



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

**TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO EN INGENIERÍA
EN MARKETING**

**TEMA: PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN
DE UNA EMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA LIMPIEZA DE
VENTANAS DE EDIFICIOS UBICADO EN EL CENTRO NORTE
EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.**

AUTOR: WASHINGTON DAVID OBANDO S.

DIRECTOR: ING. MARCOS GARCÍA.

QUITO, DICIEMBRE, 2010

DEDICATORIA

Quiero dedicar mi tesis de grado a mis seres más queridos,

Mi familia!!

*A mi esposa y a mi hija, quienes con su amor y apoyo me han impulsado
a culminar una meta más en mi vida.*

*A mi padre y madre por todo el apoyo recibido en todos estos años tanto
económicos como afectivos.*

Por último a mis hermanos por todo su cariño.

DAVID OBANDO.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por guiar mi camino, por darme la fortaleza

Que necesito para seguir adelante en cada una

De mis metas propuestas y agradezco

A mi familia por su apoyo constante e incondicional.

RESPONSABILIDAD

Del contenido de la presente tesis, se responsabiliza en su totalidad al autor de la misma.

WASHINGTON DAVID OBANDO SUÁREZ

C.I. 170964027-8

Autora de la Tesis

CERTIFICACIÓN

Certifico que la presente tesis: PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA LIMPIEZA DE VENTANAS DE EDIFICIOS UBICADO EN EL CENTRO NORTE EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO. A sido realizada en su totalidad por el señor Washington David Obando Suárez. Tiempo en el cual ha demostrado total y compromiso.

ING. MARCOS GARCÍA.

Índice.

CAPÍTULO I	17
1.- INTRODUCCIÓN.....	17
2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	18
3.- JUSTIFICACIÓN.....	19
4.- OBJETIVOS.....	19
4.1.- OBJETIVO GENERAL.....	19
4.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS	20
5.- HIPÓTESIS.....	20
6.- VARIABLES.....	21
6.1.- VARIABLE DEPENDIENTE.....	21
6.2.- VARIABLES INDEPENDIENTES.....	21
7.- MARCO REFERENCIAL.....	21
7.1. -MARCO TEÓRICO	21
7.1.1.- LOS ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD Y PREFACTIBILIDAD	21
7.1.2.- PREFACTIBILIDAD.....	22
7.1.3.- FACTIBILIDAD.....	24
7.1.4.- EVALUACIÓN DE LOS ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD.....	25
7.1.5.- EVALUACIÓN TECNICA.....	27
7.1.6.- EVALUACIÓN ECONÓMICA.....	28
7.1.7.- EVALUACIÓN SOCIAL.....	28
7.1.8.- EVALUACIÓN INSTITUCIONAL.....	29
7.2.- MARCO CONCEPTUAL.....	31
7.2.1.- LIMPIEZA DE VENTANAS.....	31
7.2.2.- SEGURIDAD	31
7.2.3.- TECNOLOGÍA	32

8.- METODOLOGÍA.....	32
8.1.- TIPOS DE ESTUDIO.....	32
8.1.1.- DESCRIPTIVO	32
8.1.2.- EXPLORATORIO.....	32
9.- MÉTODOS DE ESTUDIO	33
9.1.- INDUCTIVO	33
10.- FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACION.....	33
10.1.- SECUNDARIA.	33
10.2 PRIMARIA	33
11.- TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACION.....	33
11.1.- PRIMARIA.....	33
12.- TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACION.....	34
13.- TIPO DE MUESTREO	34
CAPÍTULO II.....	35
2.-Macro entorno.....	35
2.1. Entorno económico.	35
2.2 ENTORNO POLÍTICO.	40
2.3 ENTORNO LEGAL. (Anexos 1).....	41
2.4 TECNOLOGÍA.....	41
2.4.2 ANCLAJES.....	41
2.4.3 PLATAFORMAS	42
2.4.4 ACCESORIOS.....	42
3.- MICRO ENTORNO.....	42
3.1. COMPETENCIA DIRECTA.....	42
3.2. COMPETENCIA INDIRECTA.....	43
3.3. MERCADO OBJETIVO.	43

3.4. PROVEEDORES.....	43
3.5. PRODUCTOS SUSTITUTOS.....	44
CAPÍTULO III.....	45
ESTUDIO DE MERCADO.....	45
1.- OBJETIVO GENERAL	45
2.- OBJETIVOS ESPECIFICOS	45
3.- HIPÓTESIS.....	46
4.- METODOLOGÍA.....	46
4.1. TIPOS DE ESTUDIO	46
4.1.1. DESCRIPTIVO.....	46
4.1.2. EXPLORATORIO.....	46
5.- METODOS DE ESTUDIO	47
5.1. METODO INDUCTIVO.....	47
5.2. FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACION	47
5.2.1. PRIMARIAS.....	47
5.2.2. SECUNDARIAS.....	47
6.- TECNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACION.....	48
6.1. ENCUESTAS PERSONALES.....	48
6.2. TIPO DE MUESTREO.....	48
7.- TAMAÑO DE LA MUESTRA.....	48
7.1. DATOS	49
7.2. FORMULA.....	49
9.-Análisis y tabulación encuestas.....	50
ANALISIS DE LA DEMANDA.....	65
CAPÍTULO IV.....	67
1.- macro localización.....	67

Tabla 13 MACRO LOCALIZACIÓN	67
ORGANIGAMA ESTRUCTURAL	70
2.- LEGAL.....	72
2.1. FACTOR LEGAL.....	72
PROCESO DE CONTROL	85
Valores.....	89
Políticas.....	90
Políticas Administrativas.....	91
Políticas de Servicio.....	91
3.4.- TALENTO HUMANO.....	93
GERENTE GENERAL.....	93
MANUAL JEFE COMERCIALIZACIÓN.....	95
MANUAL VENTAS.....	97
FORMULARIO DE REQUISICIÓN DEL PERSONAL	103
Sistemas de Selección:	104
Técnicas de Selección.....	105
Etapas de la entrevista de selección.....	106
Pruebas de conocimiento o de capacidad.....	107
Pruebas de personalidad.....	107
INDUCCIÓN.....	108
CAPACITACIÓN:.....	108
Sistemas de Evaluación y Valoración:.....	109
Infraestructura.....	112
Enumeración de las Áreas de la Empresa.....	112
CAPÍTULO V.....	113
1.- ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX.....	113

1.1.- Estrategias de producto.....	113
CAPITULO VI.....	118
ESTUDIO FINANCIERO	118
Inversiones.....	119
Inversión en activos fijos.	119
Inversión en activos diferidos.	122
Capital de Trabajo.....	123
INVERSIÓN TOTAL.....	125
FUENTES DE FINANCIAMIENTO.	125
Costos de Ventas.....	126
Amortizaciones.	127
Depreciaciones.....	128
AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.....	129
INGRESOS PROYECTADOS.....	135
Estado de Situación Inicial.....	136
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	137
Estado de Situación Financiera Proyectada.	139
FLUJO DE FONDOS	140
INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA.....	143
DETERMINACIÓN DE LA TMAR.....	143
Cálculo de la TMAR.....	143
VALOR ACTUAL NETO (VAN).....	144
TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).	146
PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.....	148
Relación Beneficio – Costo (B/C).	149
Relación Costo – Beneficio (C/B).	151

Punto de Equilibrio.....	152
CAPÍTULO VII.....	153
CONCLUSIONES.....	153
RECOMENDACIONES.....	154
BIBLIOGRAFÍA.....	155

Índice de Tablas.

TABLA 1 INFLACIÓN.....	35
TABLA 2 PIB.....	36
TABLA 3 TASA ACTIVA Y PASIVA.....	38
TABLA 4.....	50
TABLA 5.....	51
TABLA 6.....	52
TABLA 7.....	54
TABLA 8.....	56
TABLA 9.....	58
TABLA 10.....	59
TABLA 11.....	61
TABLA 12.....	63
TABLA 13 MACRO LOCALIZACIÓN.....	65
TABLA 14 CALIFICACIÓN MACRO LOCALIZACIÓN.....	66
TABLA 15 MICRO LOCALIZACIÓN.....	66
TABLA 16 CALIFICACIÓN MICRO LOCALIZACIÓN.....	67

Índice de Gráficos.

GRÁFICO 1.....	50
GRÁFICO 2.....	52
GRÁFICO 3.....	53
GRÁFICO 4.....	55
GRÁFICO 5.....	57
GRÁFICO 6.....	58
GRÁFICO 7.....	60
GRÁFICO 8.....	62
GRÁFICO 9.....	64

Índice de Cuadros.

CUADRO EQUIPO DE INSTALACIÓN.....	120
CUADRO EQUIPO DE CÓMPUTO.....	120
CUADRO EQUIPO DE OFICINA.....	121
CUADRO VEHICULO.....	121
CUADRO INVERSIÓN ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES.....	122
CUADRO INVERSIÓN TOTAL.....	124
CUADRO FUENTES DE FINANCIAMIENTO.....	125
CUADRO COSTO DE VENTAS.....	126
CUADRO AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS.....	127
CUADRO DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS.....	128
CUADRO PRESTAMO.....	129
CUADRO INGRESOS PROYECTADOS.....	134
CUADRO ESTADO DE SITUACIÓN ACTUAL.....	136
CUADRO ESTADO DE RESULTADOS.....	138
CUADRO BALANCE GENERAL.....	140
CUADRO FLUJO NETO DE EFECTIVO.....	140

CUADRO VAN.....145

CUADRO TIR.....147

RESUMEN EJECUTIVO.

Se realizara un proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la limpieza de ventanas de edificios en el Distrito Metropolitano de Quito.

Se investigara, de manera conceptual y teórica las variables que inciden en el proyecto respaldado de fuentes secundarias de recopilación de información como son el INEC, Banco Central del Ecuador, entre otros.

Se analizara los entornos macro, micro y del sector que determinen los distintos factores que influyen o van a influir en la propuesta de la creación de la nueva empresa.

Se efectuara una investigación de mercados que establezca el comportamiento de la demanda y oferta en el segmento potencial.

Se realizara un estudio técnico que establezca la macro, micro localización estructura organizacional y la base legal de la futura empresa en el Distrito Metropolitano de Quito.

Se efectuara estrategias de marketing mix para introducción y posicionamiento del nuevo servicio.

Se realizara y enlizará un estudio financiero que determine la rentabilidad, solvencia, y liquidez que genere el proyecto.

CAPÍTULO I

1.- INTRODUCCIÓN.

TEMA:

PROYECTO DE PREFACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA QUE SE DEDIQUE A LA LIMPIEZA DE VENTANAS DE EDIFICIOS UBICADO EN EL CENTRO NORTE EN EL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO.

