

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

CARRERA DE INGENIERÍA DE EMPRESAS

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA DE
EMPRESAS**

**PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE LA EMPRESA DE SERVICIOS DE
MANTENIMIENTO Y REPARACIONES DE LOS HOGARES BASADO EN LAS
NORMATIVAS LEGALES QUITO 2010-2011**

ESTUDIANTE

DIANA PATRICIA NARANJO ESTRADA

DIRECTOR DE TESIS

ECON. LUIS BARRENO

QUITO- ECUADOR

MARZO, 2011

**DEL CONTENIDO DE LA PRESENTE TESIS SE RESPONSABILIZA LA
AUTORA**

Diana Naranjo

**Director de Tesis
Econ. Luis Barreno**

AGRADECIMIENTO

Al empezar a escribir el agradecimiento pensé que tal vez podría dejar fuera de mi memoria a alguien importante, es por ello que desde ya pido las disculpas correspondientes en caso de que suceda.

Antes que a todos quiero agradecer a un ser Supremo que es Dios por darme las fuerzas necesarias en los momentos en que más lo necesite, por bendecir cada momento de mi vida y darme la posibilidad de caminar rigiéndome bajo cada una de sus reglas y encaminando mi vida por el bien.

A mi esposo y mis hijos por ser tan pacientes, por su cariño, su amor y sus palabras de aliento para no darme por vencida.

Quiero agradecer a mi madre por ser la persona que siempre estuvo cerca de mí dándome sus sabios consejos, en los momentos en que creía que ya no podía continuar, gracias por toda su colaboración para poder concluir con este trabajo.

A mis hermanas, mis tíos y mis primas por ser una familia muy unida, por brindarme todo su apoyo en cada momento de mi vida para lograr una meta más de mi vida.

También quiero agradecer a mi Director de Tesis Econ. Luis Barreno por toda su ayuda prestada, sus conocimientos, su paciencia, quien me oriento durante el tiempo que duró la tesis y concluir con éxito este proyecto que con la bendición de Dios se convertirá en un negocio familiar.

Finalmente a la Universidad Tecnológica Equinoccial por sus conocimientos y por habernos dado la oportunidad de que aún habiendo pasado algunos años de nuestro egresamiento, regresar a sus aulas para poder concluir una meta más de nuestra vida.

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo a mi esposo Jimmy y a mis hijos Stefano y Ariana por ser la razón de mi vida, por estar a mi lado dándome fuerzas para continuar y concluir con éxito este trabajo, gracias por ser mi fortaleza los amo.

A mi Mamita Nelly Estrada por su cariño incondicional, por ser el pilar de nuestra casa por su ejemplo de esfuerzo y sacrificio para superar cada uno de los obstáculos, por criarme bajo normas de buenas costumbres para ser una persona de bien, gracias por su ejemplo de tenacidad y constancia para conseguir éxitos en la vida.

A mis hermanas quienes me han acompañado en silencio con su comprensión a prueba de todo y sin pedir nada a cambio.

A la memoria de mi Padre Rogelio Naranjo que sigue presente en lo más profundo de mi corazón y que este donde este siempre será mi inspiración y fortaleza, y que estoy segura que en estos momentos será orgulloso de ver culminada una etapa de mi vida.

A mis tíos que siempre están presentes en cada momento de mi vida, pendientes de cada meta lograda para ellos con todo mi cariño en especial para mi tía que aunque se encuentre lejos siempre está presente y quien también estará orgullosa de haber cumplido esta etapa de mi vida.

A mis primas por escucharme, apoyarme y convertirse en mis mejores amigas.

INDICE GENERAL

Portada	i
Hoja de Responsabilidad del Autor	ii
Agradecimiento	iii
Dedicatoria	iv
Índice de Contenido	v
Índice de Cuadros	xi
Índice de Gráficos	xiii
CAPÍTULO I	
ANTECEDENTES	1
1.1. Antecedentes Históricos	1
1.2. Antecedentes Científicos	5
1.3. Importancia Práctica del Estudio	7
1.4. Situación Actual del Tema de Investigación	7
1.5. Limitaciones del Estudio	8
1.6. Alcance del Trabajo	8
1.7. Objeto del Estudio	8
1.8. Sujeto de Estudio	8
1.9. Objetivo General	9
1.10. Objetivos Específicos	9
1.11. Justificación	10
1.12. Hipótesis o Idea a Defender	10
1.13. Aspectos Metodológicos Generales	11
1.14. Población Muestra de Estudio	12
1.15. Análisis de Datos	12
1.16. Tabulación y Gráfica de la Información	13
1.17. Marco Teórico	13
1.18. Marco Conceptual	17
1.19. Marco Legal	17

CAPÍTULO II

SERVICIOS

2.1. LOS SERVICIOS	18
2.1.1. Definición de Servicio	18
2.1.2. Tipos de Servicios	18
2.1.3. Características de los Servicios	19
2.2. Empresas de Servicios	20
2.2.1. Concepto de Empresas de Servicios	20
2.2.2. Características de las Empresas de Servicios	20
2.2.3. Características de Empresas que brindan servicios similares	21
2.2.4. Características del servicio que brindará la nueva empresa	23
2.3. Base Legal y Administrativa de la Empresa	23
2.3.1. Servicio de Rentas Internas	24
2.3.2. Superintendencia de Compañías	27
2.3.2.1. Compañía de Responsabilidad Limitada	28
2.3.3. Trámite para formar una Empresa	30
2.4. Acta de Constitución de la Compañía Limitada	38

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO

3.1. ESTUDIO DE MERCADO	41
3.1.1. Definición.	41
3.1.2. Objetivos del Estudio de Mercado	41
3.1.3. Definición del Producto	41
3.1.4. Investigación de Mercado	42
3.2. Metodología para cuantificar la demanda	42
3.2.1. La unidad de estudio	43
3.2.2. Universo de estudio	43
3.3. Diseño Estadístico para la Prueba	43
3.3.1. Diseño Estadístico para la Prueba	43
3.3.2. Trabajo de Campo	43

3.3.3. Mercado Objetivo	44
3.3.4. Análisis de la Encuesta	44
3.3.5 Tabulación de las Encuestas	46
3.4. Análisis de la Demanda del Servicio	59
3.4.1. Definición de Demanda	59
3.4.2. Cálculo de la Demanda	59
3.5. Plan de Marketing	64
3.5.1. Análisis de la Situación Actual	64
3.5.2. Análisis del Mercado Objetivo	64
3.5.3. Marketing Mix	64
3.5.4. Producto	65
3.5.5. Precio	66
3.5.6. Plaza	66
3.5.7. Promoción	67
3.5.8. Post-Venta.....	68
3.5.9. Estrategias de Marketing.....	68

CAPÍTULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Objetivos del Estudio Técnico	70
4.2. Tamaño del Proyecto	70
4.2.1. Demanda del Proyecto	70
4.2.2. Disponibilidad de Mano de Obra	71
4.2.3. Disponibilidad de Tecnología y Equipos	71
4.2.4. Financiamiento.....	72
4.2.5. La Organización.....	72
4.3. Localización del Proyecto.....	72
4.3.1. Macro localización.....	73
4.3.2. Micro localización.....	73
4.3.2.1. Factores para determinar la micro localización del proyecto.....	73
4.4. Ingeniería del Proyecto	74
4.4.1. Capacidad de las Operaciones.....	75

4.4.2. Infraestructura	75
4.4.3. Distribución de las Instalaciones.....	75
4.4.4. Maquinaria y Equipos	76
4.4.5. Muebles y Enseres	76
4.4.6. Recurso Humano.....	76
4.4.7. Flujoograma del Proceso del Servicio de Mantenimiento y Reparaciones.....	76
4.4.7.1. Descripción del Proceso.....	77
4.5. Propuesta de la Organización	79
4.5.1. Introducción Organigrama Posicional.....	79
4.5.2. Organigrama Estructural	81
4.5.3. Organigrama Funcional.....	81
4.5.4. Estructura Funcional por Cargos.....	81

CAPÍTULO V

INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

5.1. Inversión Total	88
5.2 Inversión Fija	89
5.2.1 Activos Fijos Tangibles	89
5.2.1.1. Terreno.....	90
5.2.1.2. Edificaciones.....	90
5.2.1.3. Maquinaria y Equipos.	91
5.2.1.4. Equipo de Computo	91
5.2.1.5. Muebles y Enseres.	92
5.2.1.6. Herramientas y Utensilios	92
5.2.1.7. Vehículos	93
5.2.2. Activos Intangibles	93
5.2.2.1. Gastos de Constitución.....	94
5.2.2.2. Gastos de Estudios y Diseños Definitivos	94
5.2.2.3. Gastos de Capacitación	94
5.3. Capital de Trabajo.....	95
5.4. Financiamiento del Proyecto.....	96
5.4.1. Fuentes de Financiamiento.....	96
5.4.1.1. Fuentes Internas	96

5.4.1.2. Fuentes Externas	96
5.5.1. Estructura del Financiamiento	96
5.5.1.1. Recursos Propios.....	97
5.5.1.2. Crédito.....	97
5.6. Cuadro de Fuentes y Usos.....	97

CAPÍTULO VI

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

6.1. Costo del Proyecto	99
6.2. Costos de Producción.....	99
6.2.1. Costos Directos de Producción	99
6.2.1.1. Mano de Obra Directa.....	99
6.2.1.2. Materiales Directos	100
6.2.2 Costos Indirectos o Gastos de Fabricación	101
6.2.2.1. Mano de Obra Indirecta	101
6.2.2.2. Insumos	102
6.2.2.3. Reparación y Mantenimiento	102
6.2.2.4. Seguros.....	103
6.2.2.5. Depreciaciones.....	104
6.2.2.6. Amortizaciones	105
6.3. Gastos del Proyecto.....	105
6.3.1. Gastos Administrativos.....	106
6.3.2. Gastos de Ventas.....	106
6.3.3. Gastos Financieros	107
6.4. Proyección de los Costos	108
6.5. Ingresos del Proyecto.....	110
6.5.1. Proyección de los Ingresos del Proyecto.....	110

CAPÍTULO VII

EVALUACIÓN ECONÓMICO FINANCIERO DEL PROYECTO

7.1. Evaluación Económico Financiero del Proyecto	112
---	-----

7.1.1. Instrumentos de Evaluación	112
7.1.2.1. Balance General Inicial	113
7.1.2.2. Estado de Resultados	115
7.1.2.3. Flujo de Caja	117
7.1.2.3.1. Tasa de Descuento	119
7.1.3 Indicadores de Evaluación	119
7.1.3.1 Valor Actual Neto (VAN).....	119
7.1.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)	121
7.1.3.3. Periodo de Recuperación de la Inversión.....	122
7.1.3.4. Punto de Equilibrio	123
7.2. Índices Financieros	126
7.2.1. Rentabilidad Sobre la Inversión Total.....	126
7.2.2 Rentabilidad Sobre los Recursos Propios	126
7.2.3 Rentabilidad Sobre las Ventas	127
7.2.4 Índice de Cobertura.....	128

CAPÍTULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

8.1 Conclusiones	129
8.2 Recomendaciones	130

BIBLIOGRAFIA	132
--------------------	-----

BIBLIOGRAFIA VIRTUAL.....	134
---------------------------	-----

ANEXOS

Rol de Pagos de Remuneraciones	136
Resumen Depreciaciones de Activos Fijos Tangibles	137
Proforma de Vehículo	139
Proforma de Materiales	141
Proforma de Equipo de Computo.....	142
Proforma de Maquinaria y Herramientas.....	143

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro No 1 Empresas de Mantenimiento de la Ciudad de Quito.....	22
Cuadro No 2 Integración del Capital Social.....	40
Cuadro No 3 Diseño de la Encuesta.....	44
Cuadro No 4 Conoce Empresas de Mantenimiento y Reparaciones.....	47
Cuadro No 5 Contratación de la nueva empresa.....	48
Cuadro No 6 Tipo de Servicios.....	49
Cuadro No 7 Frecuencia de Servicios.....	52
Cuadro No 8 Factores para la Contratación del Servicio.....	53
Cuadro No 9 Qué exigiría del Servicio.....	55
Cuadro No 10 Servicios que le gustaría recibir.....	57
Cuadro No 11 Pago por el servicio.....	58
Cuadro No 12 Frecuencia del Servicio.....	61
Cuadro No 13 Proyección de la Oferta.....	63
Cuadro No 14 Micro localización del Proyecto.....	74
Cuadro No 15 Inversión Total.....	88
Cuadro No 16 Activos Fijos Tangibles.....	89
Cuadro No 17 Terreno.....	90
Cuadro No 18 Edificaciones.....	90
Cuadro No 19 Maquinaria y Equipo.....	91
Cuadro No 20 Equipo de Cómputo.....	91
Cuadro No 21 Muebles y Enseres.....	92
Cuadro No 22 Herramientas y Utensillos.....	92
Cuadro No 23 Vehículo.....	93
Cuadro No 24 Activos Fijos Intangibles.....	94

Cuadro No 25 Capital de Trabajo.....	95
Cuadro No 26 Financiamiento del Proyecto.....	96
Cuadro No 27 Fuentes y Usos.....	97
Cuadro No 28 Mano de Obra Directa.....	100
Cuadro No 29 Materiales Directos.....	100
Cuadro No 30 Mano de Obra Indirecta.....	101
Cuadro No 31 Insumos.....	102
Cuadro No 32 Mantenimiento y Reparaciones.....	103
Cuadro No 33 Seguro.....	103
Cuadro No 34 Depreciaciones.....	104
Cuadro No 35 Amortizaciones.....	105
Cuadro No 36 Gastos de Administración.....	106
Cuadro No 37 Gastos de Ventas.....	107
Cuadro No 38 Gastos Financieros.....	107
Cuadro No 39 Costos Totales del Proyecto.....	109
Cuadro No 40 Ingresos del Proyecto.....	110
Cuadro No 41 Balance General Inicial.....	114
Cuadro No 42 Estado de Resultados proyectados.....	116
Cuadro No 43 Flujo de Caja.....	118
Cuadro No 44 Valor Actual Neto del Inversionista.....	120
Cuadro No 45 Tasa Interna de Retorno.....	122
Cuadro No 46 Periodo de Recuperación de la Inversión.....	123
Cuadro No 47 Punto de Equilibrio.....	125
Cuadro No 48 Índice de Rentabilidad Sobre la Inversión.....	126
Cuadro No 49 Índice de Rentabilidad Sobre el Capital Propio.....	127
Cuadro No 50 Índice de Rentabilidad Sobre las Ventas.....	127
Cuadro No 51 Índice de Cobertura.....	128

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No 1 Conoce empresas de mantenimiento y reparaciones.....	47
Gráfico No 2 Contratación de la empresa.....	48
Gráfico No 3 Tipo de servicios.....	51
Gráfico No 4 Frecuencia del servicio.....	52
Gráfico No 5 Factores para contratar el servicio.....	54
Gráfico No 6 Exigencias del servicio.....	56
Gráfico No 7 Servicios que le gustaría recibir.....	57
Gráfico No 8 Cuánto pagaría por el servicio.....	58
Gráfico No 9 Flujograma de Procesos.....	78
Gráfico No 10 Organigrama de Posición.....	80
Gráfico No 11 Organigrama Estructural.....	81
Gráfico No 12 Organigrama Funcional.....	82
Gráfico No 13 Punto de Equilibrio.....	124

CAPITULO I

ANTECEDENTES

1.1. Antecedentes Históricos

La actividad económica surge porque las personas tienen una serie de necesidades ilimitadas y dispone de pocos recursos para satisfacerlas.

Al principio de la historia los bienes para satisfacer las necesidades se producían en el seno de cada familia en el régimen de autoconsumo, es así como cada uno de los miembros de la familia colaboraban en la fabricación de los bienes necesarios para subsistir.

El nivel de producción fue aumentando por lo tanto los excedentes fueron intercambiados mediante un sistema de trueque para cubrir otras necesidades no satisfechas.

Poco a poco fue cambiando las condiciones de trueque y dio paso al comercio mediante el cual una persona compraba los bienes que le sobraban a una familia y los vendía a otra, es así como aparecen los mercados que se desarrollaron con la utilización de monedas en las transacciones.

En el capitalismo comercial de los siglos XVI y XVII se hizo posible un auge de la producción de mercancías y de la circulación entre América y los principales puntos del Mediterráneo y del norte de Europa. Así se formó un comercio mundial y aparecieron las primeras empresas o industrias artesanales y se aceleró la circulación monetaria con el crecimiento de los intercambios.

En el siglo XVII se consolida en Holanda, Inglaterra, Italia y Francia las primeras entidades bancarias y se forman las primeras compañías por acciones dedicadas al comercio marítimo.

En el plano de la producción se pasó paulatinamente del sistema doméstico, donde el comerciante iba en busca de la mano de obra que suministraba la economía doméstica al comerciante-fabricante que acumulaban capitales y empleaban artesanos que fabricaban en sus propios domicilios a los que proporcionaban la materia prima.

Entre fines del siglo XVIII y la primera mitad del siglo XIX, fue pasando del taller doméstico a la gran factoría, del trabajo a escala reducida al trabajo a gran escala, del uso de las máquinas manuales al uso de las máquinas movidas por vapor, de la utilización de pequeños capitales a su empleo masivo.

Con la revolución industrial nació una nueva empresa capitalista, en el centro neurálgico del nuevo modo de producción.

En la actualidad se tiene una economía de servicios la cual lo ha sido durante algún tiempo. Para John Naisbit, señala el año de 1956 como el de la iniciación de este nuevo período, cuando por primera vez en la historia de América, los empleados en posiciones técnicas, a nivel de gerencia y de oficina, superaron en número a los obreros. Una América industrial estaba dando paso a una nueva sociedad.

Continuará el rápido desarrollo de industrias de servicios y empleos de servicios, con el procesamiento de datos y la hospitalidad a la cabeza. El servicio ya no es un subproducto industrial, un sector que no genera riqueza sino que simplemente mueve dinero.

Muchas personas creen que los servicios nacieron en los países Escandinavos como Suecia, Dinamarca y Noruega para luego extenderse por toda América.

Suecia era uno de los países considerado como el mejor en el diseño, desarrollo y prestación de servicios.

El desarrollo del servicio se cree que comenzó cuando una aerolínea escandinava de nombre SAS Scandinavian Birlones System atravesaba por uno de los peores momentos económicos de su vida cuando a su presidente Jan Carlzon buscó nuevas formas de mejorar su situación económica centrándose en venderle a sus clientes todo lo que ellos deseaban comprar, era atender las necesidades de viaje que tenían sus clientes.

Su teoría se basó en crear una organización orientada hacia el cliente, con un sistema amable para el cliente, así como un ambiente de trabajo que refuerce la idea de colocar al cliente en primer lugar.

“Es así como se da lugar al nacimiento de la **GERENCIA DEL SERVICIO** que es una filosofía, un proceso del pensamiento, un conjunto de valores y actitudes. Transformar toda una organización en una entidad orientada hacia el cliente requiere tiempo, recursos, planeación, imaginación y un enorme compromiso de la gerencia”.¹

En el Ecuador los servicios comenzaron con la creación del servicio de transporte el cual poco a poco se fue innovando y creando nuevos servicios como el ferrocarril, las líneas aéreas.

Es así que con la modernización y la globalización se fueron creando nuevos servicios de acuerdo a la necesidad de las personas como los de mantenimiento, limpieza,

¹ ALBRECHT, Karl: Gerencia del Servicio, Colombia, Legis Editores S.A, Santa fé de Bogotá, Séptima Edición.

comunicaciones, impuestos, entre otros que día a día siguen creciendo conforme crecen nuestras necesidades.

Las empresas de servicios de limpieza y mantenimiento en el Ecuador se inician a partir de los años 80, debido a la gran cantidad de necesidades que existían en los hogares como producto de la inserción de la mujer al mercado laboral.

Debido a la aprobación de la Ley de Tercerización empezó un constante crecimiento de las empresas de servicios en el Ecuador.

En lo que se refiere a los servicios de mantenimiento y reparaciones, las familias de la ciudad de Quito, buscan la utilización de mano de obra informal como la que se encuentra en muchos sitios de la ciudad de Quito como es en el sur en la Av. Mariscal Sucre (sector del Caballito) y en el norte en la Av. 6 de Diciembre y Granados, los precios oscilan entre los 30 y 50 dólares como mínimo por un trabajo de medio día.

En la ciudad de Quito existen las siguientes empresas que se dedican a servicios similares como: limpieza de viviendas, alfombras, cortinas, servicio de pintura, albañilería, etc.

- Clean and Shine Limpieza y Mantenimiento total Cía. Ltda.
- Biolimpieza Compañía de Servicios y Mantenimiento S.A
- KitlimpiamacKalidad, limpieza y mantenimiento Cía. Ltda.
- Soliman Soluciones de Limpieza y mantenimiento
- CleanService Mantenimiento de inmuebles Cía. Ltda.
- BioCleaner de Ecuador Cía. Ltda.
- Casalimpia S.A

1.2. Antecedentes Científicos

En la actualidad se ha visto que los servicios se han convertido en un factor muy importante dentro de los negocios ya que éste es quien le da vida y movimiento cuando se realiza cualquier tipo de transacción.

Su importancia radica en su aplicación en diferentes áreas o segmentos de la economía como son:

- Transportes, comunicaciones y servicios
- Comercio al por mayor y al detall
- Finanzas, seguros y bienes raíces
- Servicios

En la parte de los servicios incluye servicios comerciales como: contabilidad, ingeniería, oficinas jurídicas; servicios personales tales como el manejo de la casa, edificios y oficinas, cuidado de niños, servicios recreativos, cuidado de mascotas, etc.

El servicio se enfoca a ciertos componentes como el ayúdeme, repárelo y el valor agregado.

El ayúdeme se refiere a que cada ser humano siempre en el diario vivir tiene la necesidad de solucionar ciertos problemas como el comprar una casa, un carro, realizar un viaje y siempre necesita de la ayuda de una tercera persona que le brinde este servicio o le asesore para poder cumplir con este objetivo.

El repárelo se encamina a que cuando se adquiere artefactos eléctricos o equipos tecnológicos siempre se presenta algún problema que debe ser solucionado por el proveedor de ese producto o por cualquier empresa que le brinde ese servicio.

El valor agregado es el servicio extra que se da a los clientes como es el caso de un supermercado al colocar los productos del cliente en el vehículo, o en el caso de un banco que es atender de manera rápida y eficiente al cliente.

Por lo tanto el servicio es una relación permanente entre comprador y vendedor cuyo objetivo consiste en que el comprador siga contento con el vendedor después del negocio. Esta es una relación que surge no con fines vagos de imagen para el público sino como fines económicos vitales. La relación comprador-vendedor no es un simple contrato de fideicomiso entre dos individuos, sino una promesa de continuar en contacto entre dos entidades económicas para beneficio mutuo.

Nadie puede evadir este desafío fabricantes y proveedores tradicionales de servicios, organizaciones lucrativas y sin fines de lucro, empresas privadas y del sector público, todas tienen que iniciar la tarea de responder efectiva y eficientemente a los clientes y consumidores, que esperan calidad y servicio como parte de cualquier compra. Algunas organizaciones han tomado conciencia de esta necesidad y han respondido bien. Pero para otras la necesidad de centrarse en el cliente y preocuparse por el servicio les cae como una tremenda sorpresa.

Este es el nuevo patrón que emplean clientes y consumidores para medir las realizaciones de una empresa o negocio.

Cada día el mundo de los negocios está optando por negociar con aquellos que restan servicios y disminuyendo su actividad con aquellos que sólo abastecen.

Es por ello que el gerenciar la producción y la prestación de un servicio es diferente a gerenciar la producción y entrega de un producto. Ya que requiere una familiaridad con la

idea de lo intangible que tiene valor económico y una destreza para conceptualizar los productos intangibles.

Además la tolerancia a la ambigüedad, una facilidad para manejar la falta de control directo sobre cada proceso clave y una apreciación muy sutil del concepto acerca de que la organización depende igualmente de destrezas emotivas o relacionadas con la gente y destrezas fuertes o relacionadas con la producción.

