Promoción		1,005.00	1,045.20	1,087.01	1,130.49	1,175.71
Útiles de limpieza.		2,806.05	2,918.29	3,035.02	3,156.42	3,282.68
(-) Gasto Financiero.		13,199.65	11,213.01	8,790.53	5,836.57	2,234.55
(-) 15% Participación Trabajadores.		13,345.88	13,241.81	14,588.92	16,867.65	19,187.96
(-) 25% Impuesto a la Renta.		22,243.14	22,069.68	24,314.87	28,112.74	31,979.94
TOTAL EGRESOS		169,766.06	187,756.66	201,306.30	213,013.11	225,601.52
FLUJO NETO	- 139,000.00	42,852.94	44,423.29	52,234.21	63,853.12	76,736.41

Fuente: Proyección de ingresos y egresos, estudio de factibilidad.

Elaboración: La autora.

4.3.2.2. RENTABILIDAD DEL PROYECTO.

4.3.2.3. VAN (Valor actual neto).

El criterio del Valor Actual Neto (VAN), implica que el proyecto debe implementarse si su VAN es positivo. Además en este indicador se compara todos los ingresos y egresos del proyecto en un solo momento de tiempo.

Tomando en cuenta los datos reflejados en el flujo de caja del presente estudio se determino un VAN de \$ 59,667.00. En vista de que este valor es positivo se considera que el proyecto es favorable.

4.3.2.4. TIR (Tasa interna de retorno).

La TIR, representa la tasa de rendimiento del proyecto, el cual en este caso representa el 26%, enmarcando la rentabilidad del mismo y la recuperación de su inversión en un periodo de tres años.

4.3.2.5. COSTO BENEFICIO.

La relación costo beneficio es una relación entre los costos en los cuales se incurre en el proyecto de inversión y los beneficios que se obtiene del mismo.

El análisis esta determinado en cuanto a que los beneficios deber ser mayores a los costos.

En el presente estudio de factibilidad por cada dólar que invierto se obtiene una utilidad de 0.80 centavos. En marcando así su rentabilidad e implementación en el Cantón Rumiñahui.

CONCLUSIONES.

Después de haber desarrollado el presente estudio de factibilidad, me ha permitido elaborar este resumen de investigación, realizando demostraciones con elementos de juicio apoyados en los contenidos del reporte y la factibilidad planteada al momento de presentar el plan que antecede a esta Tesis de Grado. Resumiéndolas en las siguientes conclusiones.

-  El sector de la construcción genera aportes importantes al PIB ecuatoriano con contribuciones que van de 1, 126, 030,000 dólares en el 2001 a 1, 865, 553,000 dólares en el año 2008 registrando tasas de crecimiento reales del 0.1% al 20%, lo que le permite ubicarse en uno de los seis primeros lugares de aportación, situándose en el año 2005 y 2007 en el quinto lugar, enmarcando así el importante movimiento económico que genera sector en el país.
-  En la provincia de Pichincha el sector de la construcción no presenta una tasa de crecimiento constante, registrando su valor más bajo en el año 2006 del 1%. Sin embargo también presenta tasas de crecimiento mayores con su tasa más alta en el año 2002 con el 32.3%, pero de igual manera sus aportaciones son importantes para el desarrollo del sector de la construcción.
-  El Cantón Rumiñahui carece de un comportamiento regular respecto del sector de la construcción, debido al grado de inversión generado por las nuevas construcciones. Pero a pesar de ello se ha podido establecer como un mercado tentativo, ya que si bien es cierto no existe un comportamiento definido de crecimiento, siempre se está construyendo nuevas edificaciones en este cantón para cumplir las demandas del mercado, directamente relacionado con el crecimiento poblacional que los suscribe. Siendo una pauta para la elaboración de este proyecto.
-  A través de la ley ecuatoriana que apoya la implementación de empresas en el país, se integrara en el mercado la empresa de prestación de servicios para

el acondicionamiento de edificios, tomando como base el mandato constituyente Art. 5. garantizando el pago integro de las remuneraciones del trabajador y de todos sus beneficios laborales y de seguridad social. Además será constituida como una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, realizando contratos directos con cada uno de nuestros empleados.

 El mercado total del Cantón Rumiñahui, es 67 edificios comerciales y 87 conjuntos habitacionales de los cuales se estableció una muestra de 57 y 71 respectivamente, registrando un consumo de servicios complementarios para edificios del 98.44% con tendencias de consumo inclinadas a servicios de plomería, pintura y jardinería, acentuando la factibilidad de los servicios propuestos.

 No existe un competidor formal fuerte que limite la prestación, sin embargo los trabajadores informales cubren el 61.90% de la demanda pero con falencias en el servicio lo cual fue transformado en fortalezas para esta empresa Además de una aceptación del 85.94% del mercado hacia la presente propuesta convirtiéndose el nuestro mercado potencial. Para ingresar y permanecer el mercado se estableció estrategias de marketing que permitan generar un posicionamiento del mismo, siendo nuestro fuerte el servicio garantizado, lo cual sustentaremos con un servicio postventa enfocado en un seguimiento exhaustivo del trabajo realizado.