La implementación de esta empresa está enfocada al segmento de los servicios ya que se dedicará a la limpieza de ventanas de edificios, estos pueden ser oficina, vivienda, entre otros.

Se ha elegido constituir esta organización por que no existen organizaciones que se dedique a brindar estos servicios, la competencia indirecta que se podría tener son las empresas que se dedican a la limpieza de ventanas de casas.

Otra de las razones seria el constante crecimiento del sector inmobiliario específicamente la construcción de edificios, de esta manera existe una oportunidad de mercado. En el *estudio de mercado* que se realizó mediante encuestas a los señores administradores de edificios que se encuentran en la parte centro norte del Distrito

Metropolitano de Quito, podemos constatar que existe una demanda insatisfecha por razón de que ellos estarían dispuestos a contratar estos servicios por que no existe una empresa que se dedique a estos servicios.

Hay que tomar en cuenta que la empresa de limpieza de ventanas de edificios será de alto riesgo por lo cual se debe tomar todas las precauciones del caso como por ejemplo, seguro de vida para los trabajadores, arnés de seguridad, tecnología de punta.

La organización se localizara en el Distrito Metropolitano de Quito.

2.- PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

La organización que se constituirá es para brindar los servicios de limpieza de ventanas de los edificios como por ejemplo: edificios de oficinas, edificios de vivienda, entre otros, es porque existe una demanda insatisfecha del mercado por lo cual da lugar a la creación de la empresa.

Existe una demanda que supera a la oferta, este es un servicio innovador y pionero en el Distrito Metropolitano de Quito.

Esta organización será constituida y trabajara en el Distrito Metropolitano de Quito.

3.- JUSTIFICACIÓN.

La organización se encargara de satisfacer a una demanda latente y obtener una rentabilidad la cual será analizada mediante el correspondiente estudio financiero.

Esta compañía dará un aporte estético a la ciudad de Quito ya que se mantendrá los edificios en excelente estado en su exterior lo cual es agradable a la vista tanto de turistas como de los habitantes de la ciudad.

Este estudio de pre factibilidad nos encaminara a la implementación de esta empresa.

4.- OBJETIVOS.

4.1.- OBJETIVO GENERAL

Realizar un proyecto de pre factibilidad para la creación de una empresa que se dedique a la limpieza de ventanas de edificios ubicados en el Centro Norte en el Distrito Metropolitano de Quito

4.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Investigar referencial, conceptual y teóricamente las variables que incide en el proyecto respaldado en fuentes secundarias de recopilación de información.
- Analizar los entornos macro, micro y sector que determinen los distintos factores que influyen o van a influir en la propuesta.
- Efectuar una investigación de mercados que establezca el comportamiento de la demanda y la oferta en el segmento potencial.
- Realizar un estudio técnico que establezca la macro, micro localización, estructura organizacional y la base legal de la futura empresa.
- Efectuar estrategias de marketing para introducción y posicionamiento del servicio.
- Realizar el estudio financiero que determine la rentabilidad solvencia y liquidez que genere el proyecto, apoyado en indicadores financieros como el VAN y el TIR.
- Realizar las conclusiones y recomendaciones.

5.- HIPÓESIS.

La creación de una empresa que se dedique la limpieza de ventanas de edificios ubicada en el sector centro norte del Distrito Metropolitano de Quito, es técnicamente y financieramente rentable superando el costo de oportunidad.

6.- VARIABLES.

6.1.- VARIABLE DEPENDIENTE.

El estudio de pre factibilidad de la creación de una empresa que se dedique a la limpieza de ventanas de edificios es técnica y financieramente rentable superando el costo de oportunidad, por la demanda estimada del mercado

6.2.- VARIABLES INDEPENDIENTES.

Es crear la empresa de limpieza de ventanas de edificios ubicada en el sector centro norte del Distrito Metropolitano de Quito.

7.- MARCO REFERENCIAL.

7.1. -MARCO TEÓRICO

7.1.1.- LOS ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD Y PREFACTIBILIDAD

Concluido, aprobado y validado el perfil del proyecto, es posible iniciar una segunda etapa del proceso de elaboración de un proyecto, que es la de los Estudios de

Pre factibilidad y / o de Factibilidad. En ese nivel, deben identificarse y analizarse con mayor detalle y profundidad los aspectos técnicos, financieros, económicos, legales, administrativos y ambientales del proyecto, con el propósito de clarificar con mayor certeza si el proyecto debe y puede ser ejecutado de la manera que fue concebido o si, por el contrario, requiere ajustes adicionales.

7.1.2.- PREFACTIBILIDAD.

En proyectos de gran complejidad, suelen diferenciarse dos etapas sucesivas dentro del análisis de su factibilidad. La primera, llamada de pre-factibilidad, permite ajustar y precisar las iniciales magnitudes establecidas en el

Los estudios de pre factibilidad y factibilidad perfil del proyecto, mediante procesos de investigación específicos o estudios adicionales que proveen información complementaria que sea requerida para la elaboración definitiva del Proyecto. Algunos ejemplos de esos estudios e investigaciones son los estudios de suelo, los cuales pueden ser determinantes de la posibilidad de edificar un proyecto en un determinado terreno; los estudios de mercado o de oferta y demanda, que permiten establecer las posibilidades de pago de los bienes o servicios que genere el proyecto; la investigación de las características de los sistemas operacionales y los condicionantes legales relacionados

con el proyecto, etc. A partir de todo ello, es posible elaborar el estudio definitivo del proyecto.

Otro de los aspectos que se suele incluir en un estudio de pre factibilidad es el análisis más detallado de varias posibles alternativas tecnológicas que puede tener el proyecto en para su ejecución y para su operación. La selección del mejor de varios posibles emplazamientos físicos, por ejemplo, es parte del análisis de alternativas. Otros aspectos que pueden ser también considerados son los relacionados con las diversas técnicas constructivas que pueden emplearse o, desde otra perspectiva, la posibilidad de desarrollar un proyecto en diversas etapas que paulatinamente incrementen nuevos elementos para mejorar la calidad del servicio provisto.

Tal como se deduce en todos esos ejemplos, el factor determinante para optar por una u otra alternativa es el económico y financiero, que será siempre, en última instancia, el factor dirimente que permita seleccionar entre dos o más alternativas aparentemente similares desde la perspectiva técnica o administrativa. En tanto que la variación de uno o más de los factores analizados puede tener implicaciones significativas en el desarrollo del proyecto, el estudio de pre-factibilidad suele ser sometido a un examen de "sensibilidad", que permite conocer los límites financieros y económicos dentro de los cuales el proyecto es realmente factible.

7.1.3.- FACTIBILIDAD.

La segunda etapa es la de factibilidad, en la que se establecen con suficiente detalle las magnitudes, tiempos, costos y otras características determinantes que precisa el proyecto para ser ejecutado y también para su funcionamiento.

Ello puede incluir la programación de las actividades que se requieren para la ejecución del proyecto, que puede incluir un mapa de procesos, un sistema de cronograma y ruta crítica, que permite programar los desembolsos financieros requeridos. Otros elementos requeridos en el estudio de factibilidad son los del análisis de la estructura organizacional del proyecto, su plan de monitoreo y evaluación, etc. Adicionalmente, se precisa contar con análisis económicos y financieros que permitan establecer la viabilidad del proyecto desde esas dos perspectivas.

La primera se refiere al análisis de los potenciales beneficios que podrá generar el proyecto en contrapartida a los costos que represente su ejecución y operación. Tales beneficios no suelen ser solo de carácter monetario, sino también de carácter más general: Los beneficios sociales que se derivan del funcionamiento de un proyecto no son siempre fáciles de establecer, pero es indudable que si existen.

Los análisis financieros, por otra parte, son bastante más objetivos: Un proyecto demanda de una inversión de recursos para su ejecución y también precisa de recursos para su funcionamiento; si ello se contrasta con los posibles ingresos que de manera directa o indirecta podría generar el funcionamiento del proyecto, se puede establecer su viabilidad financiera.

Otro aspecto que debe ser considerado en un estudio de factibilidad es el relacionado con los impactos sociales y ambientales que puede generar la ejecución y la operación de un proyecto. Se entienden como impactos todos aquellos cambios significativos que en el largo plazo pueden ocasionarse y que no necesariamente son los que estuvieron previstos como sus resultados esperados del proyecto. Si el funcionamiento de un proyecto genera deterioro en el ambiente, por ejemplo, esos efectos no deseados tienen que ser identificados de antemano, porque pueden demandar de la ejecución de obras de prevención o de remediación, que eviten que ese deterioro se incremente o sea irreversible. Los costos adicionales que ello demande deben ser imputados, tan pronto sean establecidos, a los costos del proyecto.

7.1.4.- EVALUACIÓN DE LOS ESTUDIOS DE FACTIBILIDAD.

Como se ha señalado, un estudio de factibilidad debe estar compuesto por varios componentes que tienen que ser examinados desde diversas perspectivas, que suelen agruparse en las siguientes:

- Evaluación técnica

- Evaluación económico - financiera

- Evaluación del impacto social y ambiental

La evaluación técnica debe demostrar que la ejecución del proyecto es posible tomando en consideración su localización en el territorio y su emplazamiento físico espacial; la verificación económica debe demostrar que el proyecto es económicamente posible y que generará beneficios objetivamente verificables para la población - objetivo; la verificación financiera debe comprobar que las inversiones requeridas para la ejecución del proyecto y los recursos necesarios para su funcionamiento existen y pueden ser recuperados en el corto, mediano o largo plazo y que el proyecto posee un grado de rentabilidad que justifique tales inversiones. Finalmente, la evaluación de los impactos sociales y ambientales debe comprobar que el proyecto no genera resultados imprevistos o negativos en el contexto social y ambiental en el que se emplazará, inclusive en el largo plazo, o que si tales impactos existen, es posible prevenirlos o remediarlos mediante inversiones adicionales de recursos que forman parte del presupuesto de ejecución y / o de operación del proyecto. Suele decirse que desde el punto técnico, todo problema tiene una solución, pero que el tiempo y especialmente el costo que esa solución demande son los parámetros que determinan su viabilidad. En efecto, es inusual que un proyecto sea descartado porque técnicamente no puede ejecutarse, aunque en ciertos casos excepcionales ello puede también ocurrir, por lo que el examen de las características técnicas del proyecto debe ser efectuado necesariamente.

Con mucha más frecuencia, son las verificaciones económicas y financieras las que determinan la factibilidad del proyecto. Normalmente, son las entidades que potencialmente pueden financiar el proyecto las que efectúan esas comprobaciones, que desde su propia perspectiva son indispensables para garantizar el retorno del financiamiento que tiene la intención de proveer. Empero, es también importante que el Municipio conduzca un proceso interno de evaluación en los casos de proyectos que sean financiados con recursos propios de la institución. Para ello, es recomendable considerar los siguientes aspectos:

7.1.5.- EVALUACIÓN TECNICA.