1.3. Importancia Práctica del Estudio

La importancia del estudio radica en la necesidad que tienen todos los ecuatorianos de soluciones prácticas para cada una de las necesidades que se presentan en la vida diaria y la necesidad de dar solución inmediata mediante una empresa que le brinde un servicio calificado y garantizado

Por otro lado es dar a conocer que mediante la creación de empresas se puede generar muchas fuentes de trabajo y ayudar en el desarrollo económico del país.

1.4. Situación Actual del Tema de Investigación

En el Ecuador existen varias empresas que a medida que transcurre el tiempo se han ido incrementando pero son pocas las que se dedican a dar el servicio de mantenimiento y reparación de hogares; por cuanto la mayoría de empresas solo lo hacen en edificios y la gran mayoría solo le brinda el servicio de mantenimiento y limpieza de casas y oficinas.

Siendo que la situación actual del Ecuador no ha permitido el aumento de fuentes de trabajo es menester contribuir con este estudio para poder analizar la factibilidad de este tipo de empresas el país y poder contribuir en la generación de empleo.

1.5. Limitaciones del Estudio

La única limitación sería que no existe una institución que norme este tipo de empresas y que no existen datos actualizados de estas empresas en el Ecuador y de cuál ha sido su evolución económica.

1.6. Alcance del Trabajo

Mediante esta propuesta se analizará que tan viable es la creación de la empresas de servicios de mantenimiento y reparación de hogares y si ésta nos permitirá crear muchas fuentes de trabajo y mejorar la situación económica de muchas familias.

Además que este trabajo pueda contribuir como material de consulta para muchas personas así como también incentivar a la creación de nuevas empresas innovadoras.

1.7. Objeto del Estudio

El objeto de estudio es la creación de la empresa de servicios de mantenimiento y reparaciones de hogares.

1.8. Sujeto de Estudio

El sujeto de estudio son las normativas legales para la creación de la empresa de servicios de mantenimiento y reparaciones de hogares.

1.9. Objetivo General

Elaborar los estudios a nivel de factibilidad para la creación de la empresa de servicios de mantenimiento y reparaciones de hogares para satisfacer las necesidades básicas de los hogares en plomería, carpintería, albañilería, electricidad, mantenimiento de electrodomésticos y obtener una rentabilidad para la empresa.

1.10. Objetivos Específicos

- 1.- Definir el tipo de empresa
- 2.- Conocer la base legal para su constitución
- 3.- Satisfacer cada uno de los requerimientos de la base legal para su constitución
- 4.- Determinar el mercado potencial
- 5.- Conocer las necesidades del mercado en plomería, carpintería, electricidad y mantenimiento de electrodomésticos
- 6.- Determinar la demanda de servicios de mantenimiento y reparaciones de los hogares
- 7.- Analizar la oferta
- 8.- Determinar las inversiones, costos e ingresos de la empresa
- 9.- Determinar la rentabilidad de la empresa
- 10.- Hacer la propuesta de creación de la empresa de servicios de mantenimiento y reparaciones de los hogares.

1.11. Justificación

El tema fue propuesto debido a la situación actual por la que atraviesa el país, en donde cada día se hace más difícil el lograr conseguir un empleo que pueda cubrir todas las expectativas de las personas y además obtener una buena remuneración.

Es por ello que es mejor convertirse uno mismo en su propio jefe creando empresas que tengan otro tipo de conceptualización , que sean innovadoras y que permitan dar solución a problemas que día a día se dan en los hogares.

Mediante la investigación se determinara la factibilidad de crear una empresa de servicios de mantenimiento y reparaciones que permita dar solución a problemas pequeños pero importantes para un buen vivir en cada uno de nuestros hogares; además permitirá generar nuevas fuentes de trabajo para mucha mano de obra subutilizada, así como también la expansión de la empresa creando sucursales que permitirán mejorar la economía del país.

El proyecto permitirá trabajar con normas de calidad para proteger al cliente, a la sociedad y por ende al medio ambiente mediante el tratamiento especial de los desechos.

Para lograr la factibilidad del proyecto se contará con la infraestructura necesaria, la mano de obra calificada, el recurso económico, la información y el tiempo necesario para llevar a cabo la investigación.

1.12. Hipótesis o Idea a Defender

La creación de la empresa de servicios de mantenimiento y reparación para los hogares será técnicamente factible y económicamente rentable de acuerdo a los indicadores económicos como el VAN, TIR y el período de recuperación del capital.

1.13. Aspectos Metodológicos Generales

a. Diseño o Tipo de Investigación

El diseño de investigación que se va a aplicar para la realización de este trabajo es Predictiva-Observacional-Correlacional-Vertical.

b. Métodos Generales de Investigación

Método de Análisis: Mediante el análisis de la revisión de literatura, las bases legales, normativas, leyes, necesidades, políticas y datos que contribuirán a determinar la viabilidad del proyecto.

Método de Síntesis: Se lo utilizará para elaborar el informe final y en la elaboración de la propuesta.

Método de Análisis de Datos: En este trabajo se identifica los métodos cuantitativos y cualitativos para analizar los datos y pasarlos a información.

c. Fuentes y Técnicas de Investigación

Fuente: Este trabajo se basará en las siguientes fuentes

- Superintendencia de Compañías
- Ley de Compañías
- Municipio
- SRI
- INEC

Técnicas de Investigación

Entrevistas: Se aplicará en empresas que brinden servicios similares así como a sus empleados.

Encuestas: Se aplicará mediante cuestionarios que se entregaran a cada jefe de hogar, ama de casa y empresas.

Consulta a Expertos: Se consultará a asesores para definir el tipo de empresa.

Revisión de Archivos: Mediante la revisión de la base legal así como de datos que se encontrarán en empresas como el Municipio y el SRI.

Revisión de Literatura: Se lo hará durante toda la investigación para sustentar la propuesta, a través de libros, revistas, folletos, manuales, base legal.

Revisión de Internet: Para consultas y actualización de la información.

1.14. Población Muestra de Estudio

La población objeto de nuestro estudio serán hogares de nivel económico medio-alto que estarán ubicados al sur de la ciudad de Quito en casas y conjuntos habitacionales del sector sur.

La muestra se calculará en forma probabilística con unidades de observación.

1.15. Análisis de Datos

Los datos se analizarán a través de métodos que se van a identificar en el transcurso de la investigación y que serán trasladados a resultados, conclusiones y recomendaciones.

1.16. Tabulación y Gráfica de la Información

La información será tabulada y mostrada en tablas, cuadros y gráficos en Excel y Word.

MARCO DE REFERENCIA

1.17. Marco Teórico

Revisión de Literatura

“En la década de los 90 el mundo desarrollado entró en un período de prosperidad económica originado por una confluencia de factores que derivaron en que las fuerzas económicas del mundo sobrepasaran las fronteras nacionales y produjeron más libertad, más comercio, más oportunidades. Esta globalización originó cambios en la ubicación de las empresas, proveedores, leyes y condiciones económicas, por ello es necesario adecuar y fortalecer nuestras empresas no sólo para que estén en capacidad de competir y sobrevivir en el mercado local sino para que sean capaces de competir en los mercados internacionales”.²

Es por ello que algunos autores definen a una empresa competitiva cuando tiene la capacidad estructural de generar beneficios y la continuidad a través de sus procesos productivos y mediante la maximización de la calidad de cada uno de sus factores como son: optimización del proceso productivo, excelencia de los recursos, nivel de calidad del proceso productivo, calidad del valor añadido y calidad del producto o servicio.³

² VARELA, V, Rodrigo. : Innovación Empresarial, Arte y ciencia en la creación de empresas, Colombia, Pearson Educación de Colombia Ltda., tercera edición, Cap. 1, Pág. 42, 1995.

³ FEA, G. Ugo.: Competitividad es calidad total, México, Alfaomega S.A, segunda edición, 1995

Además siempre que exista una necesidad humana de un bien o servicio habrá la necesidad de invertir para producir dicho bien o servicio, basándose en un análisis completo de varios factores así como económico y político que pueden influir en el momento de realizar una inversión.⁴

Por ende la necesidad de inversión de bienes y servicios partirá de los requerimientos de la sociedad, por lo tanto ninguna inversión se debe realizar por el simple hecho de ganar dinero sino de generar beneficios tanto en lo económico como generando fuentes de empleo⁵

Por lo tanto toda persona que desee crear una empresa puede hacerlo, para ello debe tomar en cuenta que el objetivo final de esa idea se convierta en un proyecto real, para lo cual es importante determinar los factores internos y externos que afecten su negocio como: el mercado, la competencia, políticas de gobierno, problemas sociales, efectos ambientales, competitividad, eficiencia, efectividad, gestión, etc.⁶

También es necesario recalcar que por mucho tiempo se creyó que las grandes empresas eran las generadoras de empleo, bienestar y satisfacción; y por eso era muy importante vincularse con empresas multinacionales, pero hoy en día las empresas pequeñas generan más empleos, innovan y producen más avances tecnológicos que las grandes; y son más resistentes a cambios ambientales.⁷

Además es importante determinar que para la creación de una empresa sea de bienes o servicios estos deben ser de calidad para lo cual definiremos a “la calidad como la

⁴ BACA, U. Gabriel.: Evaluación de proyectos, México, McGraw-Hill Interamericana de México S.A, tercera edición, 1995.

⁵ BARRENO, Luis.: Manual de Evaluación de proyectos, plataforma virtual

⁶ GALINDO, Julio. Manual para Innovar y Crear empresas

⁷ BIRCH, David, Who creates job, The Public Interest, 1998

percepción que el cliente tiene del mismo, es una fijación mental del consumidor que asume conformidad con el producto o servicio y la capacidad del mismo para satisfacer sus necesidades”.⁸

Una visión actual del concepto calidad indica que calidad es entregar al cliente no lo que quiere, sino lo que nunca se había imaginado que quería y que una vez que lo obtenga se dé cuenta que era lo que siempre había querido.⁹

En otras palabras es el nivel de prestación del servicio lo que distingue a una empresa de servicios de las otras, es el desempeño lo que crea verdaderos usuarios que sean leales y que difundan publicidad positiva acerca del servicio recibido.¹⁰

Para finalizar es importante mencionar la creatividad y la innovación como factores importantes dentro de la empresa ya que determinan el nivel de competitividad de la misma, así como su desarrollo y crecimiento.¹¹

En conclusión la creación de empresas pequeñas y medianas (pymes) son un aporte importante para la economía del país, ya que son generadoras de empleo y riqueza. Además tienen ciertas ventajas competitivas ya que se adaptan fácilmente a los cambios bruscos del mercado permitiéndoles seguir creciendo y generando mayor rentabilidad.¹²

⁸ NOVATECH: Manual de Capacitación sobre Normas Calidad, 2003

⁹ WIKIPEDIA, www.google.com

¹⁰ ZEITHAML, Valarie A, Parasuraman A, Berry L. : Calidad total en la gestión de servicios, Madrid, Díaz de Santos S.A, 1993

¹¹ SCHUMPETER, J.: Teoría del desenvolvimiento económico, México, Fondo de cultura económico, cuarta edición 1967.

¹² BARRAGAN, C, José N.: Administración de las pequeñas y medianas empresas, México, Editorial Trillas S.A, primera edición, 2002.

APOYO A LA TEORIA

La creación de empresas es un proceso que está formado por una serie de etapas que tiene racionalidad y que le permiten al empresario ir tomando decisiones requeridas en forma secuencial, los procesos de creación de una empresa se inician con un elemento básico la idea; que es una noción elemental sobre una concepción de algo que se quiere o se planea hacer; idea de empresa como su nombre lo indica, implican una aplicación mucho más específica de la idea al entorno propio de la empresa; oportunidad empresarial, es la integración total de los componentes de la empresa con la situación del entorno para lograr una orientación más específica de la empresa; plan de empresa el cual permite estudiar no sólo los componentes de la empresa, del entorno y del empresario sino que también permite totalizar los elementos propios del devenir de la propia empresa para formular metas, diseñar estrategias, identificar riesgos y efectos potenciales de los mismos y brindar posibles soluciones; arranque aquí es donde el empresario ve por primera vez su realidad empresarial; crecimiento y desarrollo tiene la finalidad de que la empresa sea exitosa lo cual incluye el logro de objetivos y metas.¹³

Este trabajo tiene la misma finalidad ya que al crear una empresa de servicios se va a satisfacer las necesidades de muchas personas así como generar fuentes de trabajo y lograr el crecimiento y desarrollo empresarial mediante el análisis de cada uno de sus componentes.

¹³ VARELA, Rodrigo.: Innovación Empresarial, arte y ciencia de la creación de empresas, Colombia, Pearson Educación, tercera edición, 2008

1.18. MARCO CONCEPTUAL

Definición de Términos Conceptuales

EMPRESA: Entidad formada con un capital y aporte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito es lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles o la prestación de servicios.¹⁴

NECESIDAD: Manifestación natural de sensibilidad interna que despierta una tendencia a cumplir un acto o buscar una determinada condición.¹⁵

RENTABILIDAD: Es la relación generalmente expresada en porcentajes, que se establece entre el rendimiento económico que proporciona una determinada operación y lo que se ha invertido en ella.¹⁶

COMPETENCIA: Concurrencia de una multitud de vendedores en el mercado libre que para conseguir las ventas de sus productos pugnan entre sí proponiendo los precios que le permitan sus cotes y que se alinean con el mercado.¹⁷

1.19. MARCO LEGAL

La empresa se someterá a todas las disposiciones legales, ordenanzas, resoluciones, pago de impuestos para un normal funcionamiento de la misma y se revisará las siguientes leyes:

- Ley de Compañías
- Ley de Régimen Tributario Interno
- Ley de Seguridad Social
- Ordenanzas Municipales
- Código de Trabajo

¹⁴ Diccionario de Economía y Finanzas, Alianza Editorial S.A, edición 1994

¹⁵ Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano Uno, Ediciones Océano S.A, edición 1991

¹⁶ Diccionario de Administración y Finanzas, Océano Grupo Editorial S.A

¹⁷ Enciclopedia Autodidáctica Océano, Colombia, Ediciones Océano S.A

CAPITULO II

2.1. LOS SERVICIOS

2.1.1. Definición de Servicio

“Es una actividad o conjunto de actividades de naturaleza casi siempre intangible realizada a través de la interacción entre el cliente y el empleado y/o las instalaciones físicas de servicio, con el objeto de satisfacer una necesidad o un deseo”.¹⁸

Por lo tanto para que un servicio sea excelente es de vital importancia que el empleado este lo suficientemente preparado para solucionar los diferentes problemas que muy a menudo suele suceder con el cliente, además se debe tomar en cuenta que un cliente es la fuerza que pone a funcionar al tren de toda empresa, por lo tanto se le debe brindar mayor atención a sus críticas y sugerencias puesto que en muchos de los casos, es pues del cliente que nacen iniciativas de mejoramiento en los servicios.

Si bien es cierto a lo largo de la historia lo único que les importaba a la mayoría de las empresas era crear el producto y entregarlo a sus clientes, poco o nada daban atención a la calidad del mismo, es pues así que hoy en día debido a las exigencias de los clientes lo primordial es satisfacer sus necesidades y a las del mercado.

2.1.2. Tipos de Servicios

“La creciente urbanización del país, está llevando a una necesidad cada vez mayor de servicios (doméstico, comerciales, públicos, industriales y técnicos) tales como los que se relacionan a continuación:

¹⁸ CANTU, D, Humberto, Desarrollo de una cultura de calidad.

Servicios de Recreación y Esparcimiento: turismo, hoteles de recreación, vuelos, chárter, excursiones, etc.

Servicios Domésticos: limpieza, conservación, pequeñas instalaciones y reparaciones, arreglos en general, jardinería, etc.”¹⁹

2.1.3. Características de los Servicios

“Intangibilidad.- Los servicios son intangibles a diferencia de los productos físicos, los servicios no se pueden ver, degustar, tocar, escuchar u oler antes de comprarse, pero permiten satisfacciones que compensan el dinero invertido en la realización de deseos y necesidades de los clientes.

Inseparabilidad.- Los servicios por lo regular se producen y consumen simultáneamente. Esto no sucede con los bienes físicos que se fabrican, se colocan en inventarios, se distribuyen a través de varios intermediarios y se consumen posteriormente.

Variabilidad.- Puesto que los servicios dependen de quien los presta y de donde se prestan, son muy variables.

Imperdurabilidad.- Los servicios no pueden almacenarse. El hecho de que los servicios sean imperdurables no es un problema cuando la demanda es constante, si la demanda fluctúa, las empresas de servicios tienen problemas.

Heterogeneidad.- Es imposible que una industria de servicios pueda estandarizar la producción, ya que cada unidad de servicio es de alguna manera distinta a las otras unidades del mismo servicio.

¹⁹ COBRA, Marcos. Marketing de Servicios

2.2. Empresas de Servicios

2.2.1. Concepto de Empresas de Servicios

Son organizaciones económicas y sociales que prestan un servicio destinado a satisfacer determinadas necesidades en la sociedad.

2.2.2. Características de las Empresas de Servicios

- En las organizaciones de servicios existe una fuerte orientación a costear con base en órdenes en lugar de procesos.
- Normalmente la materia prima no representa porcentajes significativos dentro del costo total como en las empresas manufactureras.
- El producto que se ofrece en las empresas de servicios no es tangible como el de las empresas manufactureras y comerciales.
- El principal insumo que se utiliza para proporcionar el servicio es el recurso humano.
- Los gastos indirectos de fabricación y en general los costos indirectos tienen cada día un papel más relevante en el total del costo de un producto o servicio.
- Cada orden de un cliente es un trabajo distinto, implica un conjunto de actividades diferentes con una cuenta o un número específico.
- El precio del servicio se determina antes de conocer el costo.
- En algunas áreas de servicios no hay productos similares, razón por la cual no se puede reducir el costo utilizado en el concepto de producción en serie²⁰.

²⁰ www.Monografias.com

2.2.3. Características de Empresas que brindan servicios similares

En la ciudad de Quito hay varias empresas que brindan servicios de mantenimiento y limpieza como una de ellas es la empresa SOLTOTAL S.A.

Soltotal S.A es una empresa especializada en servicios de mantenimiento y limpieza integral, limpieza especializada, mantenimiento general, servicios de mensajería y conserjería.

Los servicios que ofrece la empresa son:

Servicios de limpieza integral de oficinas, edificios, instalaciones industriales, centros de salud, supermercados, cines, teatros, domicilios, entre otros.

Servicios de limpieza de obras

Tratamiento de pisos: cristalización, abrillantamiento, encerado, entre otros

Mantenimiento integral o específico de edificios, condominios, casas oficinas, entre otros.

Servicios de conserjería y mensajería.

Limpieza, lavado y mantenimiento de alfombras, persianas.

Limpieza de vidrios interiores y exteriores.

Limpieza y mantenimiento de cisternas.

Servicios auxiliares como: electricidad, albañilería, fontanería, pintura entre otros.

En la ciudad de Quito existen varias empresas que se dedican a dar servicios de mantenimiento, limpieza y reparaciones, en el siguiente cuadro detallamos algunas de las cuales se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías.

CUADRO No 1

EMPRESAS DE MANTENIMIENTO DE LA CIUDAD DE QUITO

Nombre de la Compañía	Tipo de Compañía	Fecha de Constitución	Servicios Prestados
Biolimpieza	S.A	16-01-2009	Limpieza y mantenimiento de oficinas, edificios hospitales, locales, casas
Solimán	Cía. Ltda.	09-12-1998	
Ávila & Asociados	Cía. Ltda.	09-03-2007	Limpieza, mensajería, alimentación
Mainsolutions	S.A	27-10-2009	Mantenimiento de industria, comercios, edificios, unidades familiares.
Kitlimpia Mac Kalidad	Cía. Ltda.	30-12-2008	Limpieza, mantenimiento y renovación de muebles e inmuebles.

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: Diana Naranjo

2.2.4. Características del servicio que brindará la nueva empresa

La empresa de servicios de mantenimiento y reparaciones de los hogares tendrá como función ofrecer los siguientes servicios:

Servicio de plomería: arreglo de tuberías, canalizaciones, fugas de agua, entre otros.

Servicio de carpintería: arreglo y mantenimiento de muebles de sala, comedor, dormitorio, estantes, closets, modulares, etc.

Servicio de albañilería: arreglo y construcción de paredes, colocación de pisos, fachaletas, impermeabilización, etc.

Servicio de electricidad: realización de instalaciones eléctricas, cambio de cables.

2.3. BASE LEGAL Y ADMINISTRATIVA DE LA EMPRESA

En el Ecuador para la creación y funcionamiento de una empresa existen varias instituciones que norman su funcionamiento así como establecen ciertos parámetros que deben cumplir para su puesta en marcha.

Entre estas tenemos:

- SRI (Servicio de Rentas Internas)
- La Superintendencia de Compañías
- Municipios

2.3.1. Servicio de Rentas Internas

Misión: Promover y exigir el cumplimiento de las obligaciones tributarias en el marco de principios éticos y legales, para asegurar una efectiva recaudación que fomente la cohesión social.

Visión: Ser una institución que goce de confianza y reconocimiento social por hacerle bien al país.

Hacer bien al país por nuestra transparencia, modernidad, cercanía y respeto a los derechos de los ciudadanos y contribuyentes.

Hacer bien al país porque contamos con funcionarios competentes, honestos, comprometidos y motivados.

Hacer bien al país por cumplir a cabalidad la gestión tributaria, disminuyendo significativamente la evasión, la elusión y el fraude fiscal.

El Servicio de Rentas Internas (SRI) es la entidad que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por la Ley.

Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país para incrementar el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias de los contribuyentes.

El SRI tiene como filosofía fomentar la cultura tributaria en la sociedad ecuatoriana y consolidar la participación de los impuestos administrados por la institución en el financiamiento de Presupuesto General del Estado, mediante la prestación de servicios de calidad al ciudadano a fin de lograr el correcto cumplimiento de sus obligaciones.

En nuestro país son contribuyentes tanto los individuos como las empresas, organizaciones o instituciones.

Los tipos de contribuyentes son:

Personas naturales: Son todos los individuos nacionales y extranjeros que realizan actividades económicas en nuestro país y cuyos ingresos o capital son mayores a los establecidos por el Servicio de Rentas Internas.

Personas jurídicas: Son las sociedades, este grupo comprende a todas las instituciones del sector público, a las personas jurídicas bajo control de la Superintendencia de Compañías y de Bancos, las organizaciones sin fines de lucro, los fideicomisos mercantiles, las sociedades de hecho y cualquier patrimonio independiente del de sus miembros.

Las obligaciones tributarias de los contribuyentes que establece la Ley son las siguientes:

Obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC): Este registro acredita a la persona oficialmente para que pueda realizar una actividad económica de manera legal.

El RUC debe obtenerse al iniciar una actividad económica en un plazo máximo de 30 días hábiles de haber iniciado la actividad económica.

Impresión y Emisión de comprobantes de ventas: Por todo pago obtenido al realizar una transacción comercial, es obligación de los contribuyentes emitir un comprobante de venta; este documento sirve de registro de los bienes o servicios comprendidos en una venta u otra operación de comercio para llevar su cuenta detallada, con expresión de número, peso o medida, cantidad, valor o precio y carga tributaria.

Para la impresión de los comprobantes el contribuyente deberá acercarse al SRI con su RUC y solicitar la impresión de los comprobantes en las imprentas autorizadas por el SRI.

Registro de Ingresos y Gastos: Las personas naturales no están obligadas a llevar contabilidad sino deben tener un registro de ingresos y gastos.

Las personas jurídicas deben llevar contabilidad desde el inicio de sus actividades y deben llevar un archivo en orden cronológico y secuencial por un período de 7 años que es el tiempo en el cual prescribe la obligación tributaria.

Presentar sus declaraciones: Los contribuyentes deberán presentar sus declaraciones sobre el impuesto al valor agregado (IVA) y el impuesto a la renta.

Requisitos para obtener el RUC

Personas naturales

- Presentar el original y copia de la cédula de identidad, ciudadanía o pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

Personas jurídicas o sociedades

- Formulario 01A y 01B
- Escrituras de constitución
- Nombramiento del representante legal o agente de retención

- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del representante legal o agente de retención
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal o agente de retención
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo

2.3.2. Superintendencia de Compañías

Misión: Fortalecer, promover y controlar el desarrollo confiable y transparente de la actividad societaria y del mercado de valores a través de adecuados sistemas de regulación, control y servicios.