 En base a la apreciación realizada del mercado y su comportamiento se estableció la implementación de un plan de mantenimiento anual en áreas básicas acorde a las características de cada edificación, estableciendo flujos de proceso para cada una tanto en: trabajos de instalación, mantenimiento preventivo-correctivo, correctivo; como en la planeación de ventas, negociación y ventas, y servicio postventa. Además está determinado la estructura organizacional de la empresa, enfocada en una gestión por procesos; encaminada a la eficiencia, eficacia y efectividad de sus actividades, con base en la prestación de un servicio garantizado directamente relacionado con la contratación de personal apto para cada área. .

 La viabilidad de la implementación del sistema de prestación de servicios de adecuación de edificios en el Cantón Rumiñahui, está determinado por el análisis económico del mismo, cuya factibilidad está reflejada en el flujo de caja proyectado, lo cual me permite concluir que en un periodo de cinco años la empresa recuperaría su inversión, con un margen de utilidad de ochenta centavos por cada dólar de inversión, siendo rentable su inserción en el mercado con un TIR (Tasa interna de retorno) del 26%, cumplimiento de esta manera la hipótesis establecida en el plan de tesis.

RECOMENDACIONES.

El sistema de prestación que se ha propuesto en el presente trabajo, es como se ha indicado, atractivo al mercado y versátil en su cualidad de aplicación; y para su desarrollo constante se enmarca las siguientes recomendaciones.

 No se debe subestimar el mercado sin previo análisis de su comportamiento real y relación al proyecto de aplicación, ya que si bien es cierto el sector de la construcción no tiene una tasa de crecimiento constante, siempre se está construyendo nuevas edificaciones, demandas por el constante crecimiento poblacional. Por lo tanto es recomendable realizar un estudio profundo de la tasa de variación del sector de la construcción en el Cantón Rumiñahui y su implicación en la implementación de la empresa de prestación de servicios para el acondicionamiento de edificios.

 Para implementar la empresa en el mercado y evitar conflictos legales (Mandato constitucional, Art. 8). Se debe sustentar con otras leyes establecidas en la constitución ecuatoriana (Mandato constitucional, Art. 5). Además de definir su constitución legal acorde a las características de la empresa y reglamentos establecidos en la Ley de Compañías y Código de Trabajo.

 Es recomendable establecer un análisis complementario del mercado y sus competidores, principalmente del nivel de aceptación del proyecto y expectativas del mercado en relación a la propuesta, transformándolas en fortalezas. Implementar estrategias de mercado acorde a los objetivos propuestos, características y requerimientos de los consumidores.

 No es suficiente contar con un esquema organizado de prestación del servicio sino garantizar su viabilidad, por lo cual es recomendable implementar un sistema basado en la gestión por procesos y mantener un enfoque administrativo de pirámide invertida donde el pilar fundamental sea el cliente y el empleado, ya que depende de la forma en cómo se proyecte el servicio y

sea percibida se garantizara el crecimiento de la empresa; un cliente satisfecho es la mejor referencia para ampliar y posicionarse en el mercado.

BIBLIOGRAFÍA.

-  BANCO CENTRAL DE L ECUADOR, Boletín anual 2008.
-  INEC Y PLAN DE DESARROLLO PROVINCIAL DE PICHINCHA, Ficha provincial 2008.
-  REGISTRO DE INGRESO DE PLANOS, Colegio de ingenieros civiles delegación Rumiñahui.
-  REGISTRO DE CATASTROS, Municipio del Cantón Rumiñahui.
-  MANDATO CONSTITUCIONAL DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR.
-  LEY DE REGIMÉN TRIBUTARIO INTERNO.
-  LEY DE SEGURIDAD SOCIAL
-  CÓDIGO DE TRABAJO.
-  LEY DE COMPANIAS.
-  LCDO. MARCELO AYALA, Plan estratégico participativo del Cantón Rumiñahui, Mayo 2002.
-  PHILIP KLOTER, GARY ARMSTRONG, Fundamentos de marketing, sexta edición 2003.
-  JEAN JACQUES LAMBIN, Marketing estratégico, tercera edición.
-  REGISTRO OFICIAL N° 465, Ordenanza que regula a los inmuebles y conjuntos habitacionales a ser declarados dentro del régimen de propiedad horizontal.

 DAVID FERNANDEZ GARCÍA, Enciclopedia de la construcción.

 BROHLANDER/SHELL (SHERMAN), Administración de Recursos Humanos, décimo segunda edición.

 HENRY MINTZBERG/JAMES BRIAN QUINN, JOLTH VOYER, El proceso estratégico, Edición Breve.

ANEXOS.