Desde la perspectiva técnica, es importante considerar la pertinencia del proyecto, es decir, la coherencia que el proyecto tienen como respuesta a las necesidades que lo originaron; debe también evaluarse su eficacia que, como se ha señalado antes, es la relación entre la inversión de recursos que demanda el proyecto y los resultados obtenidos a lo largo de un período. Asimismo, también es importante evaluar la coherencia que tanto interna como externamente deben tener los diversos componentes del proyecto para la consecución de los resultados esperados, lo cual implica considerar, por ejemplo, los efectos e impactos que el proyecto puede generar en el ambiente y que pueden afectar su futura sostenibilidad.

7.1.6.- EVALUACIÓN ECONÓMICA.

En términos económicos, la evaluación debe incluir la determinación de todos los costos del Proyecto, incluso los de inversión o capital, los de operación, de mantenimiento y otros costos que eventualmente puedan generarse; su nivel de eficiencia, que es la relación entre los costos del proyecto y los de los bienes o servicios que genera y los beneficios que de él se derivan y que son los efectos positivos que obtendrá la población objetivo gracias al proyecto, debiendo también evaluarse los efectos negativos que en la economía de la población puede tener por su operación, por ejemplo al requerirse el pago de los servicios o bienes provistos, lo cual puede ser determinante a la hora de establecer la sostenibilidad del proyecto.

7.1.7.- EVALUACIÓN SOCIAL.

Desde la óptica social, la evaluación debe considerar la relevancia del proyecto, es decir su nivel de prioridad dentro del conjunto de las necesidades existentes; la naturaleza específica de la población - objetivo considerada (su grado de pobreza, vulnerabilidad, exclusión, entre otros.), lo cual es determinante de los Impactos que se

espera obtener. Asimismo, desde la perspectiva social interesa detallar la diferencia que existe entre la situación inicial (línea de base) y la que se tendrá como resultado del proyecto, en términos de la satisfacción de la cobertura de las carencias o déficit que pueden tener los bienes o servicios que generará el proyecto.

7.1.8.- EVALUACIÓN INSTITUCIONAL.

Desde la óptica institucional, es necesario que la institución evalúe su propia capacidad, desempeño y experiencia acumulada en el manejo de proyectos similares, puesto que ello puede ser determinante para la definición de la modalidad que deba seguirse en las fases de ejecución y operación del proyecto. Por otra parte, también es necesario que considere el nivel de participación de la comunidad, puesto que su interés y compromiso con el proyecto serán asimismo gravitantes en su futuro desarrollo.

Un proyecto que sea financiado con recursos presupuestarios del propio municipio debe ser validado exclusivamente por el Concejo Municipal que en última instancia deberá decidir si el proyecto debe o no ejecutarse y asignar los recursos que demande su ejecución y funcionamiento. Es usual que esa decisión se haga por pedido del Alcalde que debe asumir la responsabilidad integral del proyecto, con el soporte del análisis técnico, económico, financiero y ambiental provisto por los funcionarios competentes del propio municipio.

También en este nivel es recomendable que el proyecto sea validado ante la comunidad, la cual debe conocer no solo sus características y costos, sino también las implicaciones que puede tener en su propia economía. Por ejemplo, es necesario que la comunidad entienda con claridad y asuma que la provisión de un servicio tendrá un costo, el cual deberá ser abonado regularmente por los usuarios.

Pero por otra parte, muchos proyectos tienen financiamientos parciales o totales de fuentes externas al municipio. En tales casos, es normal que la fuente financiera exija conocer los estudios del proyecto y efectúe sus propias verificaciones y evaluaciones, que suelen partir de una consideración relativa a la calificación del crédito que tiene el propio municipio, para constatar si la inversión de recursos demandados se justifica y puede ser recuperada.

Suele ser necesario que el estudio de factibilidad del proyecto se adapte a un determinado formato que, con diversas denominaciones, utilizan las entidades financieras para conocer y analizar los pedidos de financiamiento que se les hacen. En función de ello, la validación de un proyecto que tiene financiamiento que procede parcial o totalmente de fuentes ajenas al municipio debe ser validado no tan solo por el Concejo Municipal, sino también por el organismo proveedor de ese financiamiento.

7.2.- MARCO CONCEPTUAL.

7.2.1.- LIMPIEZA DE VENTANAS

Limpieza de ventanas es retirar la suciedad de las mismas ya sean polvo o manchas que se encuentran en ellas y de esta manera mantener limpia la ventana lo cual nos facilita que ingrese claridad y lograr una mejor visibilidad de los exteriores.

7.2.2.- SEGURIDAD

Seguridad al brindar el servicio es lograr garantía para los trabajadores, prevención de riesgos, identificación de factores de riesgo, estado de estructuras o líneas de trabajo, estado de equipo requerido para la labor, tomar medidas de seguridad ante los riesgos identificados (prevención), señalización, montaje de sistemas de retención, montaje de sistemas de protección, equipo certificado, anclajes línea de vida, redes de seguridad, cabos de unión o eslingas, bloqueadores mecánicos, arrestadores de caídas, disipadores de impactos, descendedores, mosquetones, arnés, casco, adiestramiento y entrenamiento de maniobras, mantenimiento y control del equipo de seguridad.

7.2.3.- TECNOLOGÍA

Tecnología combinan andamios eléctricos de gran calidad con tecnología de punta y un equipo de trabajo especializado, con lo cual se ahorra tiempo empleado en ejecución de la obra y costos.

8.- METODOLOGÍA

8.1.- TIPOS DE ESTUDIO

8.1.1.- DESCRIPTIVO

Se describirá los factores que inciden en la demanda y oferta del mercado de limpieza de ventanas de edificios mediante una investigación de mercados.

8.1.2.- EXPLORATORIO

Es una investigación preliminar y no se cuenta con la suficiente información.

9.- MÉTODOS DE ESTUDIO

9.1.- INDUCTIVO

Porque se va a investigar de manera particular las necesidades del mercado meta para llegar a una conclusión en general.

10.- FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACION

10.1.- SECUNDARIA.

Se utilizara una base de datos INEC, Banco Central del Ecuador, ONG.

10.2 PRIMARIA

Se realizar un trabajo de campo mediante encuestas personales.

11.- TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACION

11.1.- PRIMARIA

En esta investigación se utilizará técnicas primarias porque se realizará un trabajo de campo mediante encuestas personales.

12.- TÉCNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACION

Técnica de investigación por encuestas es el procedimiento de investigar para recolectar grandes cantidades de datos puros mediante formatos de preguntas y respuestas, en la que se requiere la presencia de un entrevistador capacitado que formula las preguntas y anota las respuestas del sujeto.

13.- TIPO DE MUESTREO

Este tipo de estudio será probabilístico aleatorio estratificado ya que se seleccionara a estratos específicos que corresponde al universo de estudio.

CAPÍTULO II

Analizar los entornos macro, micro, y sector que determinen los distintos factores que influyen o van a influir en la propuesta.

2.-Macro entorno.

En el macro entorno se analizara los sectores económicos, políticos, sociales, demográficos, legales y tecnológicos.

2.1. Entorno económico.

Tabla 1 TASA DE INFLACIÓN

AÑO	PORCENTAJES
JUNIO 2008	9,69%
JUNIO 2009	4,54%
MAYO 2010	3,24%

Fuente. Cuadro estadístico Banco Central del Ecuador.

Elaborado por. David Obando

Análisis

La inflación en estos tres años a disminuido lo cual es un progreso en el Ecuador por razón de que los precios de los productos de primera necesidad no se han elevado en un gran porcentaje, en el mes de junio 2009 la inflación bajo en unos cinco puntos con respecto a la inflación 2008, en cambio de junio a mayo 2010 la inflación ha reducido en aproximadamente un punto.

Es importante mencionar que esto es favorable por razón de que los costos fijos no se elevaran por lo cual se podrá mantener un precio para brindar estos servicios.

Tabla 2 PIB

AÑOS	PIB EN MILES DE MILLONES DOLARES
2005	36942.00
2006	41705.00
2007	45504.00
2008	54686.00
2009	51386.00

Año	Producto Interno Bruto (PIB) - Tasa de Crecimiento Real	Posición	Variación Porcentual	Fecha de la Information
2003	3,30 %	90		2002 est.
2004	2,50 %	129	-24,24 %	2003 est.
2005	5,80 %	59	132,00 %	2004 est.
2006	4,70 %	104	-18,97 %	2005 est.
2007	4,10 %	128	-12,77 %	2006 est.
2008	2,60 %	172	-36,59 %	2007 est.

Fuente. CIA World Factbook.

Elaborado por. David Obando.

Análisis

El producto interno bruto del 2006 al 2008 tuvo un incremento pese a la crisis económica mundial por razón de que el petróleo, camarón, banano tuvieron un incremento, en cuanto al 2009 el producto interno bruto a disminuido por la baja de los precios del crudo en cuanto a las remesas de los emigrantes también ha sido un factor considerable en esta baja ya que estas remesas disminuyeron.

Definición

Esta variable da el crecimiento anual del PIB ajustado por la inflación y expresado como un porcentaje.

Fuente

CIA World Factbook - A menos que sea indicado, toda la información en esta página es correcta hasta el 16 de mayo del 2008.

Tabla 3 TASA ACTIVA Y PASIVA

1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anual
Referencial para el segmento:		para el segmento:	
Productivo Corporativo	8.99	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.77	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.33	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.86	Consumo	16.30
Vivienda	10.56	Vivienda	11.33

Microcrédito Acumulación	22.65	Microcrédito Acumulación	25.50
Ampliada		Ampliada	
Microcrédito Acumulación	24.97	Microcrédito Acumulación	27.50
Simple		Simple	
Microcrédito Minorista	27.69	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.39	Depósitos de Ahorro	1.28
Depósitos monetarios	1.10	Depósitos de Tarjetahabientes	0.78
Operaciones de Reporto	0.30		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.68	Plazo 121-180	4.91
Plazo 61-90	3.64	Plazo 181-360	5.21
Plazo 91-120	4.80	Plazo 361 y más	6.69

Fuente. Cuadro estadístico Banco Central del Ecuador.

Elaborado por. David Obando

Análisis.

En cuanto al análisis de la tasa activa y pasiva, se analizara que existe un porcentaje elevado de diferencia entre las dos lo cual se debería regular para poder disminuir esta diferencia por razón de que es más del doble la activa con la pasiva.