Visión: Ser una institución líder, altamente técnica e innovadora que contará con mecanismos modernos de asesoría, supervisión y control eficientes que promuevan el desarrollo societario y del mercado de valores.

La Superintendencia de Compañías en el Ecuador establece que existen diferentes formas para constituir empresas en el Ecuador.

Actualmente en el Ecuador existen los siguientes tipos de asociaciones comerciales:

- Compañías en nombre colectivo
- Compañías de economía mixta
- Compañías en comandita simple y dividida por acciones
- Compañías de responsabilidad limitada
- Compañías anónimas

2.3.2.1. Compañía de Responsabilidad Limitada

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos personas como mínimo y máximo quince personas, cuyos socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o nombre de la empresa a la que se añadirá las palabras Compañía Limitada con su correspondiente abreviación”.²¹

Los requisitos para la constitución de estas compañías son:

Solicitud del nombre: En esta especie de compañías el nombre puede consistir en una denominación objetiva o de fantasía, o puede constituirse en una razón social y debe ser aprobado por la Secretaria General de la oficina matriz de la Superintendencia de Compañías.

Solicitud de Aprobación: La presentación al Superintendente de Compañías o a su delegado de tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, a la que se adjuntará la solicitud suscrita por abogado, requiriendo la aprobación del contrato constitutivo.

Número de Accionistas: La compañía deberá constituirse con dos socios como mínimo y 15 como máximo, ya que si excediera este número durante toda su existencia jurídica deberá transformarse en otro tipo de Compañía.

Capital: El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios que no será inferior al monto fijado por la Superintendencia de Compañías.

²¹ Ley de Compañías. Art 92

El capital mínimo con que ha de constituirse es de \$ 400 dólares, deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en un 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses.

Las aportaciones pueden ser en numerario (dinero) o en especies (bienes muebles o inmuebles).

Afiliaciones: Afiliaciones previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañías:

A la Cámara de la Construcción: En el caso de que la compañía vaya a operara en el sector de la construcción.

Afiliaciones previas a la obtención de la inscripción de la escritura constitutiva y de su resolución aprobatoria en el Registro Mercantil.

A la Cámara de Comercio: En caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier actividad comercial es indispensable obtener la afiliación a la respectiva Cámara de Comercio, según prescribe el Art 13 de la Ley de Cámaras de Comercio.

Elección de la Forma Jurídica

La tarea de escoger el tipo de empresa que se pretende formar, depende de los objetivos del empresario y de una serie de criterios que se detallan a continuación:

- Número de socios
- Capital mínimo
- Desembolso funcional
- Responsabilidad ante terceros

- Trámites de formalización
- Régimen Fiscal
- Régimen de Seguridad Social

2.3.3. Trámite para formar una Empresa

Solicitud del nombre

La solicitud del nombre se lo hace directamente en la Superintendencia de Compañías o en su página web www.supercias.gov.ec en el cual puede confirmar el nombre y la superintendencia lo revisa en 72 horas, para luego iniciar con el trámite de constitución de la compañía.

Presentación de la Minuta

LA minuta debe ser llenada y presentada en la Superintendencia de Compañías, cuya revisión dura aproximadamente 10 días.

Emisión del Oficio

Luego de revisar la minuta la Superintendencia emite un oficio de aprobación.

Elaboración de la Escritura

Consiste en elevar una minuta a escritura pública, los documentos necesarios para la elaboración de la minuta son:

- Cédula de identidad y certificado de votación de los comparecientes
- Una minuta elaborada por un profesional del derecho

Luego con esta documentación se presenta ante un notario, quien protocoliza la documentación, para que sea un documento válido y finalmente se registra en el Registro de la Propiedad.

En la escritura pública deberá constar:

- Los nombres apellidos y estado civil de los socios si fueran personas naturales y denominación objetiva o razón social si fueran personas jurídicas y finalmente la nacionalidad y domicilio.
- La denominación objetiva o razón social de la compañía
- El objeto social
- La duración de la compañía
- El domicilio de la compañía
- El importe del capital social con el número de participaciones en que estuviera dividido y el valor nominal de las mismas.
- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a estas y la parte del capital no pagado la forma y el plazo.
- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal.
- La forma de tomar resoluciones en la Junta General y el modo de convocarla y constituirla.

Revisión de la Escritura

La Superintendencia de Compañías revisa y corrige la escritura pública en un tiempo indefinido.

Afiliación a la Cámaras

Los pasos para obtener la afiliación a la Cámara de Comercio de Quito son:

a) Personas naturales

- Ecuatorianos
- Llenar la solicitud de afiliación
- Fotocopia de la cédula de ciudadanía
- Extranjeros
- Llenar la solicitud de afiliación
- Fotocopia del pasaporte
- Fotocopia del censo otorgado por migración

b) Personas jurídicas

- Llenar la solicitud de afiliación
- Fotocopia simple de la escritura de constitución de la empresa
- Fotocopia de la resolución de la Superintendencia de Compañías, en el caso de bancos o instituciones financieras la resolución de la Superintendencia de Bancos y en el caso de sociedades civiles o colectivas la sentencia de un juez-
- Fotocopia de la cédula o pasaporte del representante legal.

En el caso de apoderados será:

- Llenar la solicitud de afiliación

- Fotocopia de la escritura de poder conferido
- Fotocopia de la cédula o pasaporte

Adicionalmente a la presentación de estos documentos, el solicitante deberá cancelar una cuota de inscripción en la Cámara de Comercio.

Para las personas naturales el valor depende del capital que haya sido declarado para la afiliación.

Para las personas jurídicas el valor a cancelar depende del capital suscrito en las escrituras de constitución de la empresa.

El pago se lo realizará en efectivo o con cheque certificado a nombre de la Cámara de Comercio de Quito.

Luego de realizado el pago el solicitante queda inscrito como socio activo de la Cámara de Comercio.

A las personas naturales se les entrega un certificado que deberá ser legalizado ante un juez de lo civil y el certificado de afiliación, documentos que habilitan la petición de una matrícula de comercio en el Registro Mercantil.

A las personas jurídicas se les entrega un certificado de afiliación que les permite inscribirse en el Registro Mercantil.

Obtener Permisos Previos

Depende de la actividad de la empresa para obtener el permiso de los órganos de control.

Publicación en la Prensa

El extracto de la escritura se debe publicar en el medio en el medio de comunicación de mayor circulación local.

Patente Municipal

Es un comprobante de pago emitido por la Administración zonal correspondiente, por la cancelación anual del impuesto de patentes municipales y se grava a toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad comercial o industrial en el Distrito Metropolitano de Quito.

Registro Mercantil

Pasos a seguir para la inscripción en el Registro Mercantil:

Personas naturales

- Aprobación de un juez de lo civil de Pichincha, debe constar la notificación al Registrador Mercantil del Cantón Quito.
- Afiliación a la Cámara de Comercio de Quito
- Solicitud de Registro Mercantil
- Pagos al Municipio del Distrito Metropolitano de Quito y a la Junta de Defensa Nacional
- Adjuntar la copia de ciudadanía

Personas jurídicas

- Escritura de constitución de la empresa (mínimo tres copias)
- Pago de la patente municipal

- Exoneración del impuesto del 1 por mil de activos
- Publicación en la prensa del extracto de la escritura de constitución
- Certificado de afiliación a una de las Cámaras de la producción.

Presentación de Documentos para la Constitución

Luego de haber cumplido con los requisitos anteriores se debe presentar en la Superintendencia de Compañías los siguientes documentos:

- Periódico en el cual se presentó el extracto de la escritura (un ejemplar)
- Escritura luego de cumplir con lo dispuesto en la respectiva resolución aprobatoria de la escritura
- Copia de nombramientos del Gerente y Presidente inscritos en el Registro Mercantil
- Copia legible de la cédula de ciudadanía o pasaporte del Gerente y Presidente
- Formulario del RUC lleno, suscrito por el representante legal
- Copia legible de la factura del último pago de la luz
- Copia legible de la afiliación a la Cámara

Municipio del Distrito Metropolitano

Los permisos que otorgan el Municipio de Quito son:

- La patente municipal
- Permiso de Funcionamiento

Requisitos para obtener la patente municipal

Personas naturales

- Formulario de declaración del impuesto de patente original y copia

- RUC original y copia
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de carta de pago del impuesto predial del año en curso
- Formulario de categorización emitido por la oficina de Control Sanitario (para las actividades comerciales que requieran el permiso sanitario)
- Calificación artesanal (artesanos)

Personas jurídicas

- Formulario de declaración del impuesto de patentes, original y copia
- Escritura de constitución de la compañía original y copia
- Original y copia de la Resolución de la Superintendencia de Compañías
- Copias de la cédula de ciudadanía

El pago de la patente se lo realizará a partir del 2 de enero de cada año en la Administración Zonal correspondiente.

Permiso de Funcionamiento

Personas naturales

- Formulario único de licencia metropolitana de funcionamiento
- Copia del RUC
- Copia de cédula de ciudadanía
- Copia de papeleta de votación
- Informe de compatibilidad de uso de suelo

Personas jurídicas

Formulario único de licencia metropolitana de funcionamiento

- Copia del RUC
- Copia de cédula de ciudadanía del Representante Legal
- Copia de papeleta de votación del Representante Legal
- Copia de la escritura de constitución

Permiso Otorgado por el Cuerpo de Bomberos

Los requisitos para el permiso del Cuerpo de Bomberos son.

- Permiso otorgado por el Cuerpo de Bomberos previa inspección
- Instrucciones de cada elemento (insumo, material y equipo) que se utilice en los procesos de asistencia que aparecen en etiquetas y manuales de instrucciones.

Permiso Otorgado por la Dirección de Salud

Los requisitos para obtener el permiso de la Dirección de Salud son:

- Planilla de inspección
- Solicitud valorada del permiso de funcionamiento
- Licencia anual de funcionamiento
- Carnet de salud ocupacional (original y copia)
- Copia de la cédula del propietario o representante legal
- Copia de RUC del establecimiento
- Copia del certificado del Cuerpo de Bomberos

2.4. ACTA DE CONSTITUCION DE LA COMPAÑÍA LIMITADA
ESTATUTO SOCIAL DE LA EMPRESA “SOLPRACT SOLUCIONES
PRACTICAS DEL HOGAR” CIA LTDA

CAPITULO PRIMERO.- Denominación, Objeto Social, Nacionalidad, Duración y Domicilio de la Sociedad.

Artículo Uno.- DENOMINACIÓN.- La compañía se denominará “SOLPRACT SOLUCIONES PRÁCTICAS DEL HOGAR” Cía. Ltda. y podrá realizar todos los actos y contratos bajo esta denominación.

Artículo Dos.- OBJETO DE LA COMPAÑÍA.- El objeto social de la compañía comprende: Servicios de mantenimiento y reparaciones de los hogares. Para el cumplimiento de su objeto la compañía podrá establecer sucursales, en cualquier lugar de la República, así como la suscripción de toda clase de contratos permitidos por la Ley.

Artículo Tres.- NACIONALIDAD Y DOMICILIO.- La compañía es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal será la ciudad de Quito, pero podrá abrir sucursales en otras ciudades, sí así lo acordaré la Junta General de Socios.

Artículo Cuatro.- Duración.- El plazo de duración de la compañía será indefinida a partir la Inscripción de esta escritura pública en el Registro Mercantil.

CAPITULO SEGUNDO.- CAPITAL SOCIAL

Artículo Quinto.- CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía es de VEINTE Y NUEVE MIL CUATROCIENTOS CATORCE DOLARES (\$ 29.414) y se encuentra dividido en DOSCIENTAS NOVENTA Y CUATRO participaciones por un valor de \$ 100 dólares cada una.

Artículo Seis.- AUMENTO DEL CAPITAL.- El aumento del capital se lo hará mediante resolución de la Junta General de Socios y se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se efectuará: en numerario, en especies o por los demás medios previstos por la ley.

Artículo Siete.- DE LAS PARTICIPACIONES.- Todas las participaciones son de igual calidad. Las participaciones podrán transferirse por acto entre vivos.

CAPITULO TERCERO.- DEL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACION.-El gobierno y la administración de la Compañía se ejerce por la Junta General de Socios, el presidente y el gerente general según lo establecido por la Ley de Compañías vigente.

Artículo Ocho.- NORMA GENERAL

Artículo Nueve.- DE LA JUNTA GENERAL.-La Junta General de Socios es el órgano supremo de la Compañía y está integrada por los socios legalmente convocados y reunidos en el número suficiente para formar quórum.

Artículo Diez.- INTEGRACION.-El capital social de la compañía es de VEINTE Y NUEVE MIL CUATROCIENTOS CATORCE DOLARES AMERICANOS (US \$ 29.414), dividido en doscientos noventa y cuatro aportaciones de CIEN DOLARES (\$100) cada una, el mismo que se encuentra suscrito y pagado de conformidad con el cuadro de integración siguiente:

CUADRO No 2

INTEGRACIÓN DEL CAPITAL SOCIAL

Nombre de los Socios	Número de Aportaciones en USD	Capital Suscrito en USD	Capital Pagado en USD
Jimmy Ocaña	7.353,5	7.353,5	7.353,5
Angel Ribadeneira	7.353,5	7.353,5	7.353,5
Mónica Benavides	7.353,5	7.353,5	7.353,5
Diana Naranjo	7.353,5	7.353,5	7.353,5
	29.414	29.414	29.414

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

CAPITULO CUARTO.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN DE LA COMPAÑÍA

Artículo Once.- DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.- En caso de disolución y liquidación de la compañía, asumirá las funciones de liquidador la persona o personas que la Junta General de Socios designe señalándose sus atribuciones y deberes.

CAPITULO III

3.1. ESTUDIO DE MERCADO

3.1.1. Definición.- “Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”²².

El estudio de mercado es el más importante para determinar la factibilidad de un proyecto, ya que nos permite cuantificar la demanda insatisfecha y el establecimiento de nuestro mercado objetivo.

3.1.2. Objetivos del Estudio de Mercado

- Establecer la demanda insatisfecha
- Determinar el mercado objetivo
- Establecer la demanda a futuro
- Cuantificar la oferta
- Establecer los precios y la comercialización

3.1.3. Definición del Producto

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluye entre otras cosas empaque, color, precio, calidad y marca, junto con los servicios y la reputación del vendedor”²³.

Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

²² BACA, U, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill Interamericana de México S.A. Tercera Edición.

²³ STANTON, William. Fundamentos de Marketing. Mc Graw Hill. Décima Edición.

El producto de este proyecto es el servicio de mantenimiento y reparaciones de los hogares, para lo cual es importante tomar en cuenta las necesidades y exigencias de los clientes en cuanto a calidad y servicios adicionales como valor agregado.

La empresa deberá enfocarse en la satisfacción de las necesidades de los clientes, para lo cual estará dirigido a todos los hogares que requieran cubrir ciertos requerimientos en sus hogares.

El servicio a ofrecer se basará en las siguientes especificaciones:

- Plomería
- Carpintería
- Albañilería
- Electricidad

3.1.4. Investigación de Mercado

La investigación de mercado incluye una serie de actividades que permita recabar la información necesaria para tomar decisiones con respecto a la empresa, producto o servicio.

Mediante la investigación de mercado se puede obtener datos importantes que nos permitirán analizar, interpretar y sacar conclusiones importantes para nuestro estudio.

3.2. Metodología para cuantificar la demanda

Debido a la falta de información y de datos reales para la realización del estudio de mercado y poder cuantificar la demanda insatisfecha, se aplicará la investigación de campo

a través de la aplicación de encuestas, para lo cual identificaremos el universo y el mercado objetivo.

3.2.1. La unidad de estudio

La unidad de estudio son todos los hogares de la ciudad de Quito de nivel socio-económico medio alto y alto.

3.2.2. Universo de estudio

El universo de estudio es el número de habitantes que existen en la ciudad de Quito, de acuerdo a las proyecciones realizadas en las estadísticas de Markov en el cual la población de Quito equivale a 1'599.361 habitantes.

Para nuestro proyecto el mercado objetivo es la población de ingresos medios y altos de la ciudad de Quito que equivale al 31,1% de la población total.

3.3. DISEÑO ESTADÍSTICO PARA LA PRUEBA

3.3.1. Diseño Estadístico para la Prueba

El tamaño de la muestra para la investigación se lo establecerá en base a una prueba piloto, que consiste en ejecutar 100 encuestas en distintos lugares de la ciudad de Quito.

3.3.2. Trabajo de Campo

El trabajo de campo que se llevó a cabo es la ejecución de las encuestas, las mismas que van a permitir recopilar toda la información necesaria para poner en marcha el proyecto.

3.3.3. Mercado Objetivo

El mercado objetivo está representado por el número de familias de nivel socio-económico medio y medio alto de la ciudad de Quito que es de 31.1% de la población según Markov.

3.3.4. Análisis de la Encuesta

La encuesta está dirigida a todos los hogares de la ciudad de Quito

Objetivo de la Encuesta

El objetivo de la encuesta es obtener información referente a las necesidades que existe en los hogares, así como la aceptación que tendría la creación de una nueva empresa.

CUADRO No 3

DISEÑO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA

Esta es una encuesta que tiene por objetivo obtener información referente a las necesidades que existen en los hogares, así como la aceptación que tendría la creación de una nueva empresa.

1. ¿Conoce empresas de servicios de mantenimiento y reparación de hogares que le den el servicio de plomería, albañilería, electricidad?

SI

NO

2. ¿Si se creará una nueva empresa de servicios de mantenimiento y reparaciones que le dé un servicio personalizado estaría Ud. dispuesto/a a contratarlo?

SI

NO

3. ¿En su hogar que tipo de servicios son los que más necesita?

Plomería	<input type="checkbox"/>	Albañilería	<input type="checkbox"/>	Electricidad	<input type="checkbox"/>
Carpintería	<input type="checkbox"/>	Pintura	<input type="checkbox"/>	Acabados	<input type="checkbox"/>
Otros	<input type="checkbox"/>				

Cuáles.....

4. ¿Con qué frecuencia ha tenido la necesidad de solicitar el servicio personalizado de mantenimiento y reparaciones?

Anualmente	<input type="checkbox"/>	Semestralmente	<input type="checkbox"/>
Trimestralmente	<input type="checkbox"/>	Mensualmente	<input type="checkbox"/>

5. Coloque en orden de importancia los siguientes factores que le permitirán decidir la contratación de un proveedor de servicios de mantenimiento y reparaciones

1. Puntualidad	<input type="checkbox"/>	3. Calidad	<input type="checkbox"/>
2. Garantía	<input type="checkbox"/>	4. Precio	<input type="checkbox"/>

6. Qué exigiría del servicio

Calidad	<input type="checkbox"/>	Costo	<input type="checkbox"/>
Garantías	<input type="checkbox"/>	Otros	<input type="checkbox"/>

Cuales.....

7. ¿A más de los servicios mencionados le gustaría que la empresa le brinde otro tipo de servicios?

SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
----	--------------------------	----	--------------------------

Cual.....

8. Cuánto estaría dispuesto a pagar, señale la opción correspondiente

1. 20 a 40
2. De 41 a 60
3. De 61 a 80
4. Más de 80

3.3.5 Tabulación de las Encuestas

Las encuestas se proceden a tabular en el Software SPSS versión 17.0, en donde se van a ingresar los datos obtenidos en las encuestas y el programa se encarga de tabular la información.

El programa emite los resultados en frecuencias y porcentajes, además podemos graficar la información obtenida.

PREGUNTA # 1

¿Conoce empresas de mantenimiento y reparación de hogares que le den el servicio de plomería, albañilería, electricidad?

CUADRO No 4

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid Si	39	39.0	39.0	39.0
No	61	61.0	61.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Elaborado por: Diana Naranjo

GRAFICO No 1



Elaborado por: Diana Naranjo

Interpretación

Al realizar el estudio de mercado se puede identificar que la mayor parte de la población no tiene conocimiento sobre la existencia de empresas de servicios de mantenimiento y reparaciones de hogares, esto representa el 61% por lo que es un mercado que se deberá explorar; mientras que el 39% de la población si tiene conocimiento de estas empresas y muchos de los cuales han obtenido el servicio.

PREGUNTA # 2

¿Si se creará una nueva empresa de servicios de mantenimiento y reparaciones que le dé un servicio personalizado estaría Ud. dispuesto a contratarlo?

CUADRO No 5

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid Si	90	90.0	90.0	90.0
No	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Elaborado por: Diana Naranjo

GRAFICO No 2



Elaborado por: Diana Naranjo

Interpretación

Con el resultado obtenido se determina que la empresa sí lograría la aceptación del mercado ya que el 90% de los encuestados si estarían dispuestos a contratar el servicio, y sólo un 10% no lo haría.

PREGUNTA # 3

¿En su hogar que tipo de servicios son los que más necesita?

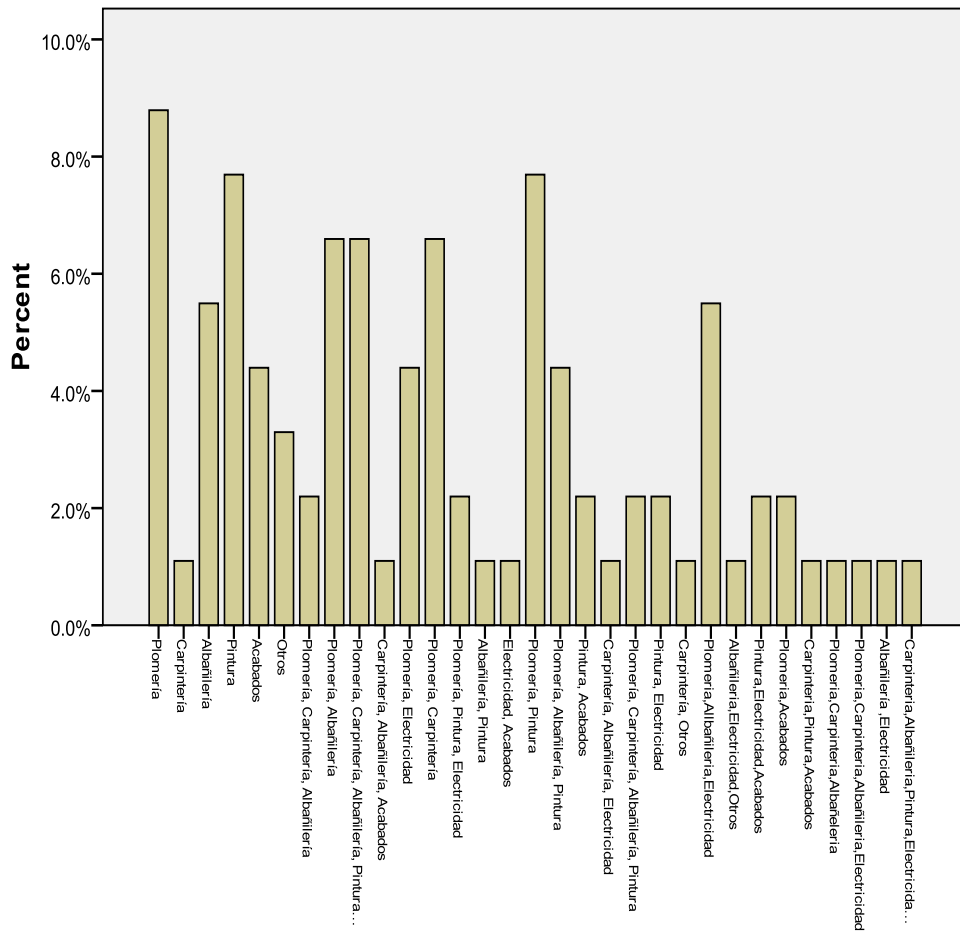
CUADRO No 6

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Va Plomería	8	8.0	8.8	8.8
lid Carpintería	1	1.0	1.1	9.9
Albañilería	5	5.0	5.5	15.4
Pintura	7	7.0	7.7	23.1
Acabados	4	4.0	4.4	27.5
Otros	3	3.0	3.3	30.8
Plomería, Carpintería, Albañilería	2	2.0	2.2	33.0
Plomería, Albañilería	6	6.0	6.6	39.6
Plomería, Carpintería, Albañilería, Pintura, Electricidad, Acabados	6	6.0	6.6	46.2
Carpintería, Albañilería, Acabados	1	1.0	1.1	47.3
Plomería, Electricidad	4	4.0	4.4	51.6
Plomería, Carpintería	6	6.0	6.6	58.2
Plomería, Pintura, Electricidad	2	2.0	2.2	60.4
Albañilería, Pintura	1	1.0	1.1	61.5
Electricidad, Acabados	1	1.0	1.1	62.6
Plomería, Pintura	7	7.0	7.7	70.3
Plomería, Albañilería, Pintura	4	4.0	4.4	74.7
Pintura, Acabados	2	2.0	2.2	76.9
Carpintería, Albañilería, Electricidad	1	1.0	1.1	78.0
Plomería, Carpintería, Albañilería, Pintura	2	2.0	2.2	80.2
Pintura, Electricidad	2	2.0	2.2	82.4
Carpintería, Otros	1	1.0	1.1	83.5
Plomería,Albañilería,Electricidad	5	5.0	5.5	89.0

Albañilería,Electricidad,Otros	1	1.0	1.1	90.1
Pintura,Electricidad,Acabados	2	2.0	2.2	92.3
Plomería,Acabados	2	2.0	2.2	94.5
Carpintería,Pintura,Acabados	1	1.0	1.1	95.6
Plomería,Carpintería,Albañilería	1	1.0	1.1	96.7
Plomería,Carpintería,Albañilería,Electricidad	1	1.0	1.1	97.8
Albañilería ,Electricidad	1	1.0	1.1	98.9
Carpintería,Albañilería,Pintura,Electricidad,Acabados	1	1.0	1.1	100.0
Total	91	91.0	100.0	
Mi System	9	9.0		
ssi				
ng				
Total	100	100.0		

Elaborado por: Diana Naranjo

GRÁFICO No 3



Elaborado por: Diana Naranjo

Interpretación

Con el análisis de esta pregunta se determina que los servicios que más requieren las personas son: plomería, albañilería, pintura, electricidad: que serán los servicios que brindará la empresa a sus clientes al inicio del negocio, posteriormente podrá crear nuevos servicios de acuerdo a las necesidades de la sociedad.