ANEXO 1. APOORTE POR INDUSTRIAS AL PIB MILES DE DÓLARES DEL 2000 2000-2007

INDUSTRIAS	AÑOS	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (sd)	2006 (sd)	2007 (p)
AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SILVICULTURA		1,465,783,000	1,523,636,000	1,619,503,000	1,689,958,000	1,726,414,000	1,814,314,000	1,877,165,000	1,959,415,000
PESCA		226,862,000	230,632,000	229,262,000	261,909,000	263,326,000	330,598,000	377,318,000	386,464,000
EXPLOTACIÓN DE MINAS Y CANTERAS		3,429,731,000	3,466,376,000	3,379,602,000	3,582,561,000	4,490,051,000	4,540,043,000	4,587,580,000	4,368,061,000
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS (EXCLUYE REFINACION DE PETROLEO)		2,169,792,000	2,275,827,000	2,333,399,000	2,440,425,000	2,519,338,000	2,752,169,000	2,946,239,000	3,090,781,000
FABRICACIÓN DE PRODUCTOS DE LA REFINACIÓN DE PETRÓLEO		-1,359,928,000	-1,371,939,000	-1,372,396,000	-1,443,476,000	-1,624,652,000	-1,678,526,000	-1,861,524,000	-1,905,573,000
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD Y AGUA		169,030,000	169,984,000	183,990,000	186,200,000	169,917,000	172,197,000	172,993,000	199,792,000
CONSTRUCCIÓN		1,126,869,000	1,348,759,000	1,618,939,000	1,608,353,000	1,673,003,000	1,795,966,000	1,863,590,000	1,865,553,000
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR		2,483,362,000	2,603,057,000	2,648,775,000	2,741,183,000	2,847,094,000	2,996,063,000	3,137,796,000	3,242,731,000
HOTELES Y RESTAURANTES		198,908,000	209,008,000	224,514,000	232,102,000	242,960,000	257,536,000	276,165,000	286,462,000
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES		1,719,955,000	1,751,926,000	1,773,112,000	1,848,987,000	1,936,867,000	2,110,194,000	2,261,194,000	2,389,063,000
INTERMEDIACIÓN FINANCIERA		301,489,000	281,256,000	289,489,000	290,738,000	309,565,000	366,299,000	441,668,000	477,125,000
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER		1,003,725,000	1,071,078,000	1,169,053,000	1,207,328,000	1,280,943,000	1,367,476,000	1,418,223,000	1,480,781,000

ANEXO 1. APOORTE POR INDUSTRIAS AL PIB
MILES DE DÓLARES DEL 2000
2000-2007

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACIÓN OBLIGATORIA	834,773,000	843,948,000	863,758,000	889,015,000	916,227,000	933,259,000	959,696,000	1,016,225,000
ENSEÑANZA	535,665,000	537,947,000	559,317,000	570,250,000	582,894,000	605,803,000	635,313,000	657,891,000
SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD	260,151,000	269,919,000	217,315,000	218,537,000	224,300,000	236,023,000	244,282,000	263,925,000
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERSONALES	115,929,000	101,280,000	104,967,000	106,869,000	108,899,000	105,980,000	109,898,000	116,499,000
HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMÉSTICO	28,453,000	29,250,000	29,864,000	31,193,000	32,350,000	30,894,000	31,882,000	31,908,000
SERVICIOS DE INTERMEDIACIÓN FINANCIERA MEDIDOS INDIRECTAMENTE	-384,897,000	-321,871,000	-439,646,000	-422,306,000	-410,612,000	-446,839,000	-554,967,000	-619,556,000
OTROS ELEMENTOS DEL PIB	1,608,014,000	1,764,022,000	2,063,852,000	2,082,487,000	2,283,345,000	2,457,727,000	2,628,790,000	2,782,633,000
TOTAL APOORTE DE LAS INDUSTRIAS AL PIB	15,933,666,000	16,784,095,000	17,496,669,000	18,122,313,000	19,572,229,000	20,747,176,000	21,553,301,000	22,090,180,000

(sd) Cifras Semidefinitivas

(p) Cifras Provisionales

Fuente: CUENTAS NACIONALES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Elaboración: Autora de Tesis

ANEXO 2: PIB POR INDUSTRIAS

TASA DE VARIACIÓN PERIODO 2000-2007

INDUSTRIAS	2000	2001	2002	2003	2004	2005 (sd)	2006 (sd)	2007 (p)
AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SILVICULTURA	4.3	3.9	6.3	4.4	2.2	5.1	3.5	4.4
PESCA	-21.6	1.7	-0.6	14.2	0.5	25.5	14.1	2.4
INDUSTRIAS MANUFACTURERAS (EXCLUYE REFINACION DE PETROLEO)	-6.8	4.9	2.5	4.6	3.2	9.2	7.1	4.9
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD Y AGUA	2.6	0.6	8.2	1.2	-8.7	1.3	0.5	15.5
CONSTRUCCIÓN	18.3	19.7	20.0	-0.7	4.0	7.3	3.8	0.1
COMERCIO AL POR MAYOR Y AL POR MENOR	3.8	4.8	1.8	3.5	3.9	5.2	4.7	3.3
HOTELES Y RESTAURANTES	3.1	5.1	7.4	3.4	4.7	6.0	7.2	3.7
TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y COMUNICACIONES	7.7	1.9	1.2	4.3	4.8	8.9	7.2	5.7
INTERMEDIACIÓN FINANCIERA	2.2	-6.7	2.9	0.4	6.5	18.3	20.6	8.0
ACTIVIDADES INMOBILIARIAS, EMPRESARIALES Y DE ALQUILER	2.3	6.7	9.1	3.3	6.1	6.8	3.7	4.4