2.2 ENTORNO POLÍTICO.

En los últimos años el Ecuador ha sufrido una inestabilidad tanto política y social por los cambios continuos de presidente este factor afecta la imagen del país con respecto a los demás países, y también afectara internamente.

El último presidente de Ecuador es Rafael Correa el cual tienen una tendencia política socialista del siglo 21, esto afectara de la misma manera en lo internacional nos somos bien vistos por los países que son potencias mundiales, esto quiere decir que no tendremos inversión extranjera.

En lo interno se tiene un nivel de desempleo y subempleo más elevado que los anteriores años, por lo cual el nivel de delincuencia también se elevó.

Por las tendencias políticas socialistas el Ecuador se ha convertido en país de oportunidades para los extranjeros como son los cubanos, colombianos, peruanos por

razón de que la mano de obra de estos emigrantes es más económica que mano de obra interna.

2.3 ENTORNO LEGAL. (Anexos 1).

2.4 TECNOLOGÍA.

La tecnología que será utilizada es de última punta, con arneses de alta seguridad para los operarios, andamios eléctricos, anclajes.

Suministramos andamios de tres clases de materiales:

Aleación de aluminio.

Acero con pintura electroestática.

Acero galvanizado.

2.4.2 ANCLAJES

El mecanismo de suspensión es parte vital del equipo, está compuesto por los contrapesos el brazo, las líneas de suspensión, de seguridad, y los soportes. Estos equipos cumplen con la normatividad internacional

Su instalación debe estar supervisada por una persona competente y entrenada en el manejo de los equipos.

2.4.3 PLATAFORMAS

De este tipo está a la vanguardia en el suministro de equipos para el mantenimiento de edificios, nuestro portafolio incluye desde plataformas unipersonales con silla de trabajo, hasta plataformas modulares de 1, 2 hasta 3 metros.

2.4.4 ACCESORIOS.

Sistemas motrices, cables de acero, cables eléctricos, y sistemas de protección de caídas de las más prestigiosas marcas.

3.- MICRO ENTORNO.

3.1. COMPETENCIA DIRECTA.

Existe empresas que se dedican a varios servicios relacionados con la construcción esto tiene que ver con mantenimiento de fachadas venta alquiler de

andamios, la competencia no especifica a que se dedica exactamente solo a realizar este servicio.

3.2. COMPETENCIA INDIRECTA.

Existe empresas de limpieza de ventanas de casas estos atienden hasta el segundo piso, existe limpieza de ventanas en silletas no en andamios.

Unilimpio.

Fumidez.

SML

3.3. MERCADO OBJETIVO.

Todos los edificios mayores de 3 pisos del sector norte de la ciudad de Quito.

3.4. PROVEEDORES.

Existen varios proveedores de productos de limpieza los cuales se utilizara para la limpieza de edificios como son jabón líquido, limpia vidrios y productos especiales de limpieza. Estos proveedores podrán ser Kymberly Clark, Familia Sencela, Zaymela, Brentag Ecuador, algunos de estos venden a detallistas y otros venden a mayoristas por lo cual tendremos acceso a los dos.

Los proveedores de andamios son varios y de varia índole por razón de que existe empresas de venta de andamios, alquiler de andamios cuando sea necesario para algún trabajo de urgencia, también existe la posibilidad de comprar los andamios a un distribuidor de Colombia el cual posee andamios de última tecnología.

3.5. PRODUCTOS SUSTITUTOS.

Los servicios y productos sustitutos son: empleadas domesticas, conserjes de edificios, empresas de limpieza de interiores, personas encargadas del aseo de servicios, productos de limpieza de ventanas.

CAPÍTULO III

ESTUDIO DE MERCADO.

Efectuar una investigación de mercados que establezca el comportamiento de la demanda y oferta en el segmento comercial.

1.- OBJETIVO GENERAL

Investigar la demanda y oferta que determine si el mercado requiere o no de este servicio y la competencia existente en el mismo.

2.- OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ✓ Determinar el precio para introducción del servicio en el mercado
- ✓ Establecer la intención y frecuencia del uso del servicio.
- ✓ Identificar que segmento es el que más demanda este servicio.
- ✓ Investigar que medio de comunicación será el más adecuado para una campaña promocional.

3.- HIPÓTESIS.

Existirá un 60% de demanda estimada en el mercado, por el crecimiento del sector de la construcción

4.- METODOLOGÍA

4.1. TIPOS DE ESTUDIO

4.1.1. DESCRIPTIVO.

Se empleara este tipo de estudio por que se realizara los componentes en lo que se desarrolle este mercado como son las necesidades, tendencias, preferencias, en torno a este tipo de servicios.

4.1.2. EXPLORATORIO.

Se escoge este tipo de estudio porque está centrada en recolectar datos primarios o secundarios mediante un formato de procedimientos informales de interpretación. ¿?

5.- METODOS DE ESTUDIO

5.1. METODO INDUCTIVO.

Se llevara a cabo de encuestas de manera particular a cada elemento elegido de la muestra para llegar a la conclusión general de su comportamiento en torno a la utilización de este servicio.

5.2. FUENTES DE RECOPIACIÓN DE INFORMACION

5.2.1. PRIMARIAS.

Investigación de campo que se lo efectuara a los administradores de los edificios por medio de una técnica cualitativa.

5.2.2. SECUNDARIAS.

Se va a direccionar a fuentes Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, Banco Central del Ecuador, Municipio del Distrito Metropolitano.

6.- TECNICAS DE RECOPIACIÓN DE INFORMACION

6.1. ENCUESTAS PERSONALES.

Método de investigación no es un método es una técnica por encuestas es el procedimiento de investigar para recolectar grandes cantidades de datos puros mediante formatos de preguntas y respuestas, en la que se requiere la presencia de un entrevistador capacitado que formula las preguntas y anota las respuestas del sujeto.

6.2. TIPO DE MUESTREO.

El tipo de estudio será probabilístico Aleatorio Estratificado

Lo utilizaremos por ubicación esto quiere decir todos los datos de nuestro universo pueden ser considerados para la investigación.

7.- TAMAÑO DE LA MUESTRA.

El tamaño de la muestra de cada estrato depende del tamaño de esa franja relativo a la población meta definida. Por consiguiente, los estratos mayores se muestran

más intensamente utilizando el muestreo estratificado proporcionado porque representa un porcentaje mayor de la población meta.

7.1. DATOS

$$N=2951$$

$$P= 0.5$$

$$Q= 0.5$$

$$e= 6\%$$

$$n= ?$$

7.2. FORMULA

$$n = \frac{4(pq)N}{e^2 (N - 1) + 4(pq)}$$

$$n= 244,73$$

$$n= 245$$

Fuente de universo. INEC

8.- CUESTIONARIO (Anexos 2).

9.-Análisis y tabulación encuestas.

PREGUNTA 1

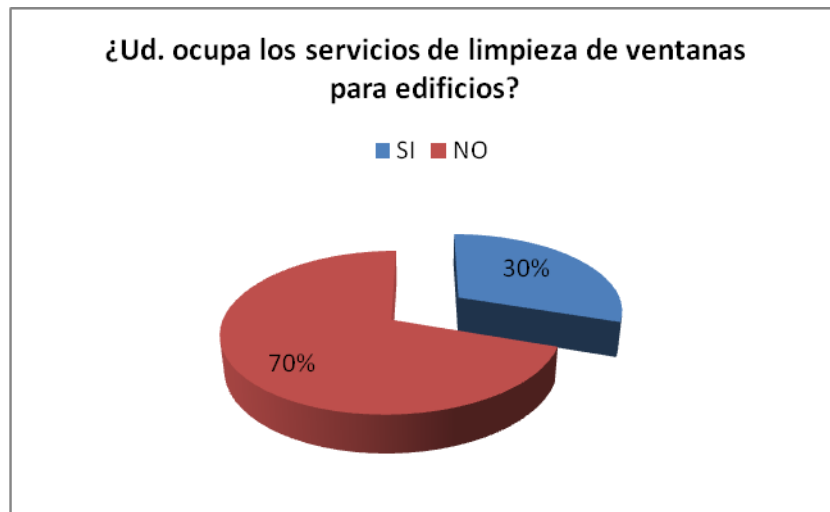
Tabla 4 Ocupa servicios de ventanas.

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1ª	SI	74	30%
1B	NO	171	70%
TOTAL		245	100%

Fuente. Investigación propia..

Elaborado por. David Obando

1 Grafico Ocupa servicios de ventanas.



Fuente. Investigación propia..

Elaborado por. David Obando

En la pregunta numero uno se analiza que un 30% del mercado si utiliza los servicios de limpieza de ventanas de edificios y un 70% no utiliza servicios de limpieza de ventanas por lo cual obtenemos una demanda la cual no está siendo atendida.

PREGUNTA 1 Demanda Virgen.

Tabla 5 Demanda Virgen.

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1C	SI	103	60%
1D	NO	68	40%
TOTAL		171	100%

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

2 Grafico Demanda Virgen.



Fuente. Investigación propia..

Elaborado por. David Obando

En este grafico se analiza la demanda latente que existe ya que el 70% del mercado que no está siendo atendido, está dispuesto a utilizar este tipo de servicio en un 60%.

PREGUNTA 2

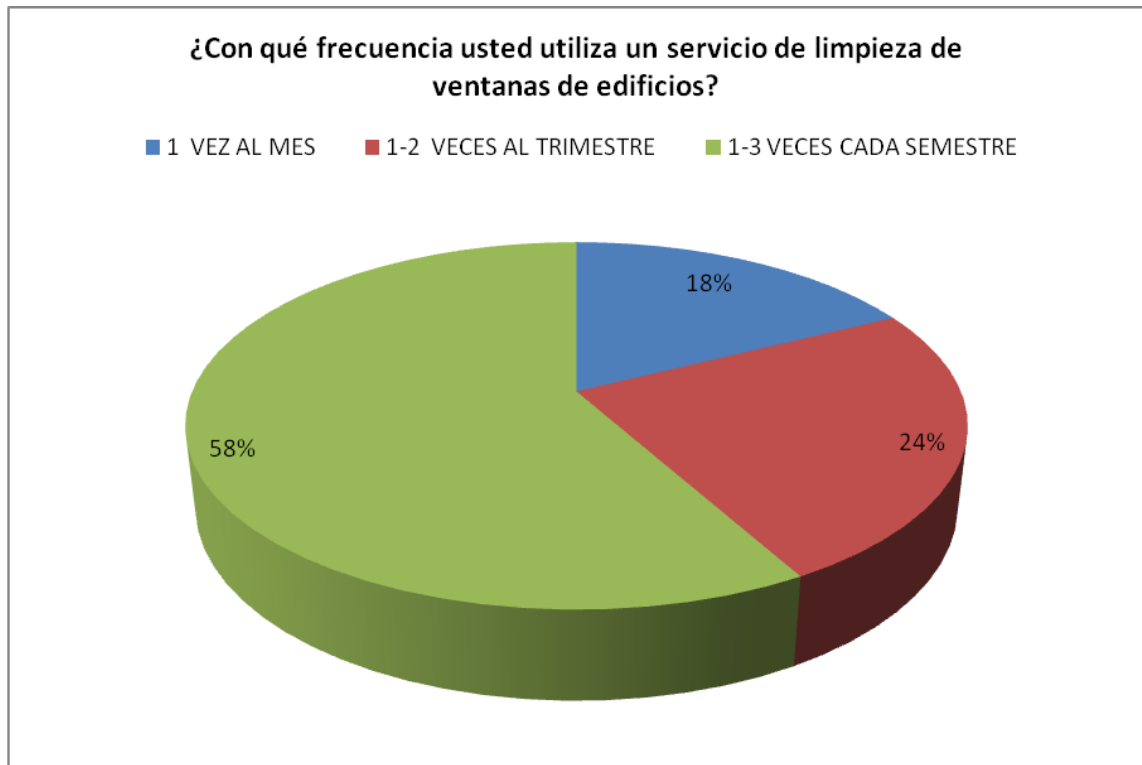
Tabla 6 FRECUENCIA DE LIMPIEZA VENTANAS.