PREGUNTA # 4

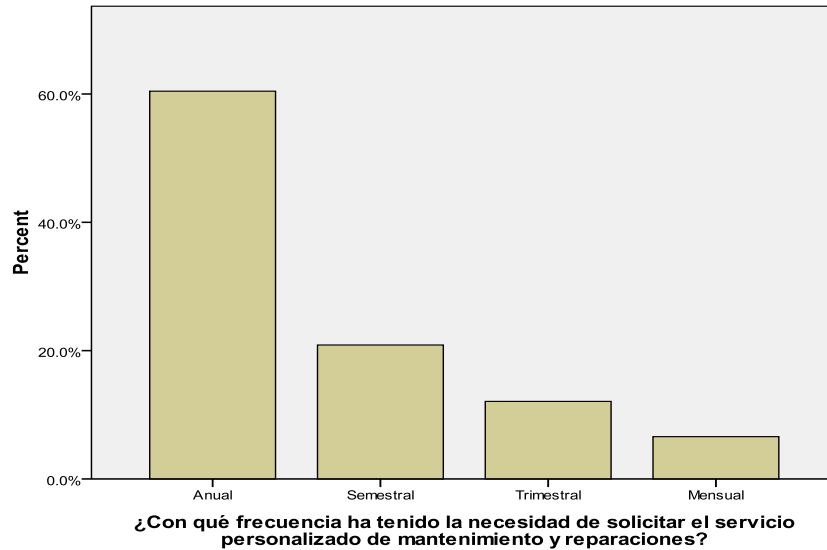
¿Con qué frecuencia ha tenido la necesidad de solicitar el servicio personalizado de mantenimiento y reparaciones?

CUADRO No 7

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Anual	55	55.0	60.4	60.4
	Semestral	19	19.0	20.9	81.3
	Trimestral	11	11.0	12.1	93.4
	Mensual	6	6.0	6.6	100.0
	Total	91	91.0	100.0	
Missing	System	9	9.0		
Total		100	100.0		

Elaborado por: Diana Naranjo

GRAFICO No 4



Elaborado por: Diana Naranjo

Interpretación

La frecuencia con la que los clientes requerirán el servicio es en mayor porcentaje anualmente con el 55%, pero hay clientes que lo harán semestralmente lo que quiere decir que requerirán del servicio dos veces al año.

PREGUNTA # 5

Coloque en orden de importancia los siguientes factores que le permitirán decidir la contratación de un proveedor de servicios de mantenimiento y reparaciones

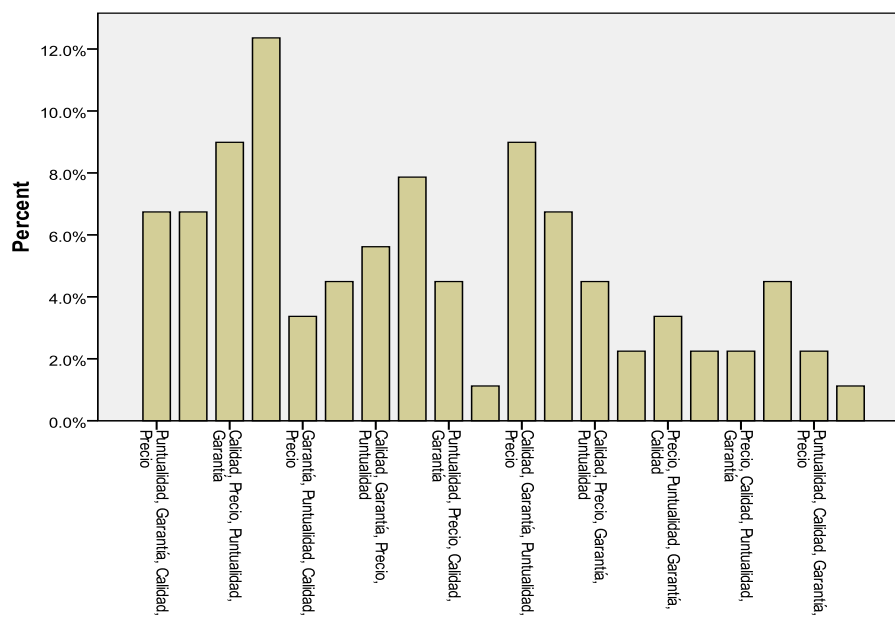
CUADRO No 8

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Puntualidad, Garantía, Calidad, Precio	6	6.0	6.7	6.7
	Puntualidad, Calidad, Precio, Garantía	6	6.0	6.7	13.5
	Calidad, Precio, Puntualidad, Garantía	8	8.0	9.0	22.5
	Garantía, Calidad, Puntualidad, Precio	11	11.0	12.4	34.8
	Garantía, Puntualidad, Calidad, Precio	3	3.0	3.4	38.2
	Calidad, Puntualidad, Garantía, Precio	4	4.0	4.5	42.7
	Calidad, Garantía, Precio, Puntualidad	5	5.0	5.6	48.3
	Garantía, Calidad, Precio, Puntualidad	7	7.0	7.9	56.2
	Puntualidad, Precio, Calidad, Garantía	4	4.0	4.5	60.7
	Garantía, Precio, Puntualidad, Calidad	1	1.0	1.1	61.8
	Calidad, Garantía, Puntualidad, Precio	8	8.0	9.0	70.8
	Precio, Calidad, Garantía, Puntualidad	6	6.0	6.7	77.5
	Calidad, Precio, Garantía, Puntualidad	4	4.0	4.5	82.0
	Garantía, Precio, Calidad, Puntualidad	2	2.0	2.2	84.3
	Precio, Puntualidad, Garantía, Calidad	3	3.0	3.4	87.6

Calidad, Puntualidad, Precio, Garantía	2	2.0	2.2	89.9
Precio, Calidad, Puntualidad, Garantía	2	2.0	2.2	92.1
Precio, Garantía, Calidad, Puntualidad	4	4.0	4.5	96.6
Puntualidad, Calidad, Garantía, Precio	2	2.0	2.2	98.9
Puntualidad, Precio, Garantía, Calidad	1	1.0	1.1	100.0
Total	89	89.0	100.0	
Missing System	11	11.0		
Total	100	100.0		

Elaborado por: Diana Naranjo

GRAFICO No 5



Elaborado por: Diana Naranjo

Interpretación

Los factores más importantes que los encuestados consideran para contratar el servicio son: garantía, calidad, puntualidad y precio.

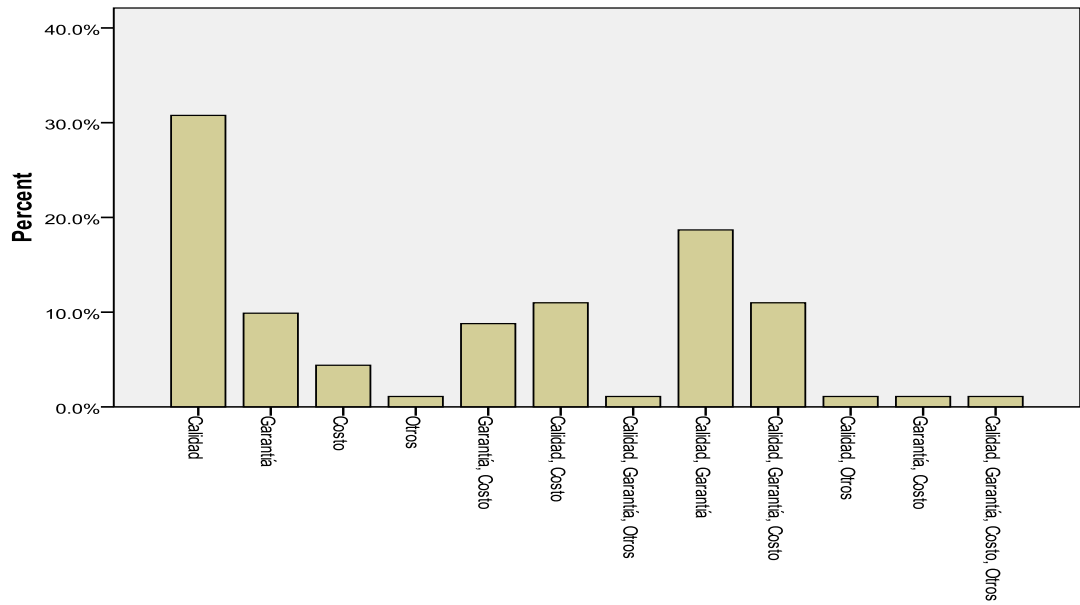
PREGUNTA # 6
¿Qué exigiría del servicio?

CUADRO No 9

		Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid	Calidad	28	28.0	30.8	30.8
	Garantía	9	9.0	9.9	40.7
	Costo	4	4.0	4.4	45.1
	Otros	1	1.0	1.1	46.2
	Garantía, Costo	8	8.0	8.8	54.9
	Calidad, Costo	10	10.0	11.0	65.9
	Calidad, Garantía, Otros	1	1.0	1.1	67.0
	Calidad, Garantía	17	17.0	18.7	85.7
	Calidad, Garantía, Costo	10	10.0	11.0	96.7
	Calidad, Otros	1	1.0	1.1	97.8
	Garantía, Costo	1	1.0	1.1	98.9
	Calidad, Garantía, Costo, Otros	1	1.0	1.1	100.0
	Total	91	91.0	100.0	
	Missing	System	9	9.0	
Total		100	100.0		

Elaborado por: Diana Naranjo

GRAFICO No 6



Elaborado por: Diana Naranjo

Interpretación

De acuerdo a los resultados podemos establecer que lo más importante para las personas que obtengan el servicio es la calidad y la garantía.

PREGUNTA # 7

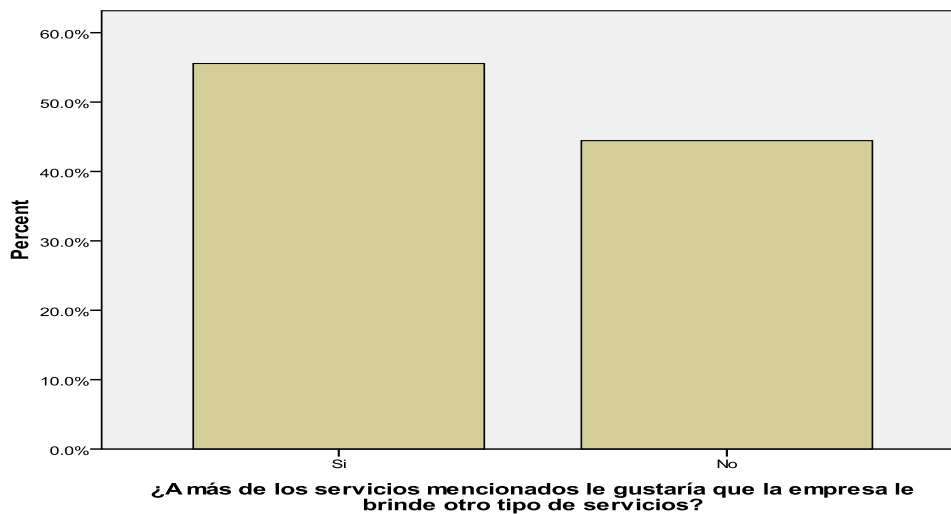
¿A más de los servicios mencionados le gustaría que la empresa le brinde otro tipo de servicios?

CUADRO No 10

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid Si	50	50.0	55.6	55.6
No	40	40.0	44.4	100.0
Total	90	90.0	100.0	
Missing System	10	10.0		
Total	100	100.0		

Elaborado por: Diana Naranjo

GRAFICO No 7



Elaborado por: Diana Naranjo

Interpretación

De acuerdo a los resultados obtenidos se determina que al 55.6% de los encuestados le gustaría que la empresa le preste otro tipo de servicios.

PREGUNTA # 8

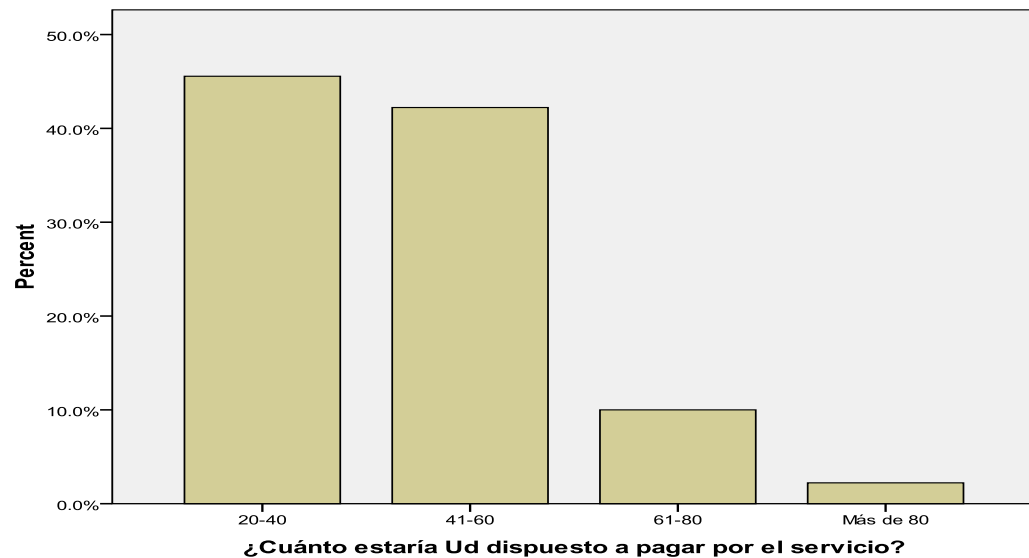
¿Cuánto estaría Ud. dispuesto a pagar por el servicio?

CUADRO No 11

	Frequency	Percent	ValidPercent	CumulativePercent
Valid 20-40	41	41.0	45.6	45.6
41-60	38	38.0	42.2	87.8
61-80	9	9.0	10.0	97.8
Más de 80	2	2.0	2.2	100.0
Total	90	90.0	100.0	
Missing System	10	10.0		
Total	100	100.0		

Elaborado por: Diana Naranjo

GRAFICO No 8



Elaborado por: Diana Naranjo

Interpretación

El costo que estarían dispuestos a pagar esta entre el rango de 40-60 dólares por el trabajo realizado que equivale al 11%.

3.4. ANALISIS DE LA DEMANDA DEL SERVICIO

3.4.1. Definición de Demanda

“Se puede definir a la demanda como la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad en un lugar geográfico específico, en un espacio de tiempo definido y a un precio determinado”.²⁴

El establecimiento de la demanda es uno de los pilares fundamentales en el estudio de mercado ya de de ello depende la viabilidad de un proyecto.

3.4.2. Cálculo de la Demanda

Para proyectar la demanda se lo hará mediante el Método Subjetivo, ya no se dispone de información histórica para establecer el comportamiento de la misma.

Se tomará la información obtenida de las fuentes primarias para lo cual se ejecutaron encuestas que permitieran determinar la futura demanda.

Mercado Objetivo

El mercado objetivo del proyecto es la población de nivel socioeconómico medio, medio-alto y alto que representa el 31.1% de la población de la ciudad de Quito.

Inferencia al Universo

Universo = 1'599.361

Miembros de la familia = 4

²⁴ BARRENO, Luis. Manual de Proyectos. UTE. 2010

Aplicamos la fórmula multiplicando el universo por el mercado objetivo y dividimos para los miembros de la familia y obtenemos el número de hogares. Así:

$$1'599.361 * 31,1\% = 497.401,27$$

$$497.401,27 / 4 = 124.350 \text{ hogares}$$

Del resultado obtenido en la pregunta #2 de la encuesta, en el que tendríamos un 90% de aceptación en el mercado vamos a obtener que nuestro mercado objetivo será.

$$124.350 * 90\% = 111.915 \text{ Hogares}$$

El resultado es que 111.915 hogares estarían dispuestos a contratar los servicios si se creará una nueva empresa.

Con el resultado obtenido en la pregunta # 3, podemos ir cuantificando nuestro mercado de acuerdo a las necesidades del servicio que equivale al 60% de la demanda insatisfecha que cubrirá la empresa en plomería, albañilería, pintura, electricidad que se obtiene de cada una de las respuestas que dieron nuestros encuestados de acuerdo al servicio que más necesitan en sus hogares.

$$111.915 * 60\% = 67.149 \text{ hogares}$$

Los 67.149 hogares a los que les brindaremos los servicios de: plomería, carpintería, albañilería, pintura, electricidad que son los servicios que más requieren las personas de nuestro estudio,

Con respecto a la pregunta # 4, nos permitirá establecer la frecuencia en la que nuestros futuros clientes van a requerir nuestros servicios.

CUADRO No12

Frecuencia	Porcentaje	No Hogares	Cantidad Frecuencia	Tiempo	Resultado
Anual	55%	67.149	36.932	1	36.932
Semestral	19%	67.149	12.758	2	25.517
Trimestral	11%	67.149	7.386	4	29.546
Mensual	6%	67,149	4.029	12	48.347
Mercado Potencial					140.342

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

De acuerdo a la pregunta # 8, con respecto al pago que estarían dispuestos a hacer hemos establecido que de nuestro mercado potencial por el porcentaje obtenemos lo siguiente:

$$140.342 * 11\% = 15.438 \text{ Clientes Potenciales}$$

De nuestro mercado potencial de 140.342 establecemos que sólo 15.438 son nuestros clientes potenciales y que estarían dispuestos a pagar entre 60 y 80 dólares.

Tamaño Optimo

Según las normas de proyectos para obtener el tamaño óptimo vamos a cubrir el 10% de nuestros clientes potenciales que sería:

$$15.438 * 10\% = \mathbf{1544 \text{ Tamaño Optimo}}$$

Los **1.544** representan la oferta máxima para la puesta en marcha de nuestro proyecto.

Para el primer año cubriremos el 60% de nuestros clientes y obtendremos:

$1.544 * 60\% = 926$ Clientes para el Primer año

Fórmula de la Tasa de Crecimiento

$$i = \sqrt[9]{\frac{1544}{926}} - 1$$

$$i = 0.058 \quad i = 5.84\%$$

Proyección de la Oferta del Proyecto

Para proyectar la demanda utilizaremos la fórmula del monto. La misma que se utiliza cuando la oferta y la demanda crece en función del crecimiento poblacional.

$$M = C * (1+i)^n$$

Donde

M= Dato inmediato posterior

C= Dato Base

i= tasa de crecimiento

Fórmula de la Tasa de Crecimiento

$$i = 5.84\%$$

$$M = 926 * (1+0,0584)^1$$

$$M = 980$$

CUADRO No 13

Proyección de la Oferta del Proyecto

AÑOS	OFERTA PROYECTADA
1	926
2	980
3	1037
4	1098
5	1162
6	1230
7	1302
8	1378
9	1458
10	1543

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Diana Naranjo

3.5. Plan de Marketing

Un plan de marketing ha de estar bien organizado y detallado para que sea fácil encontrar lo que se busca y no omitir información importante.

3.5.1. Análisis de la Situación Actual

La situación actual por la que atraviesa nuestro país poco a poco ha ido creando un ambiente de estabilidad económica permitiendo la inversión tanto nacional como internacional.

Es por ello que la creación de ésta nueva empresa permitirá competir con varias empresas del Ecuador, así como cubrir un gran nicho de mercado que necesita satisfacer ciertas necesidades en sus hogares.

3.5.2. Análisis del Mercado Objetivo

El mercado objetivo al cual estará dirigida la empresa es a hogares que tiene un nivel socio-económico medio, medio alto y alto de la ciudad de Quito.

Además el servicio también estará dirigido a empresas y negocios que requieran el servicio.

3.5.3. Marketing Mix

El marketing mix es una estrategia que gira en torno a cuatro factores principales en que las empresas poseen un control y pueden aplicar políticas, para lograr llegar a sus clientes y vender sus productos y servicios.

El marketing mix se basa en las 4 ps: producto, precio, plaza y promoción

3.5.4. Producto.

Definición del Producto

“Un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluye entre otras cosas empaque, color, precio, calidad y marca, junto con los servicios y la reputación del vendedor”.²⁵

Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea.

El producto de este proyecto es el servicio de mantenimiento y reparaciones de los hogares, para lo cual es importante tomar en cuenta las necesidades y exigencias de los clientes en cuanto a calidad y servicios adicionales como valor agregado.

La empresa deberá enfocarse en la satisfacción de las necesidades de los clientes, para lo cual estará dirigido a todos los hogares que requieran cubrir ciertos requerimientos en sus hogares.

El servicio a ofrecer se basará en las siguientes especificaciones:

- Plomería
- Carpintería
- Albañilería
- Electricidad

²⁵ STANTON, William. Fundamentos de Marketing. Mc Graw Hill. Décima Edición.

3.5.5. Precio

“El precio es la cantidad monetaria a que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio, cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

El precio es un factor importante dentro del marketing y el único que genera ingresos. Para la fijación de precios de un producto o servicio de una empresa se debe tomar en cuenta factores como: la demanda del producto, los precios de la competencia, las estrategias planeadas para otros elementos de la mezcla de marketing y el costo del producto.

Para establecer el precio que tendrán los servicios de la nueva empresa, se tomará como punto de análisis la encuesta y además se hará referencia al precio con que se manejan las empresas que ofrecen el mismo servicio y servicios similares.

Es por ello que se ha establecido como precio de referencia 60 dólares por obra como mínimo.

3.5.6. Plaza

“La plaza abarca todas las decisiones necesarias para hacer llegar el producto adecuado al lugar donde se desplaza el mercado meta. Un artículo no sirve de nada al cliente si no se encuentra disponible cuando éste lo necesite. Los productos llegan a los clientes a través de los canales de distribución. Un canal de distribución está formado por una serie de empresas(o individuos) que median entre los productores y el usuario o consumidor final”.

Canales de Distribución

En las empresas de servicios para diseñar un buen sistema de distribución se requiere de dos cosas importantes como son: los canales de distribución y contar con las instalaciones físicas para distribuir el servicio.

Los canales de distribución que utilizará la empresa es la distribución directa, que se utiliza para servicios ya que se lo hace directamente al usuario o consumidor final.

El ambiente físico influye mucho en la distribución del servicio, ya que al ser un bien intangible muchas de las personas se fijan en las instalaciones y en la forma en que se brinda el servicio.

3.5.7. Promoción

“La promoción es el elemento de la mezcla de marketing que sirve para informar, persuadir y recordar al mercado la existencia de un producto y su venta, con la esperanza de influir en los sentimientos, creencias o comportamientos, del destinatario”.