ANEXO 2: PIB POR INDUSTRIAS

TASA DE VARIACIÓN PERIODO 2000-2007

ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y DEFENSA; PLANES DE SEGURIDAD SOCIAL DE AFILIACIÓN OBLIGATORIA	9.3	1.1	2.3	2.9	3.1	1.9	2.8	5.9
ENSEÑANZA	2.3	0.4	4.0	2.0	2.2	3.9	4.9	3.6
SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD	4.4	3.8	-19.5	0.6	2.6	5.2	3.5	8.0
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERSONALES	2.9	-12.6	3.6	1.8	1.9	-2.7	3.7	6.0
HOGARES PRIVADOS CON SERVICIO DOMÉSTICO	2.4	2.8	2.1	4.5	3.7	-4.5	3.2	0.1
TOTAL INDUSTRIAS PIB	2.8	5.3	4.2	3.6	8.0	6.0	3.9	2.5

(sd) Cifras Semidefinitivas

(p) Cifras Provisionales

Fuente: CUENTAS NACIONALES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Elaboración: Autora de Tesis

ANEXO 3: COMPOSICIÓN DEL PIB POR INDUSTRIAS**PROVINCIA DE PICHINCHA****MILES DE DÓLARES DEL 2000****PERIODO 2001-2007**

INDUSTRIAS	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Agricultura, ganadería, caza y silvicultura	278,565,000	311,831,000	316,748,000	324,465,000	355,111,000	350,444,000
Pesca	1,224,000	1,200,000	1,330,000	1,240,000	2,065,000	2,260,000
Explotación de minas y canteras	2,871,000	2,827,000	2,862,000	3,125,000	3,862,000	4,828,000
Industrias manufactureras (excluye refinación de petróleo)	697,777,000	715,291,000	723,224,000	761,600,000	801,676,000	833,759,000
Fabricación de productos de la refinación de petróleo	-	-	-	-	-	-
Suministro de electricidad y agua	21,281,000	21,520,000	21,669,000	16,179,000	13,076,000	13,162,000
Construcción	360,917,000	477,513,000	464,237,000	446,748,000	476,739,000	472,094,000
Comercio al por mayor y al por menor	465,187,000	483,960,000	496,966,000	510,769,000	539,720,000	563,011,000
Hoteles y restaurantes	79,027,000	85,633,000	87,809,000	93,390,000	88,611,000	94,875,000

ANEXO 3: COMPOSICIÓN DEL PIB POR INDUSTRIAS**PROVINCIA DE PICHINCHA****MILES DE DÓLARES DEL 2000****PERIODO 2001-2007**

Transporte, almacenamiento y comunicaciones	618,912,000	655,418,000	631,567,000	646,866,000	727,048,000	777,839,000
Intermediación financiera	140,635,000	143,814,000	143,602,000	139,390,000	167,442,000	197,460,000
Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	292,037,000	329,380,000	338,781,000	366,456,000	392,725,000	412,220,000
Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria	160,961,000	159,992,000	175,407,000	168,728,000	177,424,000	183,658,000
Enseñanza, servicios sociales, de salud y otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	202,799,000	197,413,000	205,764,000	207,884,000	195,593,000	188,615,000
Hogares privados con servicio doméstico	9,508,000	10,029,000	9,582,000	10,578,000	9,481,000	10,118,000
Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente	-	-	-	-	-	-
TOTAL APOORTE PICHINCHA AL PIB	3,331,701,000	3,595,821,000	3,619,548,000	3,697,418,000	3,950,573,000	4,104,343,000

Fuente: CUENTAS NACIONALES BANCO CENTRAL DEL ECUADOR

Elaboración: Autora de Tesis

ANEXO 4: INVERSIÓN DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

CATÓN RUMIÑAHUI PERIODO 2001-2008

INVERSIÓN DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN.

CANTÓN RUMIÑAHUI PERIODO 2001 – 2008

DETALLE	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Vivienda y Comercio	725,564.72	7,562,918.31	3,419,343.92	3,552,278.10	3,371,770.83	4,673,689.69	10,896,248.02	1,620,994.83
Comercio	476,375.60	17,613,661.40	6,896,749.45	3,746,074.04	38,795,801.40	211,936,209.00	6,617,700.22	11,143,086.20
Vivienda unifamiliar	4,440,357.27	3,782,498.71	8,967,988.78	7,817,359.42	8,315,137.11	8,729,142.41	7,465,569.76	2,326,171.49
Vivienda multifamiliar	996,236.11	712,122.54	8,161,658.82	5,919,971.67	21,997,583.70	25,587,098.10	7,781,296.43	12,772,625.76
TOTAL	6,638,533.70	29,671,200.96	27,445,740.97	21,035,683.23	72,480,293.04	250,926,139.20	32,760,814.43	27,862,878.28

TOTAL m2 DE CONSTRUCCIÓN CANTÓN RUMIÑAHUI PERIODO 2001-2008

DETALLE	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Vivienda y Comercio	6,056	51,575	21,315	20,870	19,422	26,111	59,161	8,520
Comercio	3,976	120,115	42,992	22,009	223,465	1,184,067	35,931	58,568
Vivienda unifamiliar	37,065	25,794	55,903	45,928	47,895	48,769	40,534	12,226
Vivienda multifamiliar	8,316	4,856	50,877	34,780	126,707	142,953	42,248	67,132
TOTAL	55,413	202,340	171,087	123,587	417,489	1,401,900	177,874	146,446