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
2A	1 vez al mes	13	18%
2B	1-2 veces al trimestre	18	24%
2C	1-3 veces cada semestre	43	58%
TOTAL		74	100%

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

3 Grafico FRECUENCIA DE LIMPIEZA VENTANAS.



Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

En la pregunta numero dos se analizara que las personas que utilizan el servicio de limpieza de ventanas lo realizan aproximadamente cada 2 meses por lo cual se necesita estrategias para fidelizar estos clientes.

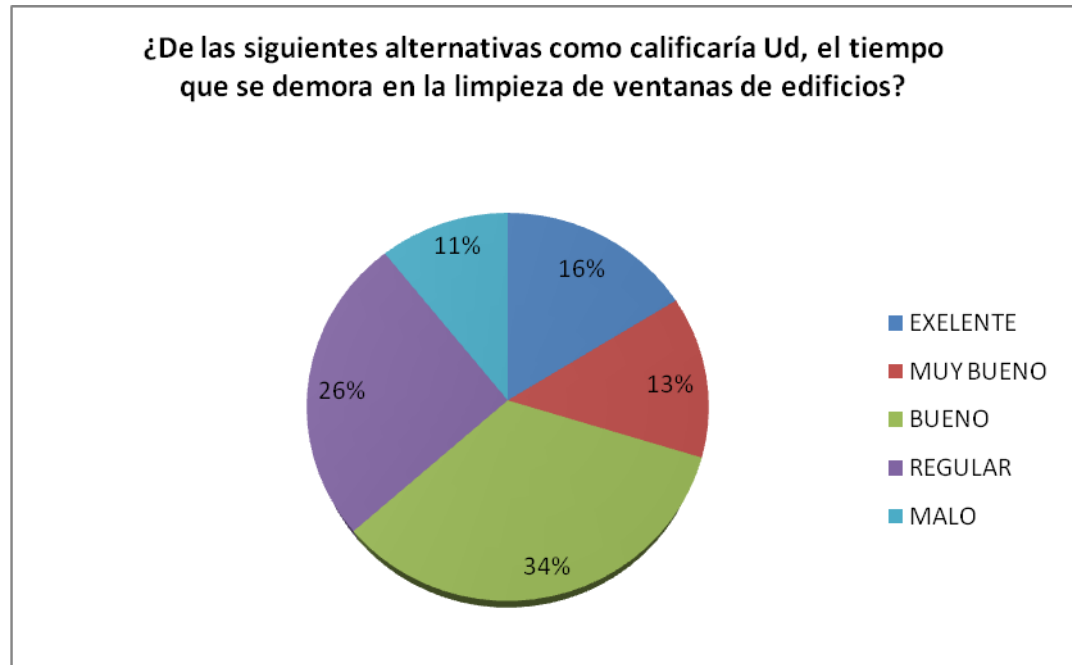
PREGUNTA 3**Tabla 7 TIEMPO DE LIMPIEZA DE VENTANAS**

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
3A	EXELENTE	12	16%
3B	MUY BUENO	10	13%
3C	BUENO	25	34%
3D	REGULAR	19	26%
3E	MALO	8	11%
TOTAL		74	100%

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

4 Grafico TIEMPO DE LIMPIEZA DE VENTANAS



Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

En la pregunta numero tres se podra analizar que el mercado que utiliza este servicio un 34% lo considera bueno, un 26% lo considera regular, un 11% malo por lo cual realizando estrategias de atención al cliente podemos acceder a este mercado.

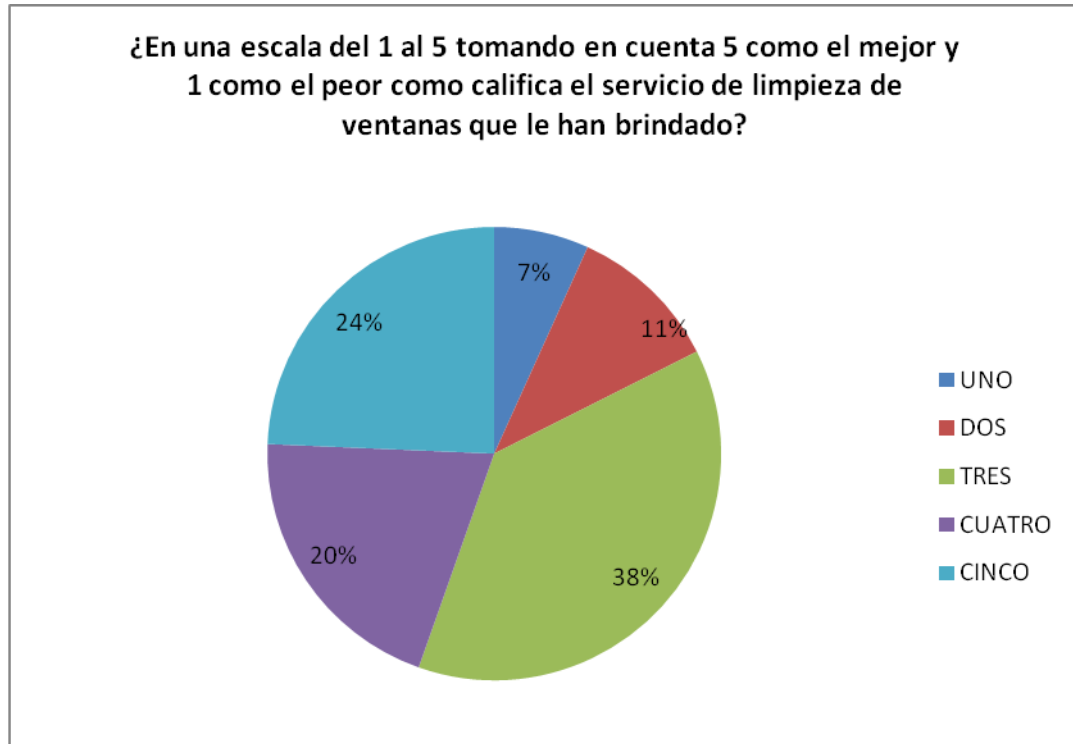
PREGUNTA 4**Tabla 8 CALIFICACIÓN DEL SERVICIO DE VENTANAS**

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
4A	UNO	5	7%
4B	DOS	8	11%
4C	TRES	28	38%
4D	CUATRO	15	20%
4E	CINCO	18	24%
TOTAL		74	100%

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

5 GRAFICO CALIFICACIÓN DEL SERVICIO DE VENTANAS



Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

En la pregunta numero 4 se podra analizar que elmercado que utiliza este servicio considera que el servicio prestado es de un nivel intermedio por lo cual podremos dar cuenta que no estan conformes totalmente con los servicios prestados.

PREGUNTA 5

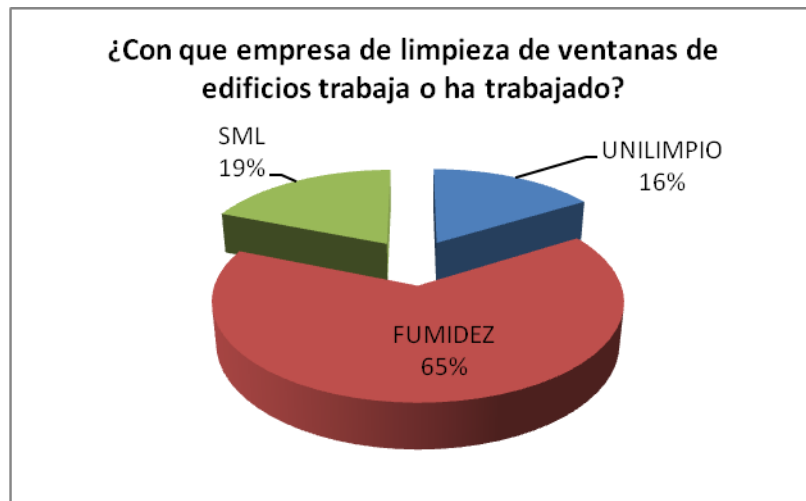
Tabla 9 COMPETENCIA

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
5 ^a	UNILIMPIO	12	16%
5B	FUMIDEZ	48	65%
5C	SML	14	19%
TOTAL		74	100%

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

6 GRAFICO COMPETENCIA.



Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

En la pregunta numero cinco se podra analizar la competencia de la nueva organización, con un 65% la empresa Fumidez que es la unica que se dedica exactamente al mismo servicio de limpieza y mantenimiento de ventanas de edificios ya que las otras dos empresas que fuerón mencionadas se dedican a lo que son servicios de limpieza en general de oficinas, casas edificios.