La promoción es básicamente un intento de influir en el público para que adquiriera un producto o servicio.

La promoción tiene como objetivo fomentar la demanda de un artículo, mediante métodos y estrategias publicitarias, dando a conocer las características, utilidades y beneficios del producto.

La empresa se promocionará mediante la venta personal, la publicidad y la promoción en los servicios.

Venta Personal

Se realizará la venta directa de los servicios mediante visitas a cada uno de los hogares de la ciudad.

Publicidad

Se utilizará todos los medios posibles que nos permitan posicionar a la empresa como una de las más solicitadas.

Promoción

La empresa ejecutará promociones mediante descuentos y bonificaciones a los clientes.

Relaciones Públicas

La empresa utilizará las relaciones públicas como una herramienta para introducir los servicios al mercado.

3.5.8. Post-Venta

Se mantendrá una base de datos de todos los clientes con el objeto de poder hacer seguimiento de los trabajos ejecutados así como ofrecer más y nuevos servicios.

También se instalará un buzón de sugerencias, para estar al tanto de las inquietudes de nuestros clientes y poder tomar acciones correctivas.

3.5.9. Estrategias de Marketing

Las estrategias de marketing para la nueva empresa son:

Venta Personal

Se realizará la venta directa puerta a puerta mediante visitas a los domicilios para dar a conocer la empresa y los servicios que ofrece.

Publicidad

Se diseñará la imagen corporativa de la empresa, con su nombre, el logotipo y un slogan.

Se elaborará hojas volantes para repartirla en lugares importantes.

Promociones

Se aplicará descuentos especiales y se elaborará paquetes especiales de ofertas para nuestros clientes.

Relaciones Públicas

Con el objetivo de dar a conocer la empresa se elaborará tarjetas de presentación con el nombre del gerente, el nombre de la empresa, los servicios y la dirección en la cual estará ubicada.

Además se creará una página Web que contendrá la siguiente información:

- Misión
- Visión
- Valores corporativos
- Objetivos institucionales
- Servicios que ofrece con todas sus especificaciones.

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Objetivos del Estudio Técnico

- Determinar la localización óptima de la empresa.
- Establecer el tamaño óptimo de la empresa físico y financiero.
- Determinar el requerimiento de maquinaria y equipo, las instalaciones físicas y la organización necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

4.2. Tamaño del Proyecto

“Es la capacidad de producción de los bienes o servicios en un período de operación definido”²⁶.

El tamaño del proyecto se definirá en función de los siguientes factores:

4.2.1. Demanda del Proyecto

La demanda es uno de los factores más importantes para determinar el tamaño de un proyecto.

De acuerdo al estudio de mercado, en donde se obtuvo como resultado de la encuesta realizada, que la creación de la empresa tendría un nivel de aceptación del 90% en el mercado.

De los 15.438 clientes potenciales la empresa estaría en capacidad de ofertar el 10% de estos clientes que sería 1.544 nuestro tamaño óptimo del proyecto.

²⁶ BARRENO, Luis. Manual de Proyectos. UTE.2010

Para la puesta en marcha del proyecto la empresa abarcará el 60% del mercado que equivaldría a 926 clientes para el primer año.

Es así que en nuestro estudio determinamos que si existe demanda por satisfacer, la cual será el primer año de 926 clientes y en el año diez de 1.543.

4.2.2. Disponibilidad de Mano de Obra

Por el nivel de desempleo que existe en el país y por la migración que se da del campo a la ciudad, la mano de obra no será un obstáculo ya que en toda la ciudad se puede encontrar albañiles, plomeros que buscan un lugar de trabajo.

En el Ecuador existen un alto de índice de mano de obra semicalificada que no tienen puestos de trabajo, es por ello que si hay disponibilidad de mano de obra.

4.2.3. Disponibilidad de Tecnología y Equipos

En el Ecuador si existen disponibilidad de tecnología y equipos necesarios para cada uno de los servicios que vamos a ofertar a nuestros futuros clientes.

Los equipos principales para pone en marcha la empresa son:

- Compresor
- Taladro
- Amoladora
- Escalera metálica
- Llaves de tubo
- Lijadora

4.2.4. Financiamiento

El financiamiento es uno de los factores primordiales que permitirá poner en marcha el proyecto ya que sin recursos económicos no será posible hacerlo.

El proyecto será financiado el 31% con recursos propios que provendrán de los aportes de los socios y el 69% con recursos ajenos que se lo hará en una institución financiera.

4.2.5. La Organización

La parte organizacional es muy importante para el buen funcionamiento del proyecto, es por eso que se trabajará con un equipo que se sienta parte de la empresa, para lo cual no se impondrá escalas jerárquicas y así de esta manera se estará dando confianza, iniciativa y espontaneidad en todas las actividades que se realicen en la empresa.

Una vez que se han analizado cada uno de los factores y ninguno de ellos ha sido un limitante para el tamaño propuesto, este será de 1544 clientes.

4.3. Localización del Proyecto

“La localización del proyecto tiene por objetivo analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social.²⁷

Para poder ubicar y ejecutar un proyecto es de vital importancia seleccionar el lugar más adecuado, para lo cual se debe tomar en cuenta las áreas de mayor desarrollo y crecimiento

²⁷ [http://www.mailxmail.com/proyectos de inversión](http://www.mailxmail.com/proyectos-de-inversion)

de la ciudad, así como factores importantes como el transporte, la disponibilidad de mano de obra, el mercado, etc.

4.3.1. Macro localización

La macro localización se refiere a la primera aproximación de la localización, es determinar la región más grande de localización.

Para la macro localización se consideran aspectos generales como: económicos, sociales, culturales.

Es por ello que se ha determinado ubicar el proyecto en:

País: Ecuador

Provincia: Pichincha

Cantón: Quito

4.3.2. Micro localización

La micro localización es realizar un análisis exhaustivo de la zona para establecer el lugar específico del proyecto.

Para la micro localización se utilizará el Método Cualitativo por puntos, que consiste en comparar cuantitativamente los diferentes lugares en donde se ubicara la empresa.

4.3.2.1. Factores para determinar la micro localización del proyecto

Los factores más importantes que se consideraron para la micro localización de la empresa son:

- Costo y disponibilidad del terreno
- Costo y disponibilidad de mano de obra
- Costo y disponibilidad de transporte
- Cercanía al mercado

Para poder seleccionar el lugar más apropiado donde estará ubicada la empresa utilizaremos una escala del 1 al 10 para ponderar los parámetros.

CUADRO No 14

MICROLOCALIZACION DEL PROYECTO

FACTORES PREPONDERANTES	PESO%	SECTOR NORTE		SECTOR SUR		SECTOR VALLES	
		CALIFICACION	PONDERACION	CALIFICACION	PONDERACION	CALIFICACION	PONDERACION
Costo y disponibilidad terreno	0.50	5	2.50	8	4.00	6	3.00
Costo y disponibilidad mano de obra	0.30	6	1.80	9	2.70	4	1.20
Costo y disponibilidad de transporte	0.20	8	1.60	8	1.60	8	1.60
			5.90		8.30		5.80

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: Diana Naranjo

De acuerdo a la aplicación de este método se ha obtenido como resultado que la ubicación en donde estará la empresa será en el Sur de Quito ya que hemos obtenido una mayor puntuación y es un sector en el que existe un gran crecimiento.

4.4. Ingeniería del Proyecto

El objetivo de la ingeniería del proyecto es resolver todo lo que se refiere a instalación y funcionamiento de la planta.

Aquí se describirá el proceso de producción, la adquisición del equipo y la maquinaria, la distribución de la planta y su estructura organizacional.

4.4.1. Capacidad de las Operaciones

La empresa estará en capacidad de atender a 926 clientes al año, lo cual quiere decir que se atenderá de 3 a 4 domicilios diarios, pudiendo ser más de acuerdo al requerimiento del mercado.

4.4.2. Infraestructura

La infraestructura es el espacio físico en donde se prestará el servicio, para lo cual se dispondrá de un terreno de 200 m en donde se realizará la construcción de la empresa en los 200 m.

4.4.3. Distribución de las Instalaciones

Con la finalidad de facilitar el desarrollo eficiente de las actividades tanto administrativas como el servicio en sí, las instalaciones se distribuirán de la siguiente manera:

- Oficina de Gerencia General
- Recepción y Sala de Espera
- Oficina para Contabilidad
- Oficina de Supervisión
- Sala de Juntas y Capacitación
- Bodega
- Baños
- Parqueaderos

4.4.4. Maquinaria y Equipos

Para el servicio que se va a ofrecer no se requiere de grandes maquinarias, sino de herramientas que las podemos conseguir en cualquier ferretería ya que si hay disponibilidad de productos en la ciudad.

4.4.5. Muebles y Enseres

Son artículos indispensables para el normal funcionamiento del área administrativa y para la comodidad de todo el personal de la empresa, estos constituyen el activo fijo de la empresa y tienen una vida útil de 10 años.

4.4.6. Recurso Humano

Para la puesta en marcha de la empresa se requerirá del siguiente personal:

- Gerente General
- Secretaría Contadora
- Vendedor
- Supervisor
- Bodeguero
- Operarios

Los pagos para el personal administrativo serán mensuales con todos los beneficios de ley.

4.4.7. Flujograma del Proceso de Servicio de Mantenimiento y Reparaciones

4.4.7.1. Descripción del Servicio

El proceso inicia con la visita al cliente, la llamada telefónica o la visita personal del cliente en donde se le informará sobre la empresa y los servicios disponibles, el personal, horarios de trabajo, como se realiza el trabajo, los materiales y finalmente la parte económica.

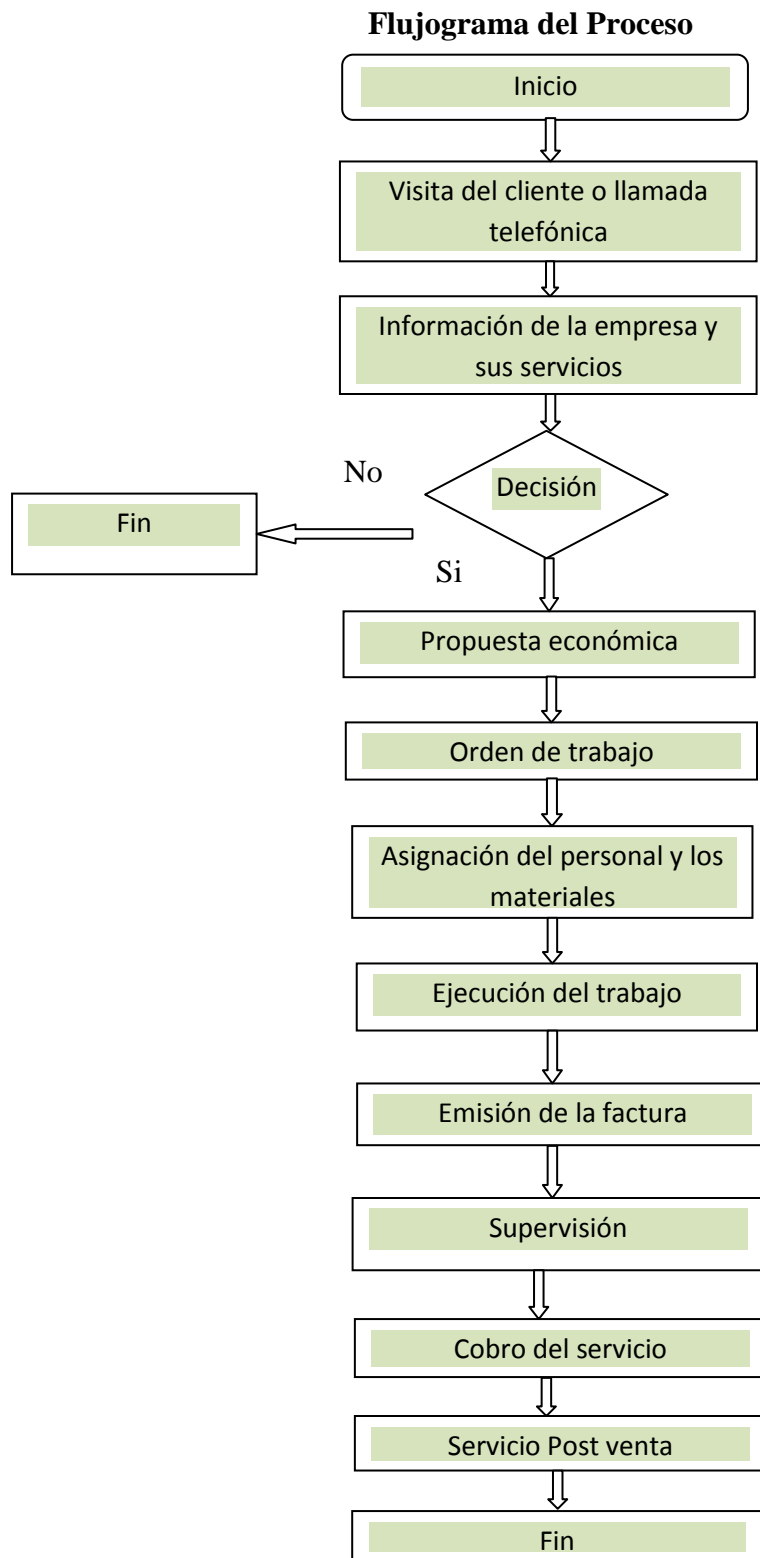
Si el cliente está de acuerdo se procederá a realizar una orden de trabajo, en donde se describirá el trabajo a realizar, las personas que lo llevaran a cabo, los materiales a utilizar, el tiempo estimado de trabajo y el costo del servicio a realizar.

Luego de ejecutado el servicio se procederá a elaborar la factura que será emitida por el vendedor, la cual estará legalmente elaborada y en donde se detallará los datos del cliente, los materiales utilizados y el costo del servicio.

Finalmente se realizará la supervisión del trabajo ejecutado y el cobro de la factura emitida el cual se lo hará de contado en efectivo o cheque y se creará la base de datos incluyéndolo como cliente y se hará una llamada al cliente para verificar que quedó satisfecho con el servicio prestado.

GRÁFICO No 9

FLUJOGRAMA DEL PROCESO



4.5. Propuesta de la Organización

La estructura de la empresa será Líneo-Funcional debido a que el organigrama de la empresa está formado por líneas verticales y se caracteriza por la autoridad y la división del trabajo

4.5.1. Introducción del Organigrama de Posición

El organigrama de posición de la empresa fue elaborado de acuerdo a los requerimientos de la misma, definiendo un nivel institucional, nivel intermedio y nivel operacional.

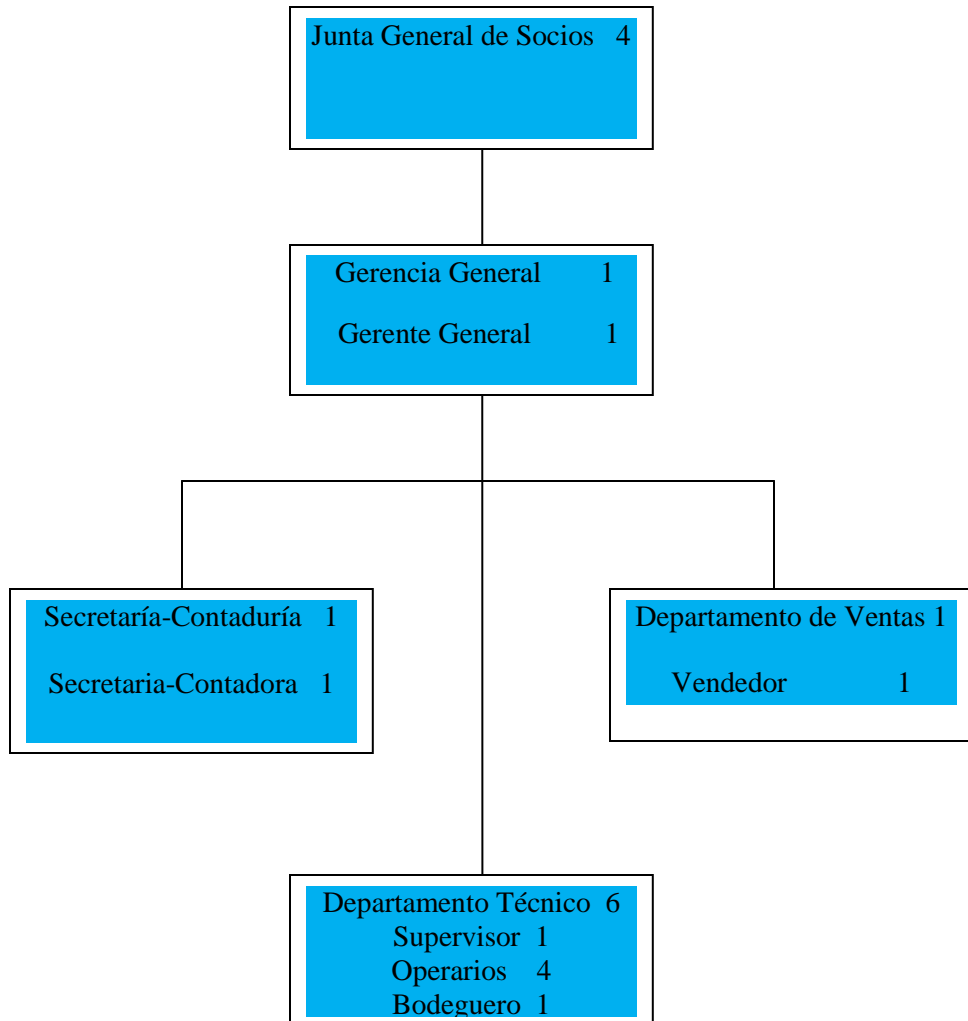
En el nivel institucional se encuentra la Junta General de Socios y el Gerente General que son la máxima autoridad de la empresa y se encargarán del correcto funcionamiento de la misma.

En el nivel intermedio estará la Secretaria-Contadora y el Vendedor que se encargarán de la parte financiera y de las ventas de la empresa.

Finalmente en el nivel operacional estarán los operarios encargados de ejecutar el servicio el supervisor que realizará las actividades de supervisión de los servicios ejecutados y el bodeguero que se encargará del manejo de los materiales y herramientas de la empresa.

GRÁFICO No 10

ORGANIGRAMA DE POSICIÓN



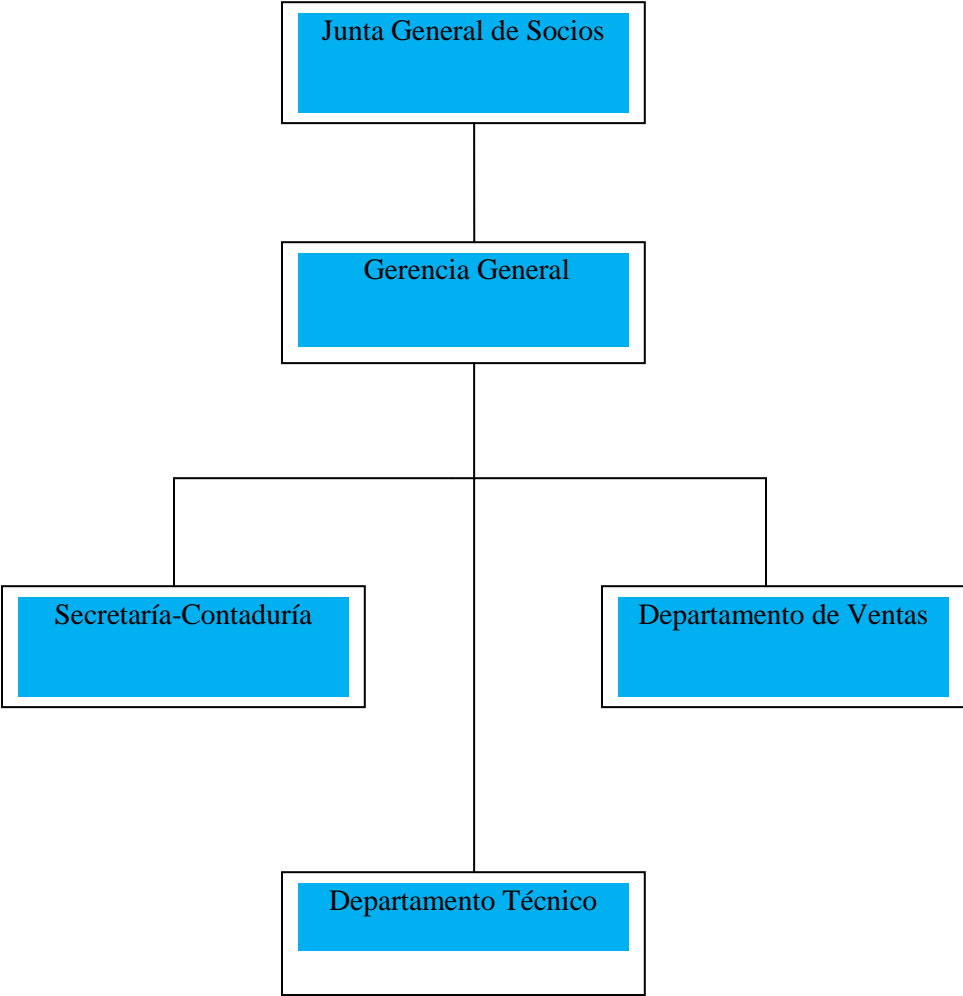
Fuente: Diseño Propio

Elaborado por: Diana Naranjo

El total de personal que laborará en la empresa es de 13 personas.

4.5.2. Organigrama Estructural

GRAFICO No 11
ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL

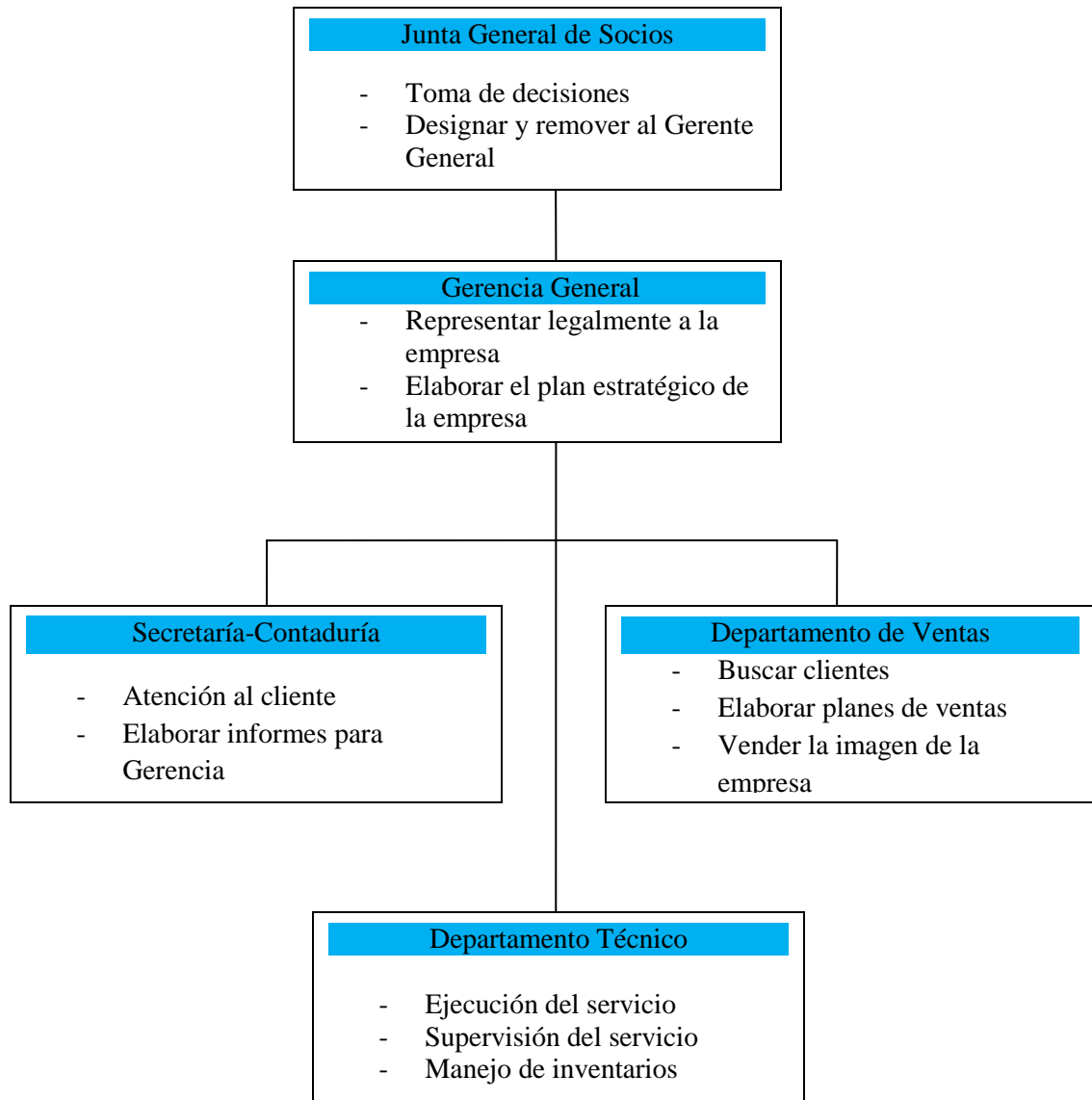


Fuente: Diseño Propio
Elaborado por: Diana Naranjo

4.5.3. Organigrama Funcional

GRAFICO No 12

ORGANIGRAMA FUNCIONAL



Fuente: Diseño Propio
Elaborado por: Diana Naranjo

4.5.4. Estructura Funcional por Cargo

Junta General de Socios

Es el órgano de mayor jerarquía dentro de la empresa, está representada por los socios.