ANEXO 5: FICHA PROVINCIAL

Indicador	DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO	CAYAMBE	MEJIA	PEDRO MONCAYO	RUMIÑAHUI	SANTO DOMINGO	SAN MIGUEL DE LOS BANCOS	PEDRO VICENTE MALDONADO	PUERTO QUITO	Provincia
CABECERA CANTONAL	Quito DM	Cayambe	Machachi	Tabacundo	Sangolquí	Santo Domingo de los Colorados	San Miguel de los Bancos	Pedro Vicente Maldonado	Puerto Quito	
POBLACION CENSO 2001	1,839,853	69,800	62,888	25,594	65,882	287,018	10,717	9,965	17,100	2,388,817
TASA CRECIMIENTO ANUAL 1990-2001	2.7%	3.6%	2.7%	4.4%	3.2%	3.7%	-4.2%	2.4%	2.0%	2.8%
POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA	786,691	29,101	25,692	10,917	28,260	101,423	3,820	3,789	5,759	995,452
% POBLACION ECONOMICAMENTE ACTIVA	42.8%	41.7%	40.9%	42.7%	42.9%	35.3%	35.6%	38.0%	33.7%	41.7%
POBLACION PROYECTADA 2008	2,093,458	82,093	71,557	29,122	74,963	326,581	12,194	11,339	19,457	2,720,764
POBLACION URBANA 2008	1,579,186	35,993	14,071	6,892	64,092	225,503	3,440	4,439	2,579	1,936,195
POBLACION RURAL 2008	514,272	46,100	57,486	22,230	10,871	101,078	8,754	6,900	16,878	784,569
SUPERFICIE Km2	4,204	1,187	1,459	333	134	3,857	801	657	719	13,351
DENSIDAD Habitantes / Km2	498	69	49	87	559	85	15	17	27	203.8

ANEXO 5: FICHA PROVINCIAL

VIVIENDAS CENSO 2001	555,928	21,029	17,943	7,823	18,434	76,889	3,412	2,921	4,709	709,088
DENSIDAD Viviendas / Km2	132	18	12	23	138	20	4	4	7	53.1
SUPERFICIE Ha	420,400	118,700	145,900	33,300	13,400	385,700	80,100	65,700	71,900	1,335,100

Notas : (*su*) parroquias suburbanas, (*u*) parroquias urbanas, (*r*) parroquias rurales.

*Elaboración: Autora
de tesis.*

Fuentes : INEC y Plan de Desarrollo Provincial de Pichincha

**ANEXO 6: EDIFICACIONES DEL CANTÓN RUMIÑAHUI
REGISTRO 2009**

ZONA		N° EDIFICIOS	N° CONJUNTOS
DETALLE	N° ZONA	COMERCIALES	HABITACIONALES
NORTE	4	0	15
	5	27	9
	7	1	3
	12	0	8
CENTRO	1	35	7
	2	1	12
	3	0	8
	8	1	6
	11	1	6
SUR	6	0	8
	9	1	3
	13	0	2
TOTAL		67	87

ANEXO 7: ENCUESTA PARA CONJUNTOS HABITACIONALES.

OBJETIVO: Determinar el grado de aceptación que tendrá una empresa de prestación de servicios para el acondicionamiento de edificios.

SECTOR: Norte..... Centro..... Sur.....

CONJUNTOS HABITACIONALES.....

Nº De casas.....

1.- Ha requerido alguna vez servicios de plomería, electricidad, pintura y jardinería?

SI ☐ NO ☐

2.-Cuál es el servicio que más ha utilizado?

Plomería..... Bombas de agua.....Cisternas.....Otro.....

Electricidad..... luces exteriores..... Instalaciones eléctricas.....Otro.....

Pintura..... Interiores.....Exteriores.....Otro.....

Jardinería.....Podar las plantas.....Cortar el césped.....Otro.....

3.-Con que frecuencia ha requerido dichos servicios?

Plomería.....1 a 2 veces al mes..... trimestre..... semestre.....Año..... Otro.....

Electricidad...1 a 2 veces al mes..... trimestre..... semestre.....Año..... Otro.....

Pintura.....Semestre.....Año.....Dos años.....Otro.....

Jardinería.....diariamente.....1 a 2 veces al mes.....2 meses.....Otro.....

4.-Quien le proporcione este tipo de servicios?

Una empresa.....

Un técnico.....

Un trabajador informal.....

Usted mismo.....

Otro. Especifique.....

5.- Qué dificultades ha tenido al requerir este tipo de servicios?

Trabajo mal hecho..... Ninguno.....

Muy costoso..... Otro. Especifique.....

Demora en el trabajo.....

Escasez de personal capacitado.....

6.-Le gustaría contar con una empresa dedicada a la instalación, reparación y mantenimiento de: plomería, electricidad, pintura y jardinería.

SI ☐ NO ☐

7.- Que beneficio le gustaría que le ofrezca la empresa?

Atención las 24 horas del día.....

Personal capacitado.....

Seguimiento del trabajo.....

Facilidades de pago.....

Otro. Especifique.....

8.- De qué forma le gustaría contratar este servicio?

Mensual.....

Trimestral.....