PREGUNTA 6

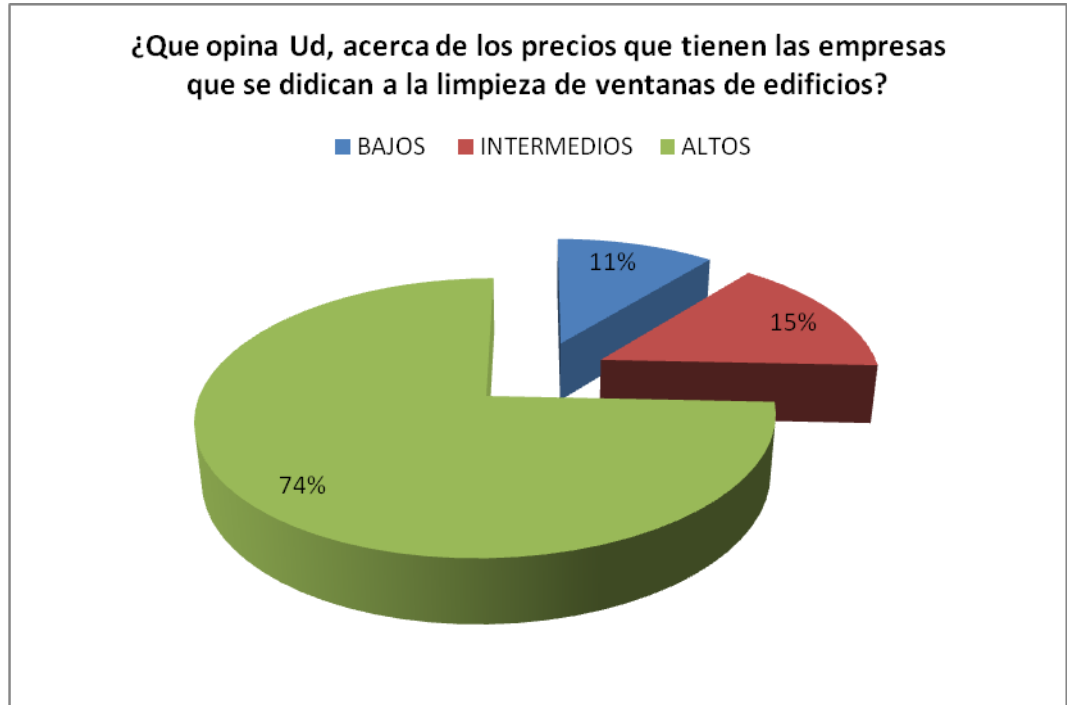
Tabla 10 PRECIO

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
6A	BAJOS	8	74%
6B	INTERMEDIOS	11	15%
6C	ALTOS	55	11%
TOTAL		74	100%

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

7 GRAFICO PRECIO



Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

En la pregunta numero 6 se analizara que el mercado considera que los precios de las empresas que brindan servicios de limpieza son altos por lo cual se puede ingresar al mercado con una estrategia de precios.

PREGUNTA 7

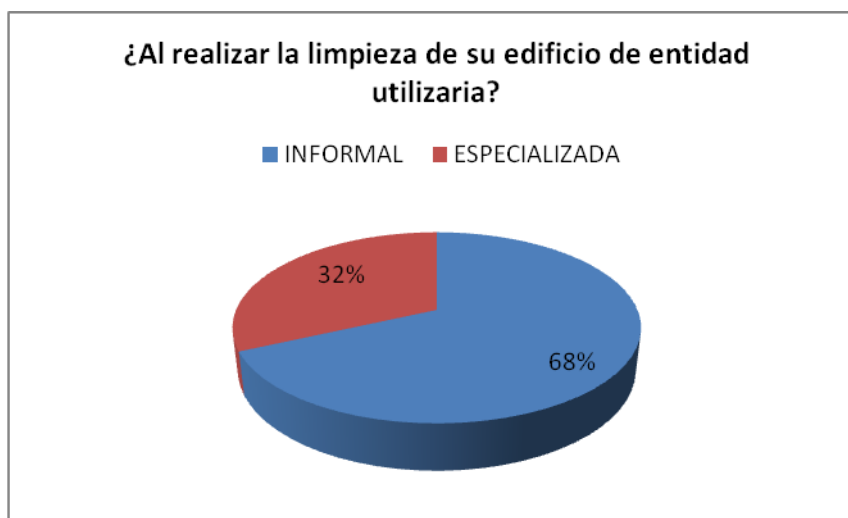
Tabla 11 TIPO DE SERVICIO

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
7 A	INFORMAL	167	32%
7B	ESPECIALIZADA	78	68%
TOTAL		245	100%

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

8 GRAFICO TIPO DE SERVICIO



Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

En la pregunta numero siete se podra analizar que el mercado utiliza en su mayoria servicios de limpieza informal ya que consideran que los servicios especializados de limpieza de ventanas de edificios tienen unos precios elevados como lo constatamos en la pregunta anterior.

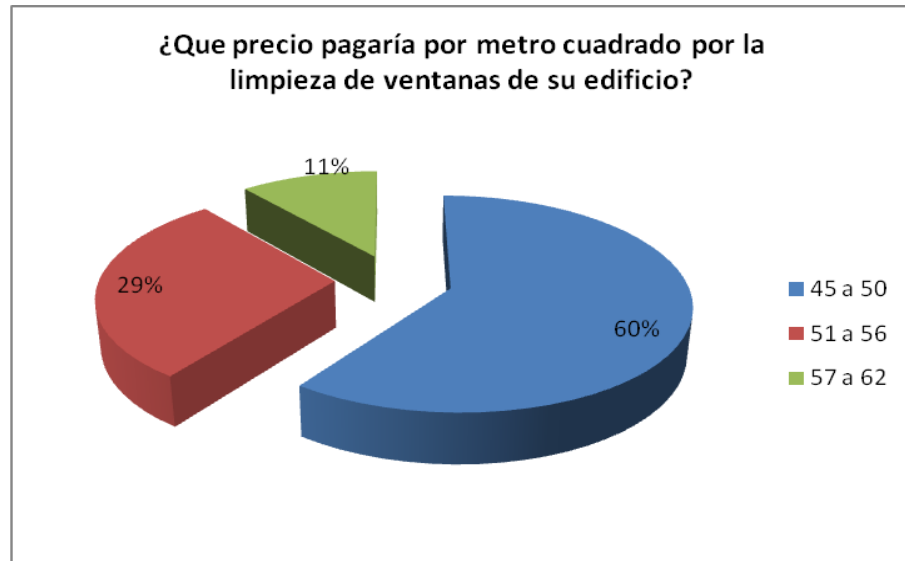
PREGUNTA 8**Tabla 12 PRECIO POR m²**

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
8A	DE 45 A 50	147	60%
8B	DE 51 A 56	71	29%
8C	DE 57 A 62	27	11%
TOTAL		245	100%

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

9 GRAFICO



Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

En la pregunta numero ocho podemos analizar el precio estimado de \$45 a \$50 que el mercado estaria dispuesto a pagar.

ANALISIS DE LA DEMANDA.

Ocupa servicios de ventanas.

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1 ^a	SI	74	30%
1B	NO	171	70%
TOTAL		245	100%

Demanda Virgen.

CODIGO	OPCIÓN	NÚMERO	PORCENTAJE
1C	SI	103	60%
1D	NO	68	40%
TOTAL		171	100%

DEMANDA COMPETENCIA	DEMANDA VIRGEN	DEMANDA ESTIMADA
$30\% * 2951 = 885$	$70\% * 2.951 = 2.066$ $60\% * 2.066 = 1.240$	$885 + 1.240 = 2.125$

Análisis de la demanda.

La demanda estimada para el servicio de limpieza de ventanas de edificios sería de 2.125 edificios, los mismos que 885 son de edificios que ya están siendo atendidos, y 1.240 que no están siendo atendidos, esto quiere decir que un 72% de edificios pueden ser atendidos.

CAPÍTULO IV

Realizar un estudio técnico que establezca la macro, micro localización estructura organizacional y la base legal de la futura empresa.

1.- macro localización.- Se la analizara mediante tablas

Tabla 13 MACRO LOCALIZACIÓN

	SECTOR 1 (NORTE)			SECTOR 2 (CENTRO)			SECTOR 3 (SUR)		
CERCANIA AL SEGMENTO	0,3	2	0,6	0,2	1	0,2	0,3	1	0,3
FLUJO VEHICULAR PEATONAL	0,1	2	0,2	0,2	2	0,4	0,2	2	0,4
VIAS ACCESO	0,2	3	0,6	0,3	2	0,6	0,1	3	0,3
SERVICIOS BASICOS	0,2	3	0,6	0,2	3	0,6	0,3	3	0,9
SEGURIDAD	0,2	2	0,4	0,1	1	0,1	0,1	1	0,1
TOTAL	1		2,4			1,9			2,0

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

Tabla 14 CALIFICACIÓN MACRO LOCALIZACIÓN

NÚMERO	CALIFICACIÓN
3	EXISTE TOTALMENTE
2	EXISTE MEDIANAMENTE
1	NO EXISTE

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

Análisis.- mediante los resultados de la tabla número 1, podemos verificar que el sector con mayor puntuación es el norte ya que se realizó el análisis de distintas variables.

2.- Micro localización.- la vamos analizar mediante una tabla

Tabla 15 MICRO LOCALIZACIÓN

	BARRIO 1			BARRIO 2			BARRIO 3		
CERCANIA AL SEGMENTO	0,3	1	0,3	0,3	2	0,6	0,2	1	0,2
FLUJO VEHICULAR PEATONAL	0,3	2	0,6	0,1	3	0,3	0,2	2	0,4
VIAS ACCESO	0,1	3	0,3	0,2	3	0,6	0,3	2	0,6
SERVICIOS BASICOS	0,3	3	0,9	0,2	3	0,6	0,2	3	0,6
SEGURIDAD	0,1	1	0,1	0,2	2	0,4	0,1	1	0,1
TOTAL			2,2	1		2,5			1,9

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

Tabla 16 CALIFICACIÓN MICRO LOCALIZACIÓN

NÚMERO	CALIFICACIÓN
3	EXISTE TOTALMENTE
2	EXISTE MEDIANAMENTE
1	NO EXISTE

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

Análisis.- mediante los resultados de la tabla número 2, se podrá verificar que el barrio con mayor puntuación es el numero 2 ya que se realizo el análisis de distintas variables.

3.- Estructura organizacional.- vamos a realizar una organización estructural, organización funcional, organización posicional.

3.1.- Organización estructural.- la organización estructural es realizar un organigrama donde se ubica solamente los departamentos de la organización.