Funciones

- Designar y remover a los gerentes o administradores
- Aprobación de los balances de la empresa
- Establecer la forma de reparto de utilidades
- Aumentar el capital social de la empresa
- Decidir sobre el ingreso o aceptación de nuevos socios
- Tomar decisiones

Gerente General

Es la máxima autoridad de la empresa luego de la Junta General de Socios.

Funciones

- Representar legalmente a la empresa
- Presidir las sesiones de la Junta General de Accionistas
- Elaborar un plan estratégico de la empresa
- Elaborar el presupuesto de la empresa
- Cumplir y hacer cumplir los reglamentos de la empresa
- Contratar al personal
- Tomar decisiones

Requisitos

- Título de Ingeniero en Administración de Empresas o áreas afines
- Edad comprendida entre 35 y 40 años
- Experiencia laboral mínimo dos años en el cargo
- Sexo sin importancia
- Que resida en la ciudad de Quito
- Conocimientos en administración, finanzas, relaciones humanas
- Trabajo bajo presión, criterio definido, disciplinado, facilidad para relacionarse con las personas

Secretaria-Contadora

Es la persona encargada de dar a conocer la empresa recibir a los clientes y llevar las finanzas de la empresa.

Funciones

- Atender a los clientes
- Brindar información
- Manejo de archivos
- Manejo de agenda del Gerente General
- Receptar ordenes de los clientes
- Recibir y entregar información
- Elaborar informes para el Gerente General
- Llevar la contabilidad

- Manejo de inventarios
- Elaboración del rol de pagos

Requisitos

- Título de Secretariado con conocimientos de contabilidad y manejo de programas n como excell, word, programas contables.
- Edad entre los 25 y 35 años
- Experiencia laboral mínimo un año en el cargo o cargos afines
- Preferentemente sexo femenino
- Conocimientos de computación, contabilidad, relaciones humanas y atención al cliente
- Trabajo bajo presión, criterio definido, facilidad para relacionarse

Supervisor

Sera la persona encargada de verificar el cumplimiento de las actividades del personal operativo

Funciones

- Manejo de ordenes de trabajo
- Entrega de facturas a clientes
- Control de personal operativo
- Supervisar cada uno de los trabajos ejecutados

Requisitos

- Título mínimo bachiller
- Edad entre los 25 y 40 años
- Experiencia laboral mínimo un años en trabajos similares
- Sexo masculino
- Conocimientos de plomería, albañilería y otros servicios
- Facilidad para relacionarse, disciplinado, responsable

Operarios

Serán las personas encargadas de ejecutar el servicio

Funciones

- Manejo de ordenes de trabajo
- Manejo de herramientas
- Ejecución del trabajo
- Manejo de hojas de ruta

Requisitos

- Título mínimo bachiller
- Edad entre los 25 y 40 años
- Experiencia laboral mínimo un años en trabajos similares
- Sexo masculino
- Conocimientos de plomería, albañilería y otros servicios

- Facilidad para relacionarse, disciplinado, responsable

Bodeguero

Es aquella persona que se encargará del manejo de la bodega de la empresa, es el responsable de la salida y entrada de productos.

Funciones

- Manejo de inventarios
- Control de entrada y salida de materiales
- Recepción de proveedores
- Recepción y entrega de materiales
- Recepción y entrega de kit de limpieza

Requisitos

- Título mínimo bachiller
- Edad entre 20 y 40
- Experiencia laboral mínima de un año en el cargo o cargo similares
- Sexo masculino
- Conocimientos de manejo de inventarios
- Trabajo bajo presión, ordenado, disciplinado y responsable con el manejo de materiales

CAPITULO V

INVERSIONES Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Este capítulo tiene por objetivo determinar las inversiones requeridas para poner en marcha el proyecto.

5.1. Inversión Total

“La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”.²⁸

La inversión total del proyecto es la sumatoria de los activos fijos tangibles y no tangibles y el capital de trabajo.

CUADRO No 15

INVERSIÓN TOTAL

CONCEPTO	TOTAL
Activos Fijos Tangibles	85703,9
Activos Fijos Intangibles	3876,0
Capital de Trabajo	4956,6
INVERSION TOTAL	94536,5

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

La inversión fija correspondiente para el proyecto será de \$85.703,9, la inversión diferida será de \$ 3.876 dólares lo cual nos da una inversión total de \$ 94.536,5 dólares.

²⁸ URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Edición Mc Graw Hill. Tercera Edición-

5.2. Inversión Fija

Son aquellos recursos tangibles (terreno, edificios, maquinaria y equipos, muebles y enseres, etc.) y no tangibles (gastos de constitución, capacitación, etc.), necesarios para la ejecución del proyecto.

5.2.1. Activos Fijos Tangibles

“Son aquellos que constituyen los bienes muebles e inmuebles de las empresas con los cuales se hace factible su funcionamiento.”

Los activos fijos tangibles los cuales se considerará son: terreno, edificaciones, maquinaria y equipo, equipo de cómputo, muebles y enseres, herramientas y utensilios y vehículos.

CUADRO No 16

ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	
Descripción	Valor Total
Terreno urbano	25500,0
Edificaciones	34170,0
Maquinaria y Equipo	3005,7
Equipo de Computo	3519,0
Muebles y Enseres	3516,1
Herramientas y Utensilios	1386,6
Vehículo	14606,4
TOTAL	85703,9

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

A continuación se detallan cada uno de los activos fijos tangibles de la empresa

5.2.1.1. Terreno: Constituye el espacio físico en donde se construirá la empresa, para nuestro proyecto el terreno será de 200m².

CUADRO No 17

TERRENO				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total
Terreno urbano	m ²	200	125	25000
			Subtotal	25000
			Imprevistos 2%	500
			TOTAL	25500

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diana Naranjo

5.2.1.2. Edificaciones: Comprende la obra civil a realizarse para la puesta en marcha del proyecto, la misma que comprende: área de oficinas, área de bodega, área de parqueo, baños.

CUADRO No 18

EDIFICACIONES				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total
Bodegas	m ²	60	150	9000
Oficinas	m ²	90	250	22500
Área de parqueo	m ²	50	40	2000
			Subtotal	33500
			Imprevistos 2%	670
			TOTAL	34170

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diana Naranjo

El valor total de la obra civil del proyecto donde funcionará la empresa asciende a un valor de \$34.170 dólares.

5.2.1.3. Maquinaria y Equipos: Son todos las máquinas y herramientas necesarias para el proyecto.

CUADRO No 19

MAQUINARIA Y EQUIPO				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total
Compresor Truper	Unidad	3,0	268,9	806,6
Taladro Dewalt	Unidad	3,0	289,6	868,8
Amoladora	Unidad	3,0	127,0	381,0
Carretilla	Unidad	3,0	61,5	184,5
Escalera de Aluminio T2 1,22mt	Unidad	3,0	98,6	295,7
Escalera de Aluminio T2 1,83mt	Unidad	3,0	136,7	410,2
			Subtotal	2946,8
			Imprevistos 2%	58,9
			TOTAL	3005,7

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

El valor total de maquinaria y equipo es de \$ 3.005,7 dólares.

5.2.1.4. Equipo de Computo: Son todas las computadoras, teléfonos, impresoras y equipos para que el proyecto tenga un normal funcionamiento.

CUADRO No 20

EQUIPO DE COMPUTO				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total
Computadores	Unidad	4	700	2800
Impresora	Unidad	3	150	450
Teléfonos	Unidad	4	50	200
			Subtotal	3450
			Imprevistos 2%	69
			TOTAL	3519

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

El total de equipo de cómputo es de \$ 3.519 dólares

5.2.1.5. Muebles y Enseres: En este rubro consideramos todos los muebles y enseres necesarios para realizar el trabajo de administración y prestar el servicio y para que el personal se sienta cómodo realizando su trabajo.

CUADRO No 21

Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total
Estaciones de trabajo	Unidad	1	510	510,0
Sala de reuniones	Unidad	1	483	483,0
Escritorio metálico	Unidad	3	252	756,0
Sillón para escritorio	Unidad	3	162,4	487,2
Archivador metálico	Unidad	3	252	756,0
Sofá triple	Unidad	2	208	416,0
Basureros	Unidad	6	6,5	39,0
Subtotal				3447,2
Imprevistos 2%				68,9
TOTAL				3516,1

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

Los muebles y enseres de la empresa equivalen a un valor total de \$3.516,10

5.2.1.6. Herramientas y Utensilios: Son todos las herramientas necesarias para ejecutar el servicio.

CUADRO No 22

HERRAMIENTAS Y UTENSILIOS				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Herramientas manuales	Unidad	3	57,2	171,6
Desarmadores Stanley	Unidad	3	25,0	75,0
Llave de Tubo Stanley 10"	Unidad	3	13,6	40,7
Llave de Tubo Stanley 18"	Unidad	3	28,7	86,0
SERRUCHO	Unidad	3	10,4	31,1
Pala Cuadrada Hansa	Unidad	3	10,6	31,7
Zapapico Truper	Unidad	3	19,0	56,9
Bailejo Truper 8"	Unidad	3	10,3	31,0

Bailejo Truper 10"	Unidad	3	12,5	37,4
Sierra Circular Dewalt	Unidad	3	147,5	442,4
Esmeril Eléctrico Pretul	Unidad	1	56,0	56,0
Disco Diamante Truper 4"	Unidad	12	7,0	84,5
Disco Corte Acero	Unidad	12	2,2	25,9
Mazo de Goma Truper	Unidad	4	3,5	13,8
Combo Stanley de 3lb	Unidad	2	12,6	25,1
Cinzel Corte Frio 7"-12"	Unidad	6	5,5	32,9
Punta Truper 30 cm	Unidad	6	4,2	24,9
Formón Stanley 1- 1/2"	Unidad	6	5,6	33,6
Martillo Truper	Unidad	6	5,9	35,1
Kit para instalar cerraduras	Unidad	2	12,0	23,9
			Subtotal	1359,4
			Imprevistos 2%	27,2
			TOTAL	1386,6

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diana Naranjo

5.2.1.7. Vehículos: Este es un rubro importante ya que es indispensable para realizar cada una de las actividades del proyecto, el total de vehículos es de

CUADRO No 23

VEHICULOS				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Total
Furgoneta Chevrolet VAN N200	Unidad	1	14320	14320
			Subtotal	14320
			Imprevistos 2%	286,4
			TOTAL	14606,4

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Diana Naranjo

5.2.2. Activos Intangibles

“Son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.”²⁹

²⁹ SAPAG, Nassir. Preparación y Evaluación de Proyectos

Estos activos son inversiones que la empresa realiza sobre los gastos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, para emprender el proyecto, los cuales pueden ser gastos de constitución de la compañía, gastos por estudios técnicos, gastos de capacitación del personal, gastos de puesta en marcha entre otros.

5.2.2.1. Gastos de Constitución: Son los pagos que efectúa la empresa antes de iniciar sus operaciones y son: gastos legales, pago de notaria, obras de instalación, permisos, etc.

5.2.2.2. Gastos de Estudios y Diseños Definitivos: Son los gastos que se realizan por los estudios y diseños definitivos de los sistemas, la organización, los procesos y procedimientos de la empresa.

5.2.2.3. Gastos de Capacitación: Son los gastos en que se incurren para capacitar al personal en determinadas áreas de la empresa como: manejo de herramientas, atención al público, seguimiento de procedimientos, etc.

CUADRO No 24

ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	
Descripción	Valor Total
Gastos de Constitución	1.600
Estudios y diseños definitivos	1.200
Capacitación	1.000
Subtotal	3.800
Imprevistos 2%	76
Total	3.876

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

Dentro de los activos fijos intangibles se considero los gastos de constitución de la compañía, los gastos de estudios y diseños definitivos y los gastos de capacitación del personal lo cual nos da un total de \$ 3.876 dólares.

5.3. Capital de Trabajo

“Es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre el flujo de ingresos y egresos.”³⁰

El capital de trabajo es el capital con el que se debe contar para empezar a trabajar y se basa en tres rubros como son: caja-bancos, inventarios y cuentas por cobrar.

En el proyecto vamos a considerar como capital de trabajo todos los gastos necesarios para el proyecto como mano de obra directa, materiales directos, seguros, mantenimiento y reparaciones, seguros y gastos administrativos y de ventas como lo demostramos a continuación:

CUADRO No 25

CAPITAL DE TRABAJO		
Descripción	Valor Total Anual	Valor Mensual
Materiales directos	4133,4	344,5
Mano de Obra directa	24270,8	2022,6
Mano de obra indirecta	4362,9	363,6
Mantenimiento y Reparación	1777,6	148,1
Seguros	2140,2	178,4
Gastos Administrativos y Generales	15901,8	1325,2
Gastos de Ventas	6892,8	574,4
Total	59479,7	4956,6

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

El capital de trabajo ha sido calculado para el primer mes de trabajo de la empresa, ya que en el primer mes la empresa necesitará dinero de terceros para poder cubrir su capital de

³⁰ VARELA, Rodrigo. Evaluación Económica de Alternativas Operacionales y Proyectos de Inversión. Editorial Norma.

trabajo, para el segundo mes la empresa contará con los recursos para poder cubrir su capital de trabajo.

5.4. Financiamiento del Proyecto

El financiamiento es buscar las fuentes crediticias para financiar el proyecto.

5.4.1. Fuentes de Financiamiento

Entre las fuentes de financiamiento que se pueden utilizar para financiar un proyecto están:

5.4.1.1. Fuentes Internas

Es el uso de recursos propios o recursos generados por los socios, así como de arriendo de bienes, etc.

5.4.1.2. Fuentes Externas

Es el uso de recursos provenientes de terceros, es decir de préstamos bancarios, crédito con proveedores, etc.

5.5.1. Estructura del Financiamiento

La inversión total del proyecto será financiada el 31% con aportes propios y el 69% será financiado con crédito de una institución privada.

CUADRO No 26

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO			
Descripción	Inversión	%	Valor Financiado
Crédito	94536,5	0,69	65122,3
Recursos Propios	94536,5	0,31	29414,3
TOTAL			94536,5

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

5.5.1.1. Recursos Propios

Los recursos propios provendrán de los cuatros socios que tendrá la empresa y que disponen de un capital de \$ 29.414,3 que equivale al 31 % de la inversión total.

5.5.1.2. Crédito

El préstamo se obtendrá de una institución financiera por el valor de \$ 65.122,3 que equivale al 69% de la inversión total.

5.6. Cuadro de Fuentes y Usos

Para llevar a cabo el proyecto se necesita \$ 94.536,5 dólares, en este análisis se especifican el origen de los recursos para el proyecto de la empresa de servicios de mantenimiento y reparaciones, permite identificar el porcentaje de financiamiento interno que corresponde a los socios y el financiamiento externo, en el caso del préstamo a la entidad financiera.

CUADRO No 27

CUADRO DE FUENTES Y USOS					
Concepto	Valor	Préstamo		Recursos Propios	
		%	Valor	%	Valor
Vehículo	14606,4	80	11685,1	20	2921,28
Terreno	25500,0	100	25500,0	0	0
Edificaciones	34170,0	80	27336,0	20	6834
Maquinaria y Equipo	3005,7	20	601	20	2404,6
Equipo de oficina	3519,0			100	3519,0
Muebles y Enseres	3516,1			100	3516,1
Herramientas y Utensilios	1386,6			100	1386,6
Activos Fijos Intangibles	3876,0			100	3876,0
Capital de Trabajo	4956,6			100	4956,6
TOTAL	94536,5	0,69	65122,3	0,31	29414,3

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

En el cuadro de fuentes y usos podemos identificar que los recursos propios de la empresa ascienden a un porcentaje del 31% que equivale a \$ 29.414,3 y con recursos ajenos a un porcentaje del 69% que equivale a \$ 65.122,3.

CAPITULO VI

COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

6.1. Costo del Proyecto

“El costo es un desembolso en efectivo o en especie hecho en el pasado, en el presente, en el futuro o en forma virtual.”³¹

Son todos los valores que se destinan para poder brindar el servicio a los clientes.

6.2. Costos de Producción

Los costos de producción pueden ser costos directos e indirectos.

Los costos de producción de la empresa de servicios de mantenimiento y reparaciones, está conformada por los rubros como: mano de obra directa, materiales directos, gastos administrativos y gastos de ventas.

6.2.1. Costos Directos de Producción

Los costos directos de producción son los relacionados directamente con la producción o el servicio entre ellos tenemos: mano de obra directa, materiales directos.

6.2.1.1. Mano de Obra Directa

Es aquella que está manipulando o tiene relación directa en el proceso de producción o en la generación del servicio, es por ello que estará en función directa al nivel de producción requerido.

³¹ URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill Interamericana de México S.A. Tercera Edición

CUADRO No 28

MANO DE OBRA DIRECTA				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Operarios	Unidad	4	412,19	19785,1
Bodeguero	Unidad	1	334,15	4009,8
			Subtotal	23795
			Imprevistos 2%	476
			Total	24271

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

6.2.1.2. Materiales Directos

Son aquellos que forman parte del producto terminado o intervienen dentro del servicio.

CUADRO No 29

MATERIALES DIRECTOS				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Cable Sólido #10	Metros	400	0,68	272
Cable Sólido #12	Metros	400	0,42	168
Cable Sólido #14	Metros	400	0,32	128
Cable gemelo	Metros	400	0,70	280
Cableado	Metros	300	1,40	420
Alambre Galvanizado	Metros	300	0,90	270
Interruptor Americano	Unidades	100	1,25	125
Tomacorriente	Unidades	100	1,00	100
Breket 20	Unidades	50	4,50	225
Breket 30	Unidades	50	4,50	225
Breket 40	Unidades	50	4,50	225
Boquillas	Unidades	100	0,60	60
Codos	Unidades	60	0,45	27
Unión	Unidades	60	0,45	27
Juegos de empaques	Docenas	5	3,00	15
Juegos de empaques para cocina	Unidades	100	0,65	65
Tee	Unidades	60	0,60	36
Llave universal	Unidades	50	1,20	60

Llave sencilla shelby Edesa	Unidades	20	7,83	156,6
Llave angular de lavabo	Unidades	20	8,62	172,4
Llave de paso de bronce	Unidades	20	5,18	103,6
Tubo Plastigama	Unidades	50	7,80	390
Desagüe con sifón	Unidades	20	5,91	118,2
Juego de herraje universal	Unidades	20	8,03	160,6
Cemento	Unidades	10	7,30	73
Bondex	Unidades	10	5,50	55
Empaste	Unidades	10	9,50	95
			Subtotal	4052,4
			Imprevistos	
			2%	81,0
			Total	4133,4

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

6.2.2 Costos Indirectos o Gastos de Fabricación

Son aquellos que no intervienen directamente dentro del proceso de producción o del servicio entre estos tenemos: materiales indirectos, mano de obra indirecta, suministros, reparación y mantenimiento, seguros, imprevistos, depreciaciones y amortizaciones.

6.2.2.1. Mano de Obra Indirecta

Es la que tiene la función de supervisar y vigilar el proceso de producción o el servicio pero no interviene directamente en la transformación. Dentro de ellos incluye el personal de supervisión, jefes de planta.

CUADRO No 30

MANO DE OBRA INDIRECTA				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Supervisor	Unidad	1	356,45	4277,4
			Subtotal	4277
			Imprevistos 2%	86
			TOTAL	4363

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

6.2.2.2. Insumos

Son aquellos que se requieren para el debido funcionamiento de los procesos de la empresa, como es la energía eléctrica, el agua, combustible, etc.

CUADRO No 31

INSUMOS				
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Energía Eléctrica	Kw/h	350	0,092	386,4
Combustible	Galón	62	2	1488
Lubricantes	Galón	10	12	1440
Agua Potable	m3	40	0,56	268,8
			Subtotal	3583
			Imprevistos 2%	72
			Total	3655

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

En este caso uno de los rubros importantes para el funcionamiento de la empresa es el combustible del vehículo en el cual se transportarán para dar el servicio, el rubro de suministros asciende a un valor de \$3.655 dólares.

6.2.2.3. Reparación y Mantenimiento

Es el desembolso de dinero para mantener los activos de la empresa.

CUADRO No 32

MANTENIMIENTO Y REPARACION					
Descripción	Valor	%	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Maquinaria y equipo	3005,7	0,03	90,2	7,5	90,2
Edificaciones	34170,0	0,02	683,4	57,0	683,4
Equipo de Computo	3519,0	0,04	140,8	11,7	140,8
Muebles y enseres	3516,1	0,02	70,3	5,9	70,3
Herramientas y utensilios	1386,6	0,02	27,7	2,3	27,7
Vehículo	14606,4	0,05	730,3	60,9	730,3
				Subtotal	1742,7
				Imprevistos 2%	34,9
				Total	1777,6

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

El costo total de mantenimiento y reparación de los activos fijos asciende a \$1.777,6 dólares.

6.2.2.4. Seguros

Es el desembolso de dinero que se hace en caso de algún siniestro dentro de la empresa.

CUADRO No 33

SEGUROS					
Descripción	Valor	%	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Maquinaria y equipo	3005,7	0,03	90,2	7,5	90,2
Edificaciones	34170,0	0,03	1025,1	85,4	1025,1
Equipo de Computo	3519,0	0,03	105,6	8,8	105,6
Muebles y enseres	3516,1	0,03	105,5	8,8	105,5
Herramientas y utensilios	1386,6	0,03	41,6	3,5	41,6
Vehículo	14606,4	0,05	730,3	60,9	730,3
				Subtotal	2098,2
				Imprevistos 2%	42,0
				Total	2140,2

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

Para el proyecto se estimo un porcentaje del 3% para maquinaria y equipo, edificaciones, equipo de computo, muebles y enseres, herramientas y utensilios, y el 5% para vehículo; teniendo como resultado un valor de \$2.140,2 dólares.

6.2.2.5. Depreciaciones

La depreciación es la pérdida de valor de un activo como consecuencia de su uso.

Para la aplicación de las depreciaciones de los activos fijos se utilizará el Método de Línea Recta cuya fórmula es:

$$VR = \sum I_j - \frac{I_j}{n_j}$$

CUADRO No 34

DEPRECIACIONES				
Concepto Depreciación Línea Recta	Inversión	Vida Útil	%	Valor Total Anual
Edificaciones	34170	20	5%	1708,5
Vehículo	14606,4	5	20%	2921,3
Maquinaria y Equipo	3005,7	10	10%	300,6
Herramientas y utensillos	1386,6	3	33%	462,2
Equipo de Computo	3519,0	3	33%	1161,3
Muebles y Enseres	3516,1	10	10%	351,6
Total Depreciación				6905,4

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

El resumen de las depreciaciones indica los valores que se van acumulando o desgastando a través de cada año de vida útil.

6.2.2.6. Amortizaciones

Para el préstamo que se obtendrá en una institución financiera, será necesario realizar la tabla de amortización, para lo cual se empleará el método de cuotas fijas.