Semestral.....

Anual.....

9.- Qué recomendaría para un adecuado servicio?

.....
.....

10.- Realizan mantenimiento en el conjunto habitacional?.

SI ☐ NO ☐

ANEXO 9: TABULACIÓN Y REPRESENTACIÓN PORCENTUAL DE LA ENCUESTA.

1. Ha requerido alguna vez servicios de plomería, electricidad, pintura y jardinería?

DETALLE	SI	NO
Conjuntos Habitacionales.	71	0
Edificios Comerciales.	55	2
TOTAL	126	2

DETALLE	SI	NO
Conjuntos Habitacionales.	55.47%	0%
Edificios Comerciales.	42.97%	1.56%
TOTAL	98.44%	1.56%

2. Cual es el servicio que más a utilizado?

DETALLE	PLOMERÍA	ELECTRICIDAD	PINTURA	JARDINERÍA
Conjuntos Habitacionales.	51	4	37	68
Edificios Comerciales.	43	16	45	0
TOTAL	94	20	82	68

DETALLE	PLOMERÍA	ELECTRICIDAD	PINTURA	JARDINERÍA
Conjuntos Habitacionales.	19.32%	1.52%	14.02%	25.76%
Edificios Comerciales.	16.29%	6.06%	17.05%	0%
TOTAL	35.61%	7.58%	31.06%	25.76%

PLOMERÍA

DETALLE	BOMBAS DE AGUA	CISTERNA	SANITARIOS Y COCINA	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	23	49	0	2
Edificios Comerciales.	15	16	12	0
TOTAL	38	65	12	2

DETALLE	BOMBAS DE AGUA	CISTERNA	SANITARIOS Y COCINA	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	19.66%	41.88%	0%	1.71%
Edificios Comerciales.	12.82%	13.68%	10.26%	0%
TOTAL	32.48%	55.56%	10.26%	1.71%

ELECTRICIDAD

DETALLE	LUCES	INSTALACIONES ELECTRICAS	OTROS
Conjuntos Habitacionales.	4	0	0
Edificios Comerciales.	8	8	0
TOTAL	12	8	0

DETALLE	LUCES	INSTALACIONES ELECTRICAS	OTROS
Conjuntos Habitacionales.	20.00%	0.00%	0.005
Edificios Comerciales.	40.00%	40.00%	0.00%
TOTAL	60.00%	40.00%	0.00%

PINTURA

DETALLE	INTERIORES	EXTERIORES	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	1	37	0
Edificios Comerciales.	17	45	0
TOTAL	18	82	0

DETALLE	INTERIORES	EXTERIORES	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	1.00%	37.00%	0.00%
Edificios Comerciales.	17.00%	45.00%	0.00%
TOTAL	18.005	82.00%	0.00%

JARDINERÍA

DETALLE	PODAR PLANTAS	CORTAR CESPED	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	57	66	0
Edificios Comerciales.	0	0	0
TOTAL	57	66	0

DETALLE	PODAR PLANTAS	CORTAR CESPED	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	46.34%	53.66%	0.00%
Edificios Comerciales.	0.00%	0.00%	0.00%
TOTAL	46.34%	53.66%	0.005

3. Con que frecuencia ha requerido dichos servicios?

PLOMERÍA

DETALLE	1 A 2 VECES AL MES	TRIMESTRE	SEMESTRE	AÑO	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	4	19	28	0	0
Edificios Comerciales.	0	19	23	1	0
TOTAL	4	38	51	1	0

DETALLE	1 A 2 VECES AL MES	TRIMESTRE	SEMESTRE	AÑO	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	4.26%	20.21%	29.79%	0.00%	0.00%
Edificios Comerciales.	0.00%	20.21%	24.47%	1.06%	0.00%
TOTAL	4.26%	40.43%	54.26%	1.06%	0.00%

ELECTRICIDAD

DETALLE	1 A 2 VECES AL MES	TRIMESTRE	SEMESTRE	AÑO	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	1	1	1	1	0
Edificios Comerciales.	0	11	5	0	0
TOTAL	1	12	6	1	0

DETALLE	1 A 2 VECES AL MES	TRIMESTRE	SEMESTRE	AÑO	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	5.0%	5.0%	5.0%	5.0%	0.0%
Edificios Comerciales.	0.0%	55.0%	25.0%	0.0%	0.0%
TOTAL	5.0%	60.0%	30.0%	5.0%	0.0%

PINTURA

DETALLE	SEMESTRE	AÑO	DOS AÑOS	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	0	21	16	0
Edificios Comerciales.	0	19	26	0
TOTAL	0	40	42	0

DETALLE	SEMESTRE	AÑO	DOS AÑOS	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	0.00%	25.61%	19.51%	0.00%
Edificios Comerciales.	0.00%	23.17%	31.71%	0.00%
TOTAL	0.00%	48.78%	51.22%	0.00%

JARDINERÍA

DETALLE	DIARIEMENTE	1 A 2 VECES AL MES	CADA DOS MESES	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	13	42	13	0
Edificios Comerciales.	0	0	0	0
TOTAL	13	42	13	0