ORGANIGAMA ESTRUCTURAL

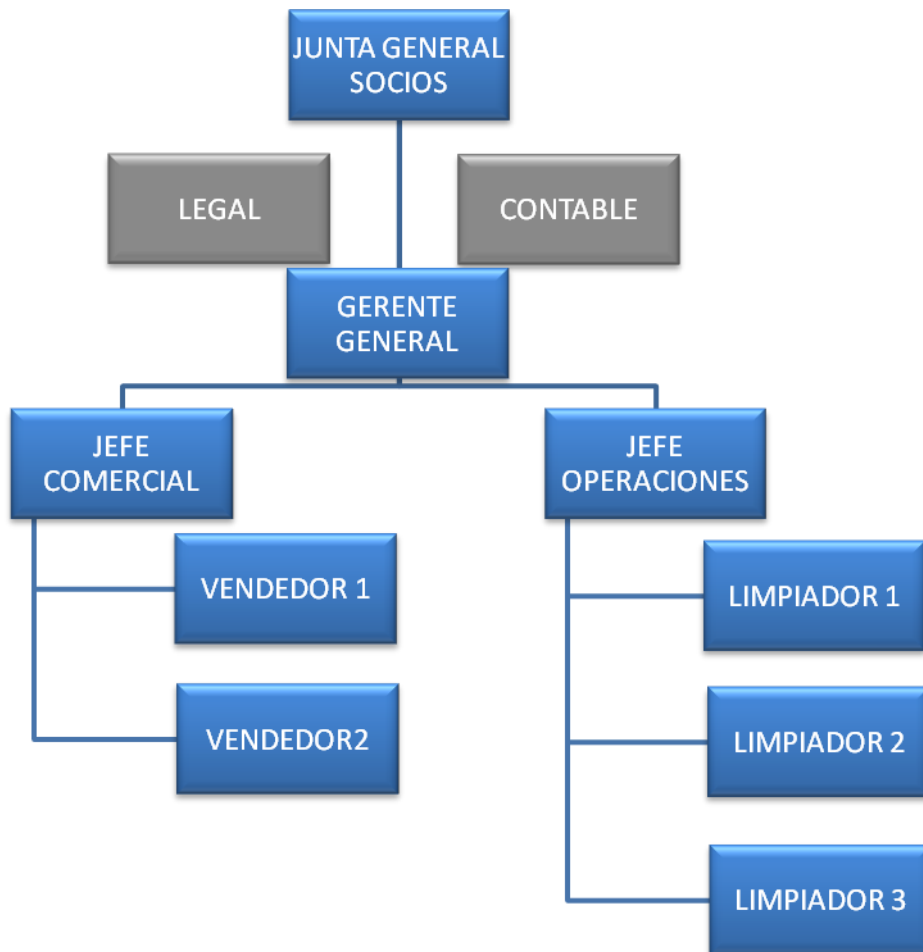


Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

3.2.- Organización posicional.- la organización posicional es realizar un organigrama donde se ubican todos los miembros de la organización.

ORGANIGRAMA



Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

2.- LEGAL.

2.1. FACTOR LEGAL.

Dentro del factor legal se propone que se tome en cuenta la constitución de la empresa como Compañía Limitada.

Definición de Compañía.

Es por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Compañía de Responsabilidad Limitada.

Es la que se forma entre dos o más, hasta un máximo de quince personas, quienes solamente responden por las obligaciones, hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, con las palabras “Compañía Limitada o su abreviatura “Cía. Ltda.”

Denominación.

Esta clase de compañía posee un nombre específico, establecido por una forma clara de hacer notar la peculiaridad, siendo prioritario, notar que el nombre está compuesto de tres partes, en primer lugar el genérico, en segundo lugar el específico o de fantasía y la denominación de la compañía.

- **Naturaleza.-** Siempre es mercantil, pero sus integrantes, no adquieren la calidad de comerciantes.

- **Finalidad.-** La realización de todos los actos civiles, comerciales y operacionales mercantiles permitidos por la Ley.

- **Principio de existencia.-** Rige desde la inscripción del respectivo contrato en el Registro Mercantil.

De las personas que pueden asociarse.

Pueden asociarse todas las personas naturales que tengan capacidad civil para contratar: excepto entre padres e hijos no emancipados, ni entre cónyuges. Entendiéndose por hijos no emancipados a los menores de edad, que se encuentran todavía bajo el amparo y protección de sus padres.

También pueden asociarse las personas jurídicas, debiendo para el efecto constar la nómina de los socios y la denominación de la persona jurídica asociada: con excepción de los bancos, compañías de seguros, capitalización y ahorro y las compañías anónimas extranjeras.

Capital mínimo.

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía es de cuatrocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles o, incluso, en dinero y especies a la vez.

En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. Si como especie inmueble se aportare a la constitución de una compañía un piso, departamento o local sujeto al régimen de propiedad horizontal será necesario que se inserte en la escritura respectiva copia auténtica tanto de la correspondiente declaración municipal de propiedad horizontal cuanto del reglamento de copropiedad del inmueble al que perteneciese el departamento o local sometido a ese régimen.

Régimen tributario.

- **Obligación Tributaria.-** Es el vínculo jurídico personal, existente entre el Estado o las entidades acreedoras de tributos y los contribuyentes o responsables de aquellos, en virtud del cual debe satisfacerse una prestación en dinero, especies o servicios apreciables en dinero, al verificarse el hecho generador previsto por la Ley.

- **Fines de los tributos.-** Los tributos, además de ser medios para recaudar ingresos públicos, servirán como instrumento de política económica general, estimulando la inversión, la reinversión, el ahorro y su destino hacia los fines productivos y de desarrollo nacional; atenderán a las exigencias de estabilidad y progreso sociales y procurarán una mejor distribución de la renta nacional.

La estructura tributaria ecuatoriana es un complejo entrelazado de leyes, que gravan muchas actividades. Con el afán de ordenar el universo de impuestos en Ecuador, se ha clasificado la estructura tributaria en:

- **Impuestos a la renta.-** Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de la Ley.

Toda persona domiciliada o residente en Ecuador, será sujeto pasivo del impuesto a la renta sobre sus ingresos de cualquier origen, sea que la fuente de éstos se halle situada dentro del país o fuera de él. Las personas no residentes estarán sujetas al impuesto a la renta sobre los ingresos obtenidos, cuya fuente se localice dentro del país. Los ingresos de fuente ecuatoriana serán los que provengan de bienes situados en el territorio ecuatoriano, o de actividades desarrolladas en éste, cualquiera sea el domicilio, residencia o nacionalidad del contribuyente. Adicionalmente, son ingresos de fuente ecuatoriana, entre otros, las regalías, los derechos por el uso de marcas y otras prestaciones análogas derivadas de la explotación en territorio nacional de la propiedad industrial o intelectual.

- **Tarifa.-** Las sociedades constituidas en Ecuador, así como las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas que obtengan ingresos gravables estarán sujetas a la tarifa impositiva del 25% sobre su base imponible. Las sociedades que reinviertan sus utilidades en el país podrán obtener una reducción del 10% en la tarifa del impuesto a la renta sobre el monto reinvertido, siempre y cuando efectúen el correspondiente aumento de capital, que deberá perfeccionarse hasta el 31 de diciembre del ejercicio impositivo posterior a aquel en que se generaron las utilidades materia de reinversión.

- **Base Imponible.-** base imponible está constituida por la totalidad de los ingresos ordinarios y extraordinarios gravados con el Impuesto a la Renta, menos las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos.

- **Depreciación.-** De conformidad con la Ley, se aplicarán deducciones, tales como la depreciación y amortización, conforme a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil, a la corrección monetaria y la técnica contable, así como las que se conceden por obsolescencia y otros casos. Son deducibles los gastos por depreciaciones de activos fijos en base a los siguientes porcentajes máximos:
 - Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares - 5% anual.
 - Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles - 10% anual.
 - Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil - 20% anual.
 - Equipos de cómputo y software - 33% anual.

- **Retenciones.-** Existe la obligación de efectuar retenciones en la fuente de impuesto a la renta de ingresos del trabajo bajo relación de dependencia, de rendimientos financieros y sobre otros pagos o créditos en cuenta que se realicen y que constituyan rentas gravadas para quien los reciba. Los porcentajes de retención en la fuente de impuesto a la renta deben ser señalados por el SRI, aplicándose en la actualidad las tarifas del 1% y del 5%, según se trate de compras locales, rendimientos financieros, prestación de servicios, entre otros.

Las retenciones en la fuente dan lugar a crédito tributario que será aplicado por el contribuyente sujeto de retención en su declaración de impuesto a la renta.

- **Impuestos al consumo.-** Bajo esta denominación genérica de los impuestos al consumo se comprenden aquellos que gravan en definitiva al consumidor de un determinado bien.

No obstante no es el consumidor un sujeto pasivo desde un punto de vista jurídico, sino otra persona que se halla en cierta vinculación con el bien destinado al consumo antes que éste llegue a manos del consumidor por ejemplo; el producto, el importador.

Lo que sucede es que éstos sujetos pasivos tratan de englobar los impuestos pagados en el precio de la mercancía.

La definición de los impuestos al consumo encuentra una primera dificultad con respecto a su objeto y a su propósito. Un propósito de los impuestos al consumo consiste en gravar la demanda de bienes de consumo por los propios consumidores finales.

Cuando el legislador adopta como método técnico para crear un impuesto a la producción o la fabricación de un determinado artículo lo hace con la premisa implícita de que los contribuyentes percutidos trasladan el impuesto hasta incidir en los consumidores.

Pero ello puede quedar frustrado por dos factores distintos:

- 1) Que el legislador no haya elegido como sujeto al impuesto un bien final de consumo, sino un bien determinado.
- 2) Que exista alguna traba sobre el proceso de traslación, por lo cual el contribuyente de derecho cargue con la incidencia o ésta recaiga sobre alguna empresa intermedia, pero no llegue al consumidor final.

Entonces no se graba al consumo en sí, sino la traslación o transferencia de un sujeto a otro. Por ejemplo; fabricante a mayorista o sea que graba en realidad a las ventas.

Características.- Se trata de un impuesto indirecto ya que graba los consumos que son manifestaciones mediatas de exteriorización de la capacidad contributiva.

Este tributo está encuadrado dentro de las facultades concurrentes de la nación y de la Provincias, es decir, que la nación establece el gravamen en todo el país en forma permanente.

Requisitos para sacar el permiso de funcionamiento.- Los Permisos Anuales de Funcionamiento se renuevan cada año y estos requisitos rigen solo cuando se va a sacar por primera vez. Para la renovación anual se necesita el comprobante de pago del permiso del año anterior y la cancelación del costo de la tasa para el presente año.

Elementos básicos de la industria

El capital

Compuesto por el dinero, moneda o capital de inversión, factor fundamental para la instalación y desarrollo de una industria, mediante el cual se adquieren los diversos elementos para conformar o desarrollar una industria. Es utilizado para la adquisición de materia prima, compra o alquiler de bienes inmuebles (terrenos, fábricas o locales donde se instalará la industria); bienes muebles conformados por toda la maquinaria e infraestructura requerida, el pago de personal profesional, técnico, mano de obra, etc. y todo gasto general.

Para el desarrollo efectivo de una industria, se requiere de grandes inversiones de Capital, el cual permita contar con los recursos necesarios para llevar a cabo el proceso de producción y venta de determinados productos. La administración del Capital, es de enorme prioridad, su aprovechamiento permitirá que sea reutilizado o capitalizado en la misma industria u otras.