El valor del préstamo será de \$ 65.122,3 a un plazo de cinco años con una tasa de interés del 5% anual, pagaderos semestralmente.

CUADRO No 35

TABLA DE AMORTIZACION							
Periodo		Pagos Periódicos	Interés	Amortización	Saldo Insoluto	Pago Anual Interés	Amortización Anual
Año	Semestre						
	65122,3						
1	59944,8	8433,6	3256,1	5177,5	59944,8		
2	54508,4	8433,6	2997,2	5436,4	54508,4	6253,4	10613,9
3	48800,1	8433,6	2725,4	5708,2	48800,1		
4	42806,5	8433,6	2440,0	5993,6	42806,5	5165,4	11701,8
5	36513,2	8433,6	2140,3	6293,3	36513,2		
6	29905,2	8433,6	1825,7	6608,0	29905,2	3966,0	12901,3
7	22966,9	8433,6	1495,3	6938,4	22966,9		
8	15681,6	8433,6	1148,3	7285,3	15681,6	2643,6	14223,7
9	8032,0	8433,6	784,1	7649,6	8032,0		
10	0,0	8433,6	401,6	8032,0	0,0	1185,7	15681,6

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

En la tabla de amortización se detalla el capital que se pagará durante cinco años del crédito con sus respectivos intereses

6.3. Gastos del Proyecto

Son todos los pagos que se realizan durante el periodo de operación de la empresa los cuales son: gastos administrativos, gastos de ventas.

6.3.1. Gastos Administrativos

Son todos aquellos gastos relacionados con las actividades de la empresa, además estos gastos se caracterizan por ser valores fijos que se pagan mensualmente.

CUADRO No 36

GASTOS DE ADMINISTRACION					
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Anual
GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Gerente General	Profesional	1	746,64	746,64	8959,7
Secretaria Contadora	Profesional	1	467,93	467,93	5615,2
GASTOS GENERALES					
Consumo de Energía Eléctrica	Kw/h	350	0,092	32,2	386,4
Consumo de Agua Potable	m3	40	0,56	22,4	268,8
Materiales de Limpieza	1 Kit	1	30	30	360,0
Subtotal			30,652	1299,17	15590,0
				Subtotal	15590,0
				Imprevistos 2%	311,8
				Total	15901,8

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

Dentro de los gastos de administración encontramos rubros como: sueldos, pago de energía eléctrica, agua potable, combustible, lubricantes y materiales de limpieza. Lo cual nos da un valor total de \$15.901,8 dólares anuales.

6.3.2. Gastos de Ventas

Son generados por todas las acciones que se ejecutan para vender o publicitar los servicios.

CUADRO No 37

GASTOS DE VENTAS					
Descripción	Unidad de Medida	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Mensual	Valor Total Anual
Vendedor	Vendedor	1	445,6	445,6	5347,7
Hoja Web	Unidades	1	450	37,5	450
Volantes	Unidad	2000	0,04	80,0	960
				Subtotal	6757,7
				Imprevistos 2%	135,2
				Total	6892,8

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

En los gastos de ventas se ha considerado el sueldo de un vendedor, pago de creación de página web, elaboración de hojas volantes, lo cual nos da un valor de \$6.892,8 dólares anuales.

6.3.3. Gastos Financieros

CUADRO No 38

GASTOS FINANCIEROS	
Años	Interés por Pagar
1	6253,4
2	5165,4
3	3966,0
4	2643,6
5	1185,7
TOTAL	19214,0

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

6.4. Proyección de los Costos

Los costos de la empresa se proyectarán para diez años y nos permitirá establecer los costos en los que incurrirá la empresa en sus operaciones durante los años siguientes.

Para la proyección de los costos del proyecto se tendrá como base el primer año y para los años siguientes los costos variables se proyectaran en función del crecimiento del número de servicios que es del 5,84% y los costo fijos cada uno tiene su propio comportamiento.

Para el primer año los costos ascienden a \$ 69.008,7, el segundo año será \$ 69.331,7 y en el año diez podemos ver que los costos y gastos ascenderán a \$ 75.577,28.

CUADRO No 39

COSTOS TOTALES DEL PROYECTO										
		1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584	1,0584
		0,0584	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05	0,05
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DIRECTOS										
Mano de obra directa	24270,82	25688,23	27188,43	28776,23	30456,76	32235,44	34117,99	36110,48	38219,33	40451,34
Materiales directos	4133,45	4374,84	4630,33	4900,74	5186,95	5489,86	5810,47	6149,80	6508,95	6889,08
Mantenimiento y Reparación	1777,56	1795,34	1813,11	1830,89	1848,66	1866,44	1884,22	1901,99	1919,77	1937,54
Seguros	2098,25	1832,66	1567,07	1300,42	1083,54	866,65	795,83	725,01	654,19	583,37
Depreciaciones	6905,40	6905,40	6905,40	6905,40	6905,40	2921,28	2921,28	2921,28	2921,28	2921,28
Amortizaciones	775,20	775,20	775,20	775,20	775,20					
Total Costos Producción del servicio	39960,67	41371,67	42879,54	44488,89	46256,51	43379,68	45529,79	47808,57	50223,52	52782,61
Gastos Administrativos	15901,84	15901,84	15901,84	15901,84	15901,84	15901,84	15901,84	15901,84	15901,84	15901,84
Gastos Ventas	6892,83	6892,83	6892,83	6892,83	6892,83	6892,83	6892,83	6892,83	6892,83	6892,83
Gastos Financieros	6253,35	5165,42	3965,99	2643,61	1185,68	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL	69008,70	69331,77	69640,20	69927,17	70236,87	66174,35	68324,46	70603,24	73018,20	75577,28

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

6.5. Ingresos del Proyecto

Los ingresos del proyecto corresponden al volumen de ventas y el precio de los servicios prestados.

6.5.1. Proyección de los Ingresos del Proyecto

Para elaborar el cuadro de ingresos nos basamos en el estudio de mercado, donde el porcentaje de aceptación fue del 90% y la estimación del precio de acuerdo a lo que respondieron los futuros clientes.

CUADRO No 40

INGRESOS DEL PROYECTO										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS TOTALES	69008,7	69331,8	69640,2	69927,2	70236,9	66174,4	68324,5	70603,2	73018,2	75577,3
Servicios de mantenimiento	926	980	1037	1098	1162	1230	1302	1378	1458	1543
Cobro por servicio de mantenimiento	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00
Ingresos Anuales	83340	88200	93330	98820	104580	110700	117180	124020	131220	138870

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

La proyección se realizó en base a la capacidad de la empresa, con respecto a los servicios que la empresa brindará, para lo cual tomamos la oferta que hará en el año 1 por el costo del servicio y obtendrá el valor de los ingresos anuales.

La proyección de los ingresos se lo hará en base a la tasa de crecimiento de los servicios que será de 5,84% para los diez años que se proyectará.

Con un precio de \$90 dólares la empresa logra cubrir sus costos y obtener un margen de utilidad.

De acuerdo a la proyección obtenemos en el primer año \$ 83.340 dólares, lo cual nos indica que la empresa tiene utilidad que le permitirá cubrir sus gastos.

CAPITULO VII

EVALUACION FINANCIERA

7.1. Evaluación Económico Financiero del Proyecto

La evaluación económica de un proyecto de inversión tiene como propósito establecer si el proyecto es viable económica y financieramente, de tal manera que se pueda tomar la decisión de implementar o invertir en otro tipo de actividad.

La evaluación permitirá determinar la viabilidad del proyecto así como la rentabilidad, y si va a generar ganancias o pérdidas para los inversionistas.

Además debido al alto riesgo que incurre al hacer una inversión, los cuales pueden contribuir al fracaso de la inversión, y la pérdida de los recursos utilizados, es por ello que se han creado varias técnicas que nos permitirán tomar las decisiones adecuadas para el éxito del proyecto.

7.1.1. Instrumentos de Evaluación

Para poder evaluar el proyecto de inversión será a través de los estados financieros, los cuales nos permitirán tomar decisiones, los mismos que deben presentarse de manera clara, comprensible y precisa.

Para su elaboración se tomará en cuenta los resultados obtenidos en los diferentes presupuestos de ingresos y costos.

Entre los principales instrumentos de evaluación tenemos:

- Balance General Inicial o Estado de Situación Inicial

- Estado de Resultados
- Flujo de Caja
- Balance General Proyectado

7.1.2.1. Balance General Inicial

“Presenta un estado que resume la posición financiera de la empresa en un momento determinado. El estado hace una comparación entre los activos de la empresa (lo que posee) y su financiamiento, el cual puede ser de deuda (lo que debe) o de capital contable (lo que aportan los propietarios)”³².

El análisis de este balance nos ayuda a determinar la liquidez de la empresa relacionando los activos y pasivos circulantes, que son los que se espera se conviertan en efectivo en menos de un año.

En el balance deben constar los siguientes rubros: Activos, Pasivos y Patrimonio.

Activo

Son los bienes y derechos que posee la empresa para iniciar sus actividades.

Pasivo

Son las obligaciones que tiene la empresa y que en un plazo debe pagar con dinero, productos o servicios.

Patrimonio

Son los recursos propios y de los socios con los que cuenta la empresa.

³² LAWRENCE, Gitman. Principios de Administración Financiera. Octava Edición. Pág. 87

CUADRO No 41

BALANCE GENERAL INICIAL			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		Pasivo a Largo Plazo	
Caja/Bancos	4956,6	Préstamo Largo Plazo	65122,3
Total Activo Corriente		Total Pasivo Largo Plazo	
		65122,3	
Activo Fijo		Patrimonio	
Vehículo	14606,4	Recursos Propios	29414,3
Terreno	25500,0	Total Patrimonio	
Edificaciones	34170,0	29414,3	
Maquinaria y Equipos	3005,7		
Equipos de Computo	3519,0		
Muebles y Enseres	3516,1		
Herramientas y Utensilios	1386,6		
Total Activo Fijo		85703,9	
Activo Diferido		3876,0	
TOTAL ACTIVOS		TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	
94536,5		94536,5	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

Los valores que se encuentran en el balance inicial son aquellos con los que cuenta la empresa para empezar sus operaciones comerciales. La inversión de sus activos asciende a \$ 94.536,5 dólares.

El Balance General Inicial para el siguiente año variará de acuerdo a los movimientos de la empresa, por lo que el estado que se realizará al final del período se convertirá en el balance inicial del siguiente año.

7.1.2.2. Estado de Resultados

“Es el que determina la utilidad o pérdida de un ejercicio económico, como resultado de los ingresos y gastos; en base a este estado, se puede medir el rendimiento económico que ha generado la actividad de la empresa.”³³

En el estado de resultados constan tanto los ingresos como los gastos de la empresa.

En base a los datos obtenidos en los ingresos de ventas se procede a elaborar el estado de resultados de la empresa, en donde constará las ventas, los costos de ventas y los gastos que se originaran al ofertar el servicio y por último se obtendra como resultado la utilidad o pérdida del ejercicio.

El estado de resultados de la empresa demuestra que en la proyección de los ingresos para sus diez años la empresa obtendrá utilidades, para el primer año la utilidad será de \$ 9.136 dólares, en el segundo año podemos ver que las utilidades también se van a incrementar.

³³ ZAPATA, Pedro. Contabilidad General. Editorial Norma. Pág. 247

CUADRO No 42

ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO										
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS	83340	88200	93330	98820	104580	110700	117180	124020	131220	138870
COSTO DE PRODUCCION	39.960,7	41.371,7	42.879,5	44.488,9	46.256,5	43.379,7	45.529,8	47.808,6	50.223,5	52.782,6
UTILIDAD BRUTA	43379	46828	50450	54331	58323	67320	71650	76211	80996	86087
GASTOS ADMINISTRATIVOS	15902	15902	15902	15902	15902	15902	15902	15902	15902	15902
GASTO DE VENTAS	6893	6893	6893	6893	6893	6893	6893	6893	6893	6893
UTILIDAD OPERACIONAL	20585	24034	27656	31536	35529	44526	48856	53417	58202	63293
GASTO FINANCIERO	6253	5165	3966	2644	1186	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	14331	18868	23690	28893	34343	44526	48856	53417	58202	63293
15% REPARTO TRABAJADOR	2150	2830	3553	4334	5151	6679	7328	8013	8730	9494
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	12182	16038	20136	24559	29192	37847	41527	45404	49472	53799
25% DE IMPUESTO RENTA	3045	4009	5034	6140	7298	9462	10382	11351	12368	13450
UTILIDAD NETA	9136	12028	15102	18419	21894	28385	31145	34053	37104	40349

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

7.1.2.3. Flujo de Caja

“El flujo de caja depende de la información que se desee obtener: medir rentabilidad del proyecto, la rentabilidad de los recursos propios invertidos en él o la capacidad de pago de un eventual préstamo para financiar la inversión”.³⁴

El flujo de caja representa los valores líquidos con los que la empresa contará para la realización de sus operaciones en cada uno de los años del proyecto.

Para el proyecto se elaborará el flujo de caja del inversionista, el cual va a permitir determinar el valor disponible que tendrá la empresa una vez que se haga la cancelación de la deuda.

En el flujo de caja de la empresa se puede determinar que en el primer año el flujo de caja refleja un valor negativo de \$ 29.414,3 por el préstamo que hay que cancelar y ya que no se dispone de efectivo para el año cero.

Para el primer año la empresa ya cuenta con un flujo de caja positivo que quiere decir que ya dispondrá de un flujo de efectivo para la ejecución de sus operaciones que equivale a \$ 6.202,9.

³⁴ SAPAG, Nassir. Proyectos de Inversión. Editorial Pearson Prentice Hall. Primera Edición. México, Primera Edición, 2007

CUADRO No 43

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA								
AÑOS	UTILIDAD NETA	DEPRE Y AMOR	V.RESIDUAL	C.TRABAJO	INV.INICIAL	PRESTAMO	AMORTIZACION	FNC
0					94536,5	65122,3		-29414,3
1	9136	7681					10613,9	6202,9
2	12028	7681					11701,8	8007,3
3	15102	7681			1386,6		12901,3	8494,9
4	18419	7681			3519,0		14223,7	8357,1
5	21894	7681			1386,6		15681,6	12506,1
6	28385	2361						30745,8
7	31145	2361			4905,6			28600,5
8	34053	2361						36413,9
9	37104	2361			4905,6			34558,7
10	40349	2361	44931	4956,6	3519,0			89078,4

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

7.1.2.3.1. Tasa de Descuento

La tasa de descuento del proyecto también se denomina Costo del Capital o Tasa Mínima de Rentabilidad, y no es otra cosa que el precio que se paga por los fondos requeridos para cubrir la inversión.

Para obtener la tasa de descuento para el flujo de caja del inversionista, se aplicará la fórmula de la tasa ponderada entre el costo del capital ajeno y el propio.

$$\mathbf{Co = (TA)(1-t)(\% \text{ préstamo})+(TP)(\% \text{ recursos propios})+\% \text{ de riesgo}}$$

Co = Costo de Oportunidad

TA = Tasa Activa

$$\mathbf{Co = 10\%*(1-0,36)*(69\%)+4\%(31\%)+5\%}$$

$$\mathbf{Co = 10,66\%}$$

$$\mathbf{Kp = (TP*\% \text{ Recursos Propios})+((TA*(1-t))*\% \text{ Préstamo})+\% \text{ de riesgo}}$$

$$\mathbf{Kp = (4\%*31\%)+((10\%*0,6375))+69\%+5\%}$$

$$\mathbf{Kp = 8,74\%}$$

7.1.3 Indicadores de Evaluación

7.1.3.1 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es el ajuste en el tiempo de los flujos de efectivo y se calcula los ingresos menos los egresos o el flujo neto de caja a través de una tasa de descuento específica.

El proyecto debe ser aceptable si el valor actual neto es igual o superior a cero.

Mediante el VAN podemos traer al presente los ingresos que se tendrán en las operaciones anuales en cada período. La fórmula utilizada para determinar el valor actual neto es la siguiente:

$$\text{VAN} = \sum \text{FNC} / (1+i)^n - \text{I}_0$$

Donde:

FNC= Flujo Neto de Caja

I= Tasa de descuento

I₀= Inversión Inicial

n= Años

El VAN equivale a \$ 111.788,6

CUADRO No 44

VALOR ACTUAL NETO DEL INVERSIONISTA		
PERIODO	FNC	FNCA
0	-29414,3	-29414,3
1	6202,9	5704,3
2	8007,3	6771,7
3	8494,9	6606,6
4	8357,1	5976,9
5	12506,1	8225,3
6	30745,8	18596,0
7	28600,5	15907,9
8	36413,9	18625,7
9	34558,7	16255,8
10	89078,4	38532,7
		111788,6

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

El VAN para el proyecto refleja un resultado de \$ 111.788,6 , representa lo que el inversionista habrá de acumular luego de haber recuperado sus recursos invertidos en términos de valor presente y como el resultado es positivo, lo cual nos indica que el proyecto si es viable.

7.1.3.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La Tasa Interna de Retorno es la tasa de descuento por la cual el valor presente neto de una inversión es igual a cero”.³⁵

Para el cálculo del TIR utilizaremos la siguiente fórmula:

$$TIR = VAN_{tm} + (TM - tm) \frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{TM}}$$

$$TIR = 39,67 + (41,67 - 39,67) * 1070,5 / (1070,5) - (-1013,3)$$

$$TIR = 40,7\%$$

La TIR de 40,7% quiere decir el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista por cada dólar invertido de sus recursos propios en el proyecto y como la TIR es mayor a la tasa de descuento que es de 8,7% entonces el proyecto si debe aceptarse por lo tanto si es viable su ejecución.

³⁵ MORA, Armando. Matemática Financiera. Editorial Mc Graw Hill, México 2002

CUADRO No 45

TIR DEL INVERSIONISTA			
		39,673%	41,673%
AÑOS	FNC	TASA 79%	TASA 81%
0	-29414,3	-29414	-29414
1	6202,9	4441	4378
2	8007,3	4104	3989
3	8494,9	3118	2987
4	8357,1	2196	2074
5	12506,1	2353	2191
6	30745,8	4141	3802
7	28600,5	2758	2497
8	36413,9	2514	2244
9	34558,7	1708	1503
10	89078,4	3152	2735
		1070,5	-1013,3

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

7.1.3.3. Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación permite determinar el tiempo en el cual se recuperará la inversión del proyecto.

Para calcular el periodo de recuperación de la inversión se utilizará el método del periodo de recuperación de la inversión que considera los valores actuales de la siguiente manera:

CUADRO No 46

PRI DEL INVERSIONISTA			
PERIODO	FNC	FNCA	FNCAA
0	-29414	-29414	-29414
1	6203	5704	-23710
2	8007	6772	-16938
3	8495	6607	-10332
4	8357	5977	-4355
5	12506	8225	3870
6	30746	18596	22467
7	28600	15908	38374
8	36414	18626	57000
9	34559	16256	73256
10	89078	38533	111789

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

Para el presente proyecto los resultados indican que la inversión se recuperaría en el quinto año, es decir donde el flujo acumulado se convierte en positivo.

7.1.3.4. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es un método de evaluación que nos permite determinar los costos fijos, variables y los ingresos totales.

El punto de equilibrio es el punto en el cual los costos variables más los fijos son iguales a los ingresos totales, es así que a partir del punto de equilibrio hacia arriba existe utilidad y hacia abajo existe pérdida.

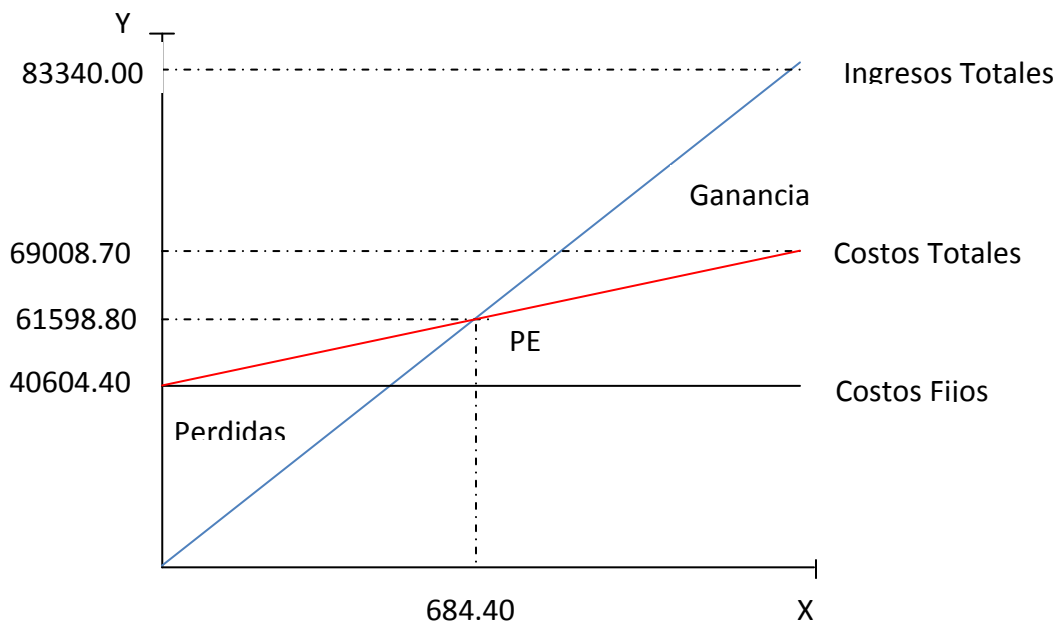
El punto de equilibrio se calcula en base a la siguiente fórmula.

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\frac{1 - \text{Costos Variables Totales}}{\text{Ventas}}}$$

En el proyecto el punto de equilibrio equivale a los ingresos de \$ 61.598,8 y se necesitará vender u ofertar 684 servicios para no perder ni ganar como se lo demostrará en el siguiente cuadro en donde proyectamos para 10 años para ver el comportamiento de los costos.

GRAFICO No 13

PUNTO DE EQUILIBRIO DEL PROYECTO



CUADRO No 47

PUNTO DE EQUILIBRIO										
AÑOS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
DESCRIPCION										
COSTO FIJO	40604,4	39268,7	37821,4	36250,2	34593,2	28449,0	28396,0	28343,0	28289,9	28236,9
COSTO VARIABLE	28404,3	30063,1	31818,8	33677,0	35643,7	37725,3	39928,5	42260,3	44728,3	47340,4
COSTO TOTAL	69008,7	69331,8	69640,2	69927,2	70236,9	66174,4	68324,5	70603,2	73018,2	75577,3
INGRESOS	83340,0	88200,0	93330,0	98820,0	104580,0	110700,0	117180,0	124020,0	131220,0	138870,0
PUNTO DE EQUILIBRIO	61598,8	59574,9	57385,9	54990,4	52479,6	43156,2	43072,8	42993,0	42919,7	42841,4
NUMERO DE SERVICIOS	926,0	980,0	1037,0	1098,0	1162,0	1230,0	1302,0	1378,0	1458,0	1543,0
COSTO VARIABLE UNITARIO	30,7	30,7	30,7	30,7	30,7	30,7	30,7	30,7	30,7	30,7
PRECIO DE VENTA UNITARIO	90,0	90,0	90,0	90,0	90,0	90,0	90,0	90,0	90,0	90,0
PUNTO DE EQUILIBRIO EN SERVICIO	684,4	661,9	637,6	611,0	583,1	479,5	478,6	477,7	476,9	476,0

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

7.2. Índices Financieros

7.2.1. Rentabilidad Sobre la Inversión Total

Es la que determina la cantidad de utilidad neta de cada período que puede cubrir la inversión total. Su cálculo es el siguiente:

$$\text{Rentabilidad Sobre la Inversión Total} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Inversión Total}}$$

CUADRO No 48

INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSION

Utilidad Neta	9.136	9,66
Inversión Total	94.536,5	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

La rentabilidad sobre la inversión total es del 9,66%, refleja la capacidad que tiene la empresa para generar utilidades por cada activo fijo invertido.

7.2.2 Rentabilidad Sobre los Recursos Propios

“Calcula el rendimiento en la inversión, sobre el capital propio o de los dueños de la compañía, algunas personas emplean estos índices como evaluación final”³⁶

$$\text{Recuperación Sobre Capital Propio} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Capital Propio}}$$

³⁶ JAMES, Gill. Comprender Estados Financieros. Editorial Ibero América. México. Pág.65

CUADRO No 49

INDICE DE RECUPERACION SOBRE EL CAPITAL PROPIO

Utilidad Neta	9.136	31,06
Capital Propio	29.414,3	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

La recuperación del capital propio es del 31,06%, que indica la rentabilidad que tienen los inversionistas por los recursos invertidos.