DETALLE	DIARIEMENTE	1 A 2 VECES AL MES	CADA DOS MESES	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	19.12%	61.76%	19.12%	0.00%
Edificios Comerciales.	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%
TOTAL	19.12%	61.76%	19.12%	0.00%

4. Quién le proporcione este servicio?

DETALLE	EMPRESA	TÉCNICO	TRABAJADOR INFORMAL	USTED MISMO	OTRO (CONSERGE)
Conjuntos Habitacionales.	2	12	46	0	11
Edificios Comerciales.	0	8	32	12	3
TOTAL	2	20	78	12	14

DETALLE	EMPRESA	TÉCNICO	TRABAJADOR INFORMAL	USTED MISMO	OTRO (CONSERGE)
Conjuntos Habitacionales.	1.59%	9.52%	36.51%	0.00%	8.73%
Edificios Comerciales.	0.00%	6.35%	25.40%	9.52%	2.38%
TOTAL	1.59%	15.87%	61.90%	9.52%	11.11%

5. Qué dificultades ha tenido al requerir este tipo de servicio?

DETALLE	TRABAJO MAL HECHO	MUY COSTOSO	DEMORA EN EL TRABAJO	ESCASEZ DE PERSONAL CAPACITADO	NINGUNO	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	29	1	22	1	18	0
Edificios Comerciales.	10	10	21	7	10	0
TOTAL	39	11	43	8	28	0

DETALLE	TRABAJO MAL HECHO	MUY COSTOSO	DEMORA EN EL TRABAJO	ESCASEZ DE PERSONAL CAPACITADO	NINGUNO	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	22.48%	0.78%	17.05%	0.78%	13.95%	0.00%
Edificios Comerciales.	7.75%	7.75%	16.28%	5.43%	7.75%	0.00%
TOTAL	30.23%	8.53%	33.33%	6.20%	21.71%	0.00%

6. Le gustaría contar con una empresa dedicada a la instalación, reparación y mantenimiento de: plomería, electricidad, pintura y jardinería?

DETALLE	SI	NO
Conjuntos Habitacionales.	59	12
Edificios Comerciales.	51	6
TOTAL	110	18

DETALLE	SI	NO
Conjuntos Habitacionales.	46.09%	9.38%
Edificios Comerciales.	39.84%	4.69%
TOTAL	85.94%	14.06%

7. Qué beneficio le gustaría que le ofrezca la empresa?

DETALLE	ATENCIÓN LAS 24 HORAS	PERSONAL CAPACITADO	SEGUIMIENTO DEL TRABAJO	FACILIDADES DE PAGO	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	18	23	13	4	1
Edificios Comerciales.	12	32	11	5	0
TOTAL	30	55	24	9	1

DETALLE	ATENCIÓN LAS 24 HORAS	PERSONAL CAPACITADO	SEGUIMIENTO DEL TRABAJO	FACILIDADES DE PAGO	OTRO
Conjuntos Habitacionales.	15.13%	19.33%	10.92%	3.36%	0.84%
Edificios Comerciales.	10.08%	26.89%	9.24%	4.20%	0.00%
TOTAL	25.21%	46.22%	20.17%	7.56%	0.84%

8. De qué forma le gustaría contratar este servicio?

DETALLE	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL
Conjuntos Habitacionales.	11	3	16	29
Edificios Comerciales.	8	7	17	19
TOTAL	19	10	33	48

DETALLE	MENSUAL	TRIMESTRAL	SEMESTRAL	ANUAL
Conjuntos Habitacionales.	10.00%	2.73%	14.55%	26.36%
Edificios Comerciales.	7.27%	6.36%	15.45%	17.27%
TOTAL	17.27%	9.09%	30.00%	43.64%

9. Que recomendaría para un adecuado servicio?

DETALLE	RESPONSABILIDAD	GARANTÍA	EFICIENCIA	AGILIDAD	DESCUNENTOS
Conjuntos Habitacionales.	31	16	8	4	0
Edificios Comerciales.	21	19	0	0	11
TOTAL	52	35	8	4	11

DETALLE	RESPONSABILIDAD	GARANTÍA	EFICIENCIA	AGILIDAD	DESCUNENTOS
Conjuntos Habitacionales.	28.18%	14.55%	7.27%	3.64%	0.00%
Edificios Comerciales.	19.09%	17.27%	0.00%	0.00%	10.00%
TOTAL	47.27%	31.82%	7.27%	3.64%	10.00%

10. Realiza mantenimiento en el conjunto?

DETALLE.	SI	NO
Conjuntos Habitacionales.	71	0
Edificios Comerciales.	38	17
TOTAL	109	17

DETALLE.	SI	NO
Conjuntos Habitacionales.	56.35%	0.00%
Edificios Comerciales.	30.16%	13.49%
TOTAL	86.51%	13.49%

ANEXO 10. MANUAL DE FUNCIONES.

DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES.

PUESTO: Gerente General

DEPARTAMENTO: Gerencia.

SUPERVISA A: Contador y Jefe de Operaciones.

REPORTA A: Junta General.

NATURALEZA DEL PUESTO: Representación legal y judicial de la empresa.
Direccionamiento estratégico de la funcionalidad de SIADEF.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.