7.2.3 Rentabilidad Sobre las Ventas

Mediante este indicador se analizará la eficacia de la empresa para generar utilidades de las ventas que realiza, y se calcula de la siguiente manera:

$$\text{Rentabilidad Sobre las Ventas Totales} = \frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Totales}}$$

CUADRO No 50

INDICE DE RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS TOTALES

Utilidad Neta	9.136	10,96%
Ventas Totales	83.340	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

La rentabilidad de las ventas totales es del 10,96%, indica la utilidad que tendrá la empresa por las ventas realizadas.

7.2.4 Índice de Cobertura

“Mide la capacidad de la empresa para efectuar pagos de intereses contractuales, es decir, para pagar su deuda”³⁷

Cuanto más elevado sea el índice mayor serán las probabilidades de que la empresa pueda cubrir el pago de intereses sin ningún problema.

$$\text{Índice de Cobertura} = \frac{\text{Utilidad Operacional}}{\text{Gastos Financieros}}$$

CUADRO No 51

Utilidad Operacional	20.585	3,29
Gastos Financieros	6.253	

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Diana Naranjo

La empresa en la cobertura de intereses está en capacidad de 3,29 veces en cumplir con sus obligaciones financieras.

³⁷ SANIN, Ángel. Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos.

CAPITULO VIII

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 Conclusiones

1. Mediante los resultados obtenidos en las encuestas del estudio de mercado efectuado en la ciudad de Quito, se determinó que existe una buena aceptación del servicio de plomería, albañilería, electricidad y pintura ya que el 90% de nuestros encuestados si contratarían el servicio de la nueva empresa.
2. Las encuestas también reflejaron que nuestros futuros clientes exigen como factores importantes el que la empresa le brinde calidad y garantice el servicio.
3. La empresa se constituirá como una Compañía de Responsabilidad Limitada para lo cual asumirá todas sus obligaciones y deberes para con la Superintendencia de Compañías.
4. El conocimiento de la base legal nos permitirá realizar el trámite de la constitución legal de la empresa cumpliendo con todas las disposiciones legales para su funcionamiento.
5. Para el primer año de la puesta en marcha del proyecto nuestra oferta sería 926 clientes.
6. La ubicación estratégica de acuerdo al estudio técnico del proyecto, se determinó ubicar la empresa en el sector sur de la ciudad de Quito, provincia de Pichincha, por encontrarse dentro del sector urbano cumple con todos los requerimientos para el normal desarrollo de sus actividades.
7. La propuesta de la organización va a contribuir a un perfecto funcionamiento a nivel institucional, nivel intermedio y nivel operacional de la empresa.

8. Para poner en marcha el proyecto hay que hacer una inversión en activos fijos de \$85.703,9 dólares, por lo tanto es necesario recurrir al financiamiento en una institución privada que será de \$ 65.122,3 que equivale al 69%.
9. Como para el primer año atenderos 926 clientes a precio de \$90 dólares obtenemos ingresos de \$83.340 dólares en el primer año.
10. De acuerdo a los resultados obtenidos mediante la aplicación del Estado de Resultados se determina que la empresa va obtener utilidades durante los diez primeros años de funcionamiento lo cual permitirá tener un normal funcionamiento y la ejecución de todas sus operaciones.
11. El periodo de recuperación de la inversión se realizará en el quinto año, debido a que la deuda que adquiriremos será para cinco años.
12. En la evaluación económica que se aplicó al proyecto se estableció que el proyecto cuenta con un VAN positivo de \$ 111.788,6 y un TIR de 40,7% que es superior a la tasa de descuento, lo que hace que el proyecto sea viable.
13. Finalmente de acuerdo a todos estos resultados obtenidos podemos decir que la propuesta de creación de la empresa de mantenimiento y reparaciones si es viable.

9.2 Recomendaciones

1. Para incrementar el número de clientes se debe aplicar una estrategia agresiva de publicidad que nos permita incrementar nuestros clientes y por ende aumentar las utilidades.
2. La empresa debe buscar otros medios de ingresos como aumentar el tipo de servicios que brindará a la colectividad, como pueden ser limpieza, arreglo de

equipos del hogar ya que en las encuestas realizadas las personas necesitan más servicios para sus hogares.

3. Para que la inversión valga la pena la empresa deberá ir incrementando el personal operativo para poder brindar otros servicios y lograr un máximo crecimiento y poder competir con empresas que ya están constituidas y tienen su mercado fijo.
4. La empresa debe buscar el establecimiento de relaciones comerciales con los proveedores de herramientas y materiales que le permitirán lograr un normal funcionamiento de la empresa.
5. También la empresa debe establecer formas de pago y beneficios que le permitan mantener la satisfacción de sus clientes.
6. Garantizar la calidad del servicio, brindando servicios que sean excelentes, así como la calidad de los materiales que la empresa utilice, permitiéndole lograr un nivel de aceptación y satisfacción del cliente.
7. Implementar la propuesta de creación de la empresa de mantenimiento y reparaciones “SOLPRACT” CIA LTDA Soluciones Prácticas del Hogar conforme ha sido diseñado en el presente trabajo de investigación.

BIBLIOGRAFIA

ALBRECHT, Karl.: Gerencia del Servicio, Colombia, Legis Editores S.A, Santa Fé de Bogotá, Séptima Edición.

BACA, U, Gabriel.: Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill Interamericana de México S.A. Tercera Edición.

BARRAGAN, C, José N.: Administración de las pequeñas y medianas empresas, México, Editorial Trillas S.A, Primera Edición, 2002.

BARRENO, Luis. Manual de Proyectos. UTE.2010

BARRENO, Luis.: Manual de Evaluación de proyectos, plataforma virtual

BIRCH, David, Who creates job, The Public Interest, 1998

CANTU DELGADO, Humberto, Desarrollo de una cultura de calidad.

COBRA, Marcos. Marketing de Servicios

Diccionario de Administración y Finanzas, Océano Grupo Editorial S.A

Diccionario de Economía y Finanzas, Alianza Editorial S.A, edición 1994

Diccionario Enciclopédico Ilustrado Océano Uno, Ediciones Océano S.A, edición 1991

Enciclopedia Autodidactica Océano, Colombia, Ediciones Océano S.A

FEA, G. Ugo.: Competitividad es Calidad Total, México, Alfaomega S.A, Segunda Edición, 1995

GALINDO, Julio. Manual para Innovar y Crear empresas

JAMES, Gill. Comprender Estados Financieros. Editorial Ibero América. México. 1999. Pág.65

LAWRENCE, Gitman. Principios de Administración Financiera. Octava Edición. Pág. 87

Ley de Compañías. Art 92

MORA, Armando. Matemática Financiera. Editorial Mc Graw Hill, México 2002

NOVATECH: Manual de Capacitación sobre Normas Calidad, 2003

SANIN, Ángel. Guía Metodológica General para la Formulación y Evaluación de Proyectos.

SAPAG, Nassir. Proyectos de Inversión. Editorial Pearson Prentice Hall. México, Primera Edición 2007.

SCHUMPETER, J.: Teoría del desenvolvimiento económico, México, Fondo de Cultura Económico, Cuarta Edición, 1967.

STANTON, William. Fundamentos de Marketing. Mc Graw Hill. Décima Edición.

BACA.U, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Mc Graw Hill Interamericana de México S.A. Tercera Edición

VARELA, Rodrigo. Evaluación Económica de Alternativas Operacionales y Proyectos de Inversión, Editorial Norma.

VARELA, Rodrigo.: Innovación Empresarial, arte y ciencia de la creación de empresas, Colombia, Pearson Educación, Tercera Edición, 2008.

ZAPATA, Pedro. Contabilidad General. Editorial Norma. Pág. 247

ZEITHAML, Valarie A, Parasuraman A, Berry L. Calidad Total en la Gestión de Servicios, Madrid, Díaz de Santos S.A, 1993.

BIBLIOGRAFIA VIRTUAL

[http://www.mailxmail.com/proyectos de inversión](http://www.mailxmail.com/proyectos-de-inversion)

www.google.com

www.Monografias.com

ANEXOS

ROL DE PAGOS DE REMUNERACIONES

CARGO	SUELDO	DECIMO TERCERO 12	DECIMO CUARTO	FONDOS RESERVA 12	VACACIONES 24	TOTAL INGRESOS	IESS(9,35%) 0,0935	TOTAL PAGAR
Gerente General	650	54,17	22	54,17	27,08	807,42	60,78	746,64
Secretaría Contadora	400	33,33	22	33,33	16,67	505,33	37,40	467,93
Vendedor	380	31,67	22	31,67	15,83	481,17	32,73	445,64
Supervisor	300	25,00	22	25,00	12,50	384,50	28,05	356,45
Operarios	350	29,17	22	29,17	14,58	444,92	32,73	412,19
Bodeguero	280	23,33	22	23,33	11,67	360,33	26,18	334,15
Total								2.763,01

RESUMEN DEPRECIACIONES DE ACTIVOS FIJOS TANGIBLES

CONCEPTO	VALOR	CUOTA	VALOR RESIDUAL	SEGURO 3%
Edificaciones	34170,0			1025,1
Vida Útil	20	1708,5	34170,0	1025,1
Porcentaje	5	1708,5	32461,5	973,8
		1708,5	30753,0	922,6
		1708,5	29044,5	871,3
		1708,5	27336,0	820,1
		1708,5	25627,5	768,8
		1708,5	23919,0	717,6
		1708,5	22210,5	666,3
		1708,5	20502,0	615,1
		1708,5	18793,5	563,8

CONCEPTO	VALOR	CUOTA	VALOR RESIDUAL	SEGURO 5%
Vehículo	14606,4			
Vida Útil	5	2921,3	14606,4	730,3
Porcentaje	20	2921,3	11685,1	584,3
		2921,3	8763,8	438,2
		2921,3	5842,6	292,1
		2921,3	2921,28	146,1

CONCEPTO	VALOR	CUOTA	VALOR RESIDUAL	SEGURO 3%
Maquinaria y Equipo	3005,7			90,2
Vida Útil	10	300,6	3005,7	90,2
Porcentaje	10	300,6	2705,2	81,2
		300,6	2404,6	72,1
		300,6	2104,0	63,1
		300,6	1803,4	54,1
		300,6	1502,9	45,1
		300,6	1202,3	36,1
		300,6	901,7	27,1
		300,6	601,1	18,0
		300,6	300,6	9,0

CONCEPTO	VALOR	CUOTA	VALOR RESIDUAL	SEGURO 3%
Herramientas y utensillos	1386,6			41,6
Vida Útil	3	462,2	1386,6	41,6
Porcentaje	33,33	462,2	924,5	27,7
		462,2	462,3	13,9

CONCEPTO	VALOR	CUOTA	VALOR RESIDUAL	SEGURO 3%
Equipo de Computo	3519,0			105,6
Vida Útil	3	1161,3	3519,0	105,6
Porcentaje	33,33	1161,3	2357,7	70,7
		1161,3	1196,5	35,9

CONCEPTO	VALOR	CUOTA	VALOR RESIDUAL	SEGURO 3%
Muebles y Enseres	3516,1			105,5
Vida Útil	10	351,6	3516,1	105,5
Porcentaje	10	351,6	3164,5	94,9
		351,6	2812,9	84,4
		351,6	2461,3	73,8
		351,6	2109,7	63,3
		351,6	1758,1	52,7
		351,6	1406,5	42,2
		351,6	1054,8	31,6
		351,6	703,2	21,1
		351,6	351,6	10,5

PROFORMA DE VEHÍCULO



NORTE: Av. 6 de Diciembre y Muriako esq.
Teléfonos: 328-0571 / 328-0572

CENTRO: Av. 10 de Agosto 5505 y Villalengua
Teléfonos: 246-2247 / 246-2248 / 225-1656

SUR: Av. Morán Valverde s/n y Teniente Hugo Ortiz
Teléfonos: 268-4722 / 268-5531 / 268-7272 / 268-8010

STO DOMINGO: Av. Abraham Calazacón L25 (Diagonal al Cuerpo de Bomberos)
Teléfonos: 278-3729 / 274-5232

www.lavca.com.ec

PROFORMA N° : 043497

FECHA

2011/03/11

FORMA DE PAGO

CREDITO

VENDEDOR

VERONICA BONILLA

Teléfono: 098311946

DATOS DEL CLIENTE

NOMBRES : OCAÑA JIMMY	TELÉFONO CASA : 02-0000-000
CI / RUC : 0201518008	TELÉFONO CELULAR : 094583950
DIRECCIÓN : EL CONDE CASA 125, CHILLOGALLO	TELÉFONO TRABAJO :
EMAIL :	

DATOS DEL VEHÍCULO

MODELO : N 200
COLOR : BLANCO
AÑO : 2011

FINANCIAMIENTO

FINANCIERA : GMAC	SEGURO DE VEHÍCULO : 0.00
PRECIO DEL VEHÍCULO : 14,319.36	SEGURO DE VIDA : 0.00
CUOTA INICIAL : 0.00	DISPOSITIVO : 0.00
PLAZO (meses) : 0	ACCESSORIOS : 0.00
MENSUALIDAD : 0.00	SALDO A FINANCIAR : 14,319.36
OBSERVACIONES :	

FIRMAS

VENDEDOR :	APROBADO POR :	CLIENTE :

REQUISITOS PARA EL CASO DE CRÉDITO

PERSONA NATURAL : <ul style="list-style-type: none"> -- Copias claras de las cédulas del deudor y cónyuge -- Copias de licencia de conducir del deudor -- Referenciales bancarios deudor y/o cónyuge -- Certificado de trabajo en relación de dependencia, copia de los tres últimos roles de pago o comisiones -- Copia del pago de impuesto predial, casa(s) terreno(s) -- Copia de matrícula de vehículo(s) del deudor -- Recibo de pago de luz, teléfono o agua del domicilio -- Certificado de inscripción cónyuge/compañero matrimonial -- Otros: 	EMPRESAS, NEGOCIO PROPIO O COMERCIANTES : <ul style="list-style-type: none"> -- Copia balances presentados Superintendencia de Cias 2 últimos años -- Copias de escrituras de constitución o estatutos de la Cia -- Certificados bancarios de empresa y garante -- Copia de RUC -- El garante será el representante legal o mayor accionista de la empresa y deberá cumplir con los requisitos para persona natural -- 3 Últimas declaraciones del IVA o retención en la fuente presentados al SRI -- 2 referencias comerciales, en papel membretado original con sello y firma y teléfono, con promedios de compra/venta mensual, forma de pago, producido -- Último balance a la fecha -- Documento que acredite que está autorizado para adquirir crédito para la empresa -- Otros:
---	---

Nota : Precios y condiciones de financiamiento sujetos a cambios sin previo aviso

CHEVROLET

VAN

N200

14.320.

entrada # 5000

48 pagas # 315



SIEMPRE CONTIGO



CHEVROLET

PROFORMA DE MATERIALES



COMERCIAL KYWI S.A.
 Matriz: Av. 10 de Agosto N24-59
 y Luis Cordero. Quito
 Telf. 3987900

RUC 1790041220001
CONTRIBUYENTE ESPECIAL – RESOL. SRI 5368
 P R O F O R M A D O L A R E S
 DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

AGENCIA 020 (C.C. QUICENTRO SUR) Quito
 QUITUMBE NAN SN Y RAFAEL MORAN

Fono: 024000271/ 024000272

Señor (es): DIANA NARANJO
 Código: 888885
 Dirección:
 Ciudad: QUITO

RUC:
 Vend: 14 EDUARDO LOZA
 Fecha de Emisión: 11/03/2011

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	P. UNITARIO	TOTAL	
130435	LLAVE SENCILLA SHELBY EDESA	12	\$7,83	\$93,96	
133183	LLAVE ANGULAR LAV.C/MANGUERA D	18	\$8,62	\$155,16	
134570	DESAGUE 1 1/4 PP + SIFON 1 1/4	12	\$6,25	\$75,00	
151610	DUCHA MOSSINI CR SENCILLA	12	\$13,20	\$158,40	
181188	LLAVE JARDIN P/MANGUERA BR C/A	10	\$5,62	\$56,20	
181269	LLAVE D/PASO BRONCE EDESA LIVI	6	\$5,18	\$31,08	
137472	JGO HERRAJE UNIVERSAL EDESA	6	\$8,03	\$48,18	
135917	EMPAQ P/VALVUL COCI C/5 451.15	6	\$0,65	\$3,90	
134554	DESAGUE 1 1/2 PP + SIFON 1 1/2	6	\$5,91	\$35,46	
165719	CODO POLIPROP ROSC. 1/2" X 45	10	\$0,66	\$6,60	
122041	LLAVE ANGULAR INODORO C/MANGUE	10	\$7,39	\$73,90	
472115	CARRETILLA SIEDEC 400KG REFORZA	3	\$61,50	\$184,50	
3-6-9		S/I			
> CONDICIONES EFECTIVO		> SUBTOTAL > DESCUENTO > DESCUENTO > TOTAL		\$922,34 \$0,00 \$922,34	
Vta.tarifa 12	Vta.tarifa 0	Tot.Vta.Neta	IVA Tar. 12	IVA Tar.0	TOTAL A PAGAR
\$823,52	\$0,00	\$823,52	\$98,82	\$0,00	\$922,34
Esta proforma tiene validez solo con el nombre, firma del vendedor y sello de COMERCIAL KYWI S.A. En el caso de existir cambios de precios por nuestros proveedores y/o modificaciones cambiarias oficiales que afecten al costo de la mercadería, nos veremos obligados a actualizar precios en el momento de la facturación previo su conocimiento.					
Los precios unitarios de esta proforma SI incluyen I.V.A.					
FIRMA: ESTABLECIMIENTO		FIRMA: _____ CLIENTE			

PROFORMA EQUIPO DE CÓMPUTO

CRÉDITO DIRECTO SIN GARANTE



Suc. 1. AV. Maldonado s26-13 y Cusubamba (GUAJALO) : TEL. 2687-043
SERVICIO TÉCNICO Av. Maldonado s26-13 y Cusubamba TEL.- 2688331

CLIENTE:

ASESOR: JENNYFER

FECHA:

TELÉFONO: 089952101

SIENTE EL PODER DE LA TECNOLOGÍA EN TUS MANOS
VALIDO POR 8 DIAS
PROFORMA

COMBOS FULL.

PROCESADOR INTEL	Intel Dual core 3.06GHZ
MAINBOARD	641
Tarjeta de red 10/100 INCORPORADA	✓
Tarjeta de sonido 3D INCORPORADA	✓
Tarjeta de video 512 MB INCORPORADA	✓
Lector de tarjetas SD 7.1	✓
DISCO DURO	300 GHZ
MEMORIA RAM DDR 3 MB.....GHZ EN (SATA)	2048
DVD WRITER LECTOR QUEMADOR EN SATA	DVD-VCD-MP3
CASE ALTEK 7 PUERTOS USB	✓
MOUSE OPTICO CON SCROLL	No. / on
TECLADO FULL MULTIMEDIA	✓
PARLANTES	Web cam.
REGULADOR DE VOLTAJE	✓
COBERTORES DE 4 PIEZAS	✓
MESA TRES PISOS	SILLA GIRATORIA CROMADA
MONITOR	19" PULGADAS LCD SAMSUNG O LG
IMPRESORA CANON 250 color y negro	(Copia, escanea e imprime) MULTIFUNCIÓN

ENTRADA: 0

CUOTAS: 75

MESSES: 12

PRECIO DE CONTADO \$

REQUISITOS

- ✓ Copia de Cédula
- ✓ Dos referencias personales con Teif. Convencional
- ✓ Copia de planilla de agua

SERVICIOS

- ✓ Garantía Hasta 3 años
- ✓ Mantenimiento GRATUITO(3 veces por año)
- ✓ Disponibilidad inmediata

\$ 640.



PROFORMA DE MAQUINARIA Y HERRAMIENTAS

COMERCIAL KYWI S.A.

PROFORMA No. 004621
DOCUMENTO SIN VALOR COMERCIAL

11/02/10
17:57:4

AGENCIA 20 (QUICENTRO SUR)
CUC : 1790041220001
TELEFONO : 271
CIUDAD : QUICEN-SUR

Pagina :

FECHA DE EMISION : 2011/02/03

VALIDO HASTA : 2011/02/20

Mod.Cliente: 888885 0
 Sr.(s) : PROFORMA MATERIALES BASICOS SRA.DIANA NARANJO
 DIRECCION : URB.EL CONDE 3 CASA N127
 TELEFONO : 2699740
 VENDEDOR : JUAN PABLO GUEVARA

CODIGO	DESCRIPCION	CANT.	PREC-UNIT	TOTAL
464937	COMPRESOR H 2HP 6GL 120V 115PSI TRUPER	1	202,991071	202,991071
461911	MANGUERA P/COMPRESOR TRUPER 10MT*3/8"	1	18,446429	18,446429
461717	PISTOLA THOMAS 527 P/COMPRESOR	1	18,642857	18,642857
462659	JGO.5PZ ACOPLER P/COMPRESOR MINTCRAFT	1	4,678571	4,678571
532258	JGO. 205PZ HERRAMIENTAS MANUALES TOPMOST	1	51,080357	51,080357
546895	LLAVE DE TUBO 10" 95IB-87-622 STANLEY	1	12,116071	12,116071
546925	LLAVE DE TUBO 18" 95IB-87-625 STANLEY	1	25,607143	25,607143
522244	ARCO PARA SIERRA 12" USO PESADO TRUPER	1	9,892857	9,892857
521078	SERRUCHO 18" PROFESIONAL STANLEY	1	9,241071	9,241071
571016	PALA CUADRADA HANSA	1	9,419643	9,419643
* 569909	ZAPAPICO 5LB TRUPER MANGO MADERA	1	16,950000	16,950000
530476	BAILEJO FORJADO 8" TRUPER	1	9,223214	9,223214
530484	BAILEJO FORJADO 10" TRUPER	1	11,116071	11,116071
544876	JGO. 10PZ DESARMADORES STANLEY PRO	1	22,312500	22,312500
457140	TALADRO DEWALT 1/2" PVVR 980W DWD520K	1	258,562500	258,562500
453099	AMOLADORA D28402 4 1/2" 1000W 11000RPM	1	113,401786	113,401786
453048	SIERRA CIRCULAR DEWALT 7 1/4" 1400W	1	131,651786	131,651786
562033	CAJA HERRAM RIMAX 24" NEGRA CERRA.METAL	1	17,830357	17,830357
622494	ESMERIL ELECTRICO PRETUL 1/6HP 5" HOBBY	1	50,017857	50,017857
462098	SOLDADORA INDURA 195A 110-220V	1	190,000000	190,000000
483915	DISCO DIAMANTE CONTINUO 4" TRUPER	1	6,285714	6,285714
529907	DISCO CORTE ACERO INOX 115X2MM	1	1,928571	1,928571
541516	MAZO DE GOMA 80Z TRUPER	1	3,080357	3,080357
542199	COMBO DE 3LB STANLEY 64-56-400	1	11,223214	11,223214
525162	CINCEL CORTE FRIO 7/8"*12" TRUPER	1	4,901786	4,901786
525421	PUNTA 30CM*3/4" TRUPER	1	3,758929	3,758929
523569	FORMON 1 1/2" STANLEY 64-16-118	1	5,000000	5,000000
541346	MARTILLO UNA 200Z MANGO MADERA TRUPER	1	5,223214	5,223214
497312	KIT P/INSTALAR CERRADURAS 15PZ TRUPER	1	10,669643	10,669643
590274	ESCALERA T2 DOBLE FRENTE 1.22MT ALUMN	1	88,044643	88,044643
590282	ESCALERA T2 DOBLE FRENTE 1.83MT ALUMN	1	122,089286	122,089286

* ---> CODIGOS EXENTOS DE IVA	SUBTOTAL	:	1.445,39
	IVA	:	171,41
PAGUE COMO PAGUE KYWI LE OFRECE LOS MEJORES PRECIOS	TOTAL	:	1.616,80

FIRMA :



FIRMA :