-  Administrar los recursos de la empresa y establecer el presupuesto anual.
-  Coordinar las actividades de la organización
-  Establecer planes y cronogramas de venta del servicio.
-  Elaboración de estrategias para el desarrollo de la organización.
-  Autorizar los contratos de prestación de servicios, adquisición de bienes y selección de proveedores.
-  Dirigir y controlar al personal.
-  Elevar el nivel de desarrollo de la entidad en todo ámbito; técnico, económico, comercial y humano.

REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO.

ESTUDIOS: Título profesional de Ingeniería en Gerencia y Liderazgo.

EXPERIENCIA: Un año en labores similares.

FORMACIÓN: Conocimientos de contabilidad, marketing, planificación estratégica, recursos humanos y servicio al cliente.

HABILIDAD: Técnica y humana.

HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO.

COMPUTADORA: Vital importancia.

PROGRAMAS DE COMPUTACIÓN:

PUESTO: Contador.

DEPARTAMENTO: Contabilidad.

SUPERVISA A: -

REPORTA A: Gerente general.

NATURALEZA DEL PUESTO:

Elaboración y control de los registros contables de la empresa (compras, ventas, créditos, rol de pagos, impuestos).

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.

-  Apertura y manejo de libros contables.
-  Manejo y control de cartera de clientes, proveedores e impuestos.
-  Llevar el control de las facturas emitidas a los clientes por prestación de servicios
-  Realizar rol de pagos.
-  Elaboración de reportes financieros para la toma de decisiones.
-  Cumplir con cualquier actividad que dentro de su naturaleza de su cargo fuese solicitada por medio de su superior.

REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO.

ESTUDIOS: Tercer año de Contabilidad y auditoría.

EXPERIENCIA: Un año en labores similares.

FORMACIÓN: Conocimientos de contabilidad, impuestos, informes y elaboración de estados financieros.

HABILIDAD: Técnica y humana.

HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO.

COMPUTADORA: Vital importancia.

PROGRAMAS DE COMPUTACIÓN:

PUESTO: Jefe de Operaciones.

SUPERVISA A: Plomero, Pintor y Jardinero.

REPORTA A: Gerente General.

NATURALEZA DEL PUESTO.

Control y Supervisión de los trabajos de instalación, mantenimiento y reparación de todas las áreas operativas.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.

-  Recibir, distribuir y supervisar la ejecución de las órdenes de trabajo del departamento operativo.
-  Dotar de herramientas, materiales y equipo al personal.
-  Supervisar la utilización y reintegro de los materiales entregados.
-  Colaborar y coordinar la adquisición de herramientas.
-  Entregar informes semanales de las órdenes de trabajo.
-  Proporcionar apoyo inmediato al personal de su área en el momento que lo requieran.

REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO.

ESTUDIOS: Secundaria.

EXPERIENCIA: Mínimo tres años labores similares.

FORMACIÓN:

HABILIDAD: Técnica y humana.

HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO.

COMPUTADORA: Manejo de utilitarios básicos de computación.

PUESTO: Plomero.

DEPARTAMENTO: Operativo.

SUPERVISA A: -

REPORTA A: Jefe de Operaciones.

NATURALEZA DEL PUESTO:

Realización de trabajos de instalación, mantenimiento y reparación de hidrosistemas.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.

-  Ejecutar obras de instalación de hidrosistemas.
-  Realizar trabajos de mantenimiento y reparación de hidrosistemas.

 Llevar hoja de control del trabajo realizado.

REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO.

ESTUDIOS: Primaria.

EXPERIENCIA: Mínimo ocho años en labores similares.

FORMACIÓN: Conocimientos de instalación, mantenimiento y reparación de hidrosistemas.

HABILIDAD: Técnica y humana.

HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO.

EQUIPOS Y MAQUINARIA DE PLOMERÍA: Vital importancia.

PUESTO: Pintor.

SUPERVISA A: -

REPORTA A: Jefe de Operaciones.

NATURALEZA DEL PUESTO.

Elaboración de trabajos de pintura de exteriores e interiores en las edificaciones.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.

 Ejecución de trabajos de pintura en interiores.

 Realizar obras de pintura en exteriores.

 Presentar informes de la orden de trabajo realizado.

REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO.

ESTUDIOS: Secundaria.

EXPERIENCIA: Mínimo tres años en labores similares.

FORMACIÓN: Conocimientos de pintura en interiores y exteriores de edificaciones.

HABILIDAD: Técnica y humana.

HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO.

EQUIPOS DE PINTURA: Vital importancia.

PUESTO: Jardinero.

SUPERVISA A: -

REPORTA A: Jefe de Operaciones.

NATURALEZA DEL PUESTO.

Realizar obras de instauración y mantenimiento de jardines.

FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES.

-  Ejecución de obras de instauración de jardines y cascadas.
-  Realizar trabajos de manteamiento de jardines.
-  Presentar informes de la orden de trabajo.

REQUISITOS MINIMOS PARA EL PUESTO.

ESTUDIOS: Primaria.

EXPERIENCIA: Mínimo tres años en labores similares.

FORMACIÓN: Conocimientos de instauración y mantenimiento de jardines.

HABILIDAD: Técnica y humana.

HERRAMIENTAS NECESARIAS PARA EL PUESTO.

EQUIPOS DE JARDINERÍA: Vital importancia.