Las materias primas

Son los insumos que alimentan a las fábricas para elaborar un determinado producto o brindar un servicio de calidad estos elementos son esenciales. El Ecuador, es un país potencialmente rico en materias primas minerales, vegetales etc., pero se ve impedido o dificultado su desarrollo industrial por otros factores como inversión inicial ya sea esta nacional o extranjera.

La maquinaria

Instrumento sofisticado de la industria. La máquina más modesta equivale en producción al trabajo de varios hombres y de varios días. En otras palabras, puede realizar ella sola el trabajo que antes hacían varios hombres; y pueden hacer en una hora lo que ese mismo grupo producía en un semana de trabajo.

Personal calificado

La importancia de contar con personal profesional, técnico y mano de obra calificada, en una industria, la necesidad de su participación en el proceso de administración y producción. La importancia de contar con centros de capacitación industrial en las diversas actividades industriales y su participación en el desarrollo industrial.

En otras palabras es el trabajador industrial (funcionario, técnico, obrero) que, con su capacidad de creación, sus conocimientos especializados y la fuerza de trabajo, utiliza la materia prima, aprovecha del capital y de la tecnología para dinamizar una fábrica y producir.

El mercado

Está conformado por el conjunto de habitantes, beneficiarios de la producción industrial. Dependerá para el éxito, que no solo el producto o servicio esté diseñado para satisfacer las necesidades del consumidor, sino la situación económica financiera del mismo para que el proceso de producción (compra, adquisición, consumo etc.) llegue a su parte final. Para estos casos intervienen técnicas que hacen estudios y evaluaciones que determinan el poder y capacidad adquisitiva de los diversos sectores o áreas fijando pautas y estrategias a determinar.

Por estos productos o servicios los habitantes tienen que pagar un precio. Cuanta más capacidad adquisitiva tenga más positiva para la industria porque los productos o servicios que elabore aumentarán permanentemente y se diversificarán. Y la población en general se beneficia porque habrá mayores y mejores puestos de trabajo en las fábricas disminuyendo los problemas de la desocupación y del sub-empleo.

El mercado en los países pobres es retraído, con poca capacidad adquisitiva. Los bajos ingresos que tienen las familias apenas alcanza para cubrir las necesidades básicas. Esto repercute en la industria que ve limitada su desarrollo. No atiende bien al mercado interno, menos al mercado externo. Fenómeno inverso sucede en los países ricos.

Importancia económica

La Industria es una actividad económica que tiene por objeto transformar los recursos naturales y las materias primas semi elaboradas en bienes o servicios de consumo y producción.

El desarrollo industrial de un país es el anhelo de todos. La actividad industrial es importante por las siguientes razones:

- Por convertir los recursos naturales en bienes materiales y económicos.
- Por diversificar los productos o servicios de consumo.
- Las industrias constituyen una fuente de trabajo de múltiples especialidades, dando ocupación a obreros, técnicos y profesionales especializados y originando centros de aprendizaje laboral.
- Por promover el desarrollo económico local y contribuir al ingreso de divisas para el país, a través de los productos que se exporta al extranjero.
- Porque eleva el nivel de vida de la población.

SUBSISTEMAS DE TALENTO HUMANO.

Cuanto mayor sea la organización y más descentralizada sea su estructura, mayor será la necesidad de control respecto de los recursos humanos.

La palabra control tiene muchas connotaciones y su significado depende de su función o del área específica en que se aplique.

Puede ser la función administrativa y gerencial de control, en este caso, el control hace parte del proceso administrativo, conjuntamente con la planeación la organización y la dirección.

Puede ser el conjunto de los medios de regulación de un sistema u organización, es el caso de las tareas específicas que el controlador aplica en una empresa.

El control en un sistema automático que mantiene un grado constante de flujo o funcionamiento del sistema total, siendo el mecanismo de control detecta cualquier desvío de los patrones normales y permite la debida regulación de proceso.

Puede ser la función restrictiva de un sistema para mantener a los miembros dentro de los parámetros deseados, en cuanto al control de la frecuencia y expediente de personal.

Para Sherwin, la esencia de control es la acción que ajusta las operaciones a los patrones predeterminados, y su base es la información que los gerentes reciben. Koontz y O'Donnell creen que el control es la función administrativa que consiste en medir y corregir el desempeño de los subordinados, con el fin de asegurar que los objetivos de la empresa u los planes delineados para alcanzarlos se realizan.

El control no consiste solo en verificar si todo va de acuerdo con el plan adoptado, las instrucciones emitidas y los principios establecidos, tiene por objetivo señalar las fallas y los errores para rectificarlos y evitar reincidir en ellos. Se aplica a todo: cosas, personas y actos.

PROCESO DE CONTROL

El control se ejecuta por medio de una serie de etapas, que forman un proceso, todo control está compuesto de cuatro etapas:

- 1) Establecimiento de patrones deseados.
- 2) Observación del desempeño.
- 3) Comparación del desempeño con los patrones deseados.
- 4) Acción correctiva.

El proceso de control actúa en el sentido de ajustar las operaciones a determinados patrones previamente establecidos y funciona de acuerdo con la información que recibe. Esta información permite realizar una acción correctiva que es la base de control. El control implica una comparación con patrones previamente establecidos para permitir que se implante la acción correctiva cuando ocurra un desvío que no puede aceptarse.

La acción correctiva apropiada puede implicar el ejercicio de autoridad y de dirección, aunque no necesariamente en todos los casos.

La acción correctiva apropiada puede ser también la revisión y alteración de los patrones existentes, de esto se establecen de manera inadecuada, para ajustarlos a la realidad de los hechos o de las posibilidades de la empresa.

La administración crea mecanismos para controlar todo los aspectos posibles de las operaciones de la empresa. Para ambos, los principales usos de los controles empresariales son:

- 1) Estandarizar el desempeño, por medio de inspección, supervisión, procedimientos escritos o programas de producción;

- 2) Proteger de robos, desperdicios y abusos los bienes de la empresa, mediante exigencia de registros escritos, procedimientos de auditoría y división de responsabilidades;
- 3) Estandarizar la calidad de productos o servicios que ofrece la empresa, mediante entrenamiento de personal, inspecciones, control estadístico de calidad y sistemas de incentivos;
- 4) Limitar la autoridad que está siendo ejercida por las diferentes instancias de la empresa, mediante la descripción de cargos, directrices y políticas, reglas y reglamentos y sistemas de auditoría;
- 5) Medir y Dirigir el desempeño de los empleados utilizando sistemas de evaluación del desempeño de personal: supervisión directa, vigilancia y registro, incluida la información sobre producción.

La Administración de Recursos Humanos es una responsabilidad de línea y una función de staff, que tiene algunas operaciones y controles centralizados en el organismo de staff y otras descentralizadas y distribuidas en los organismos de línea. Se hace necesario un sistema integrado de recolección, procesamiento, almacenamiento y suministro de información importante de los recursos humanos para que tanto las recomendaciones y los servicios de staff como las decisiones de línea sean adecuados a cada situación. Lo importante es que dentro de la organización haya una base de datos

de recursos humanos, que sea capaz de abastecer un sistema de información sobre el personal, además de un sistema de auditoría capaz de regular su funcionamiento.

Filosofía Empresarial.

Establecimiento de la misión.

NATURALEZA DEL NEGOCIO	Empresa que se dedica a la limpieza de ventanas de edificios.
RAZON DE EXISTIR	Satisfacer a nuestros clientes, con servicios de calidad, a precios competitivos.
MERCADO QUE OFERTA SUS PRODUCTOS	
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL PRODUCTO O SERVICIO	El servicio de limpieza de ventanas se lo realizara a edificios de más de tres pisos.
POSICIÓN QUE SE DESEA EN EL MERCADO:	Empresa con alta calidad a precios competitivos.
PRINCIPIOS Y VALORES	Trabajo honesto, responsable y a tiempo.

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

Establecimiento de la visión.

POSICIÓN DEL MERCADO	Empresa de limpieza de ventanas de edificios en la ciudad de Quito con calidad y precios competitivos.
TIEMPO	
ÁMBITO EN EL MERCADO	Norte de la ciudad de Quito.
PRODUCTOS Y SERVICIOS	Servicio de limpieza de ventanas de edificios
PRINCIPIOS Y VALORES	Trabajo en equipo, respeto y honestidad.

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

Valores.

- ✓ **Honestidad.-** En las relaciones y en el manejo del servicio que se ofrece a los clientes potenciales.
- ✓ **Respeto.-** Tratar con dignidad y consideración a todos los clientes, sean socios, colaboradores o público en general.

- ✓ **Amabilidad.-** Como un valor propio del respeto pero como una característica de la empresa, es sostenerse en la cordialidad, calidez y buen trato entre quienes llegan hasta la empresa, y entre las personas con las que se trabaja en conjunto.
- ✓ **Aprendizaje.-** Capacitación a través de prácticas, técnicas e investigación que mejoren el desempeño y crecimiento de la empresa.

Políticas.

Las políticas empresariales de la organización, se basarán en lineamientos flexibles, coordinados y éticos, orientadas estratégicamente para alcanzar en forma escalonada los objetivos elaborados a mediano plazo.

Políticas Gerenciales.

- ✓ Mantener una comunicación permanente, clara y oportuna con un lenguaje corporal adecuado.
- ✓ Crear un beneficio mutuo entre cliente – proveedor de servicios interno y externo.
- ✓ Toda persona que ingresa a trabajar en la empresa deberá estar libre de compromiso laboral con otra empresa.
- ✓ Todo el personal que trabaja dentro de la empresa, sin excepción de cargo, debe registrar su asistencia en los respectivos instrumentos establecidos a la hora de entrada y salida, de acuerdo con los horarios diarios de trabajo.

- ✓ El consumo de bebidas alcohólicas y de sustancias estupefacientes, cometer faltas disciplinarias, o actos reñidos con la moral y buenas costumbres que atenten en contra del nombre de la empresa serán sancionados conforme a lo establecido con el reglamento interno de la organización y del código laboral.
- ✓ La jornada diaria de trabajo será de 8 horas diarias, 40 horas semanales, con entrada desde las 8:00 hasta las 17.00.

Políticas Administrativas.

- ✓ Realizar reuniones semanales, con todo el personal con el fin de medir el desempeño y desarrollo organizacional.
- ✓ La comunicación formal será por escrito a través de memorando, los cuales serán numerados, tomara referencia el mes y año de su elaboración.
- ✓ El gerente general puede delegar sus funciones pero no su responsabilidad.
- ✓ Elaborar Manual de Funciones, que designe, regule las funciones inherentes de cada cargo para evitar las duplicaciones y omisiones.

Políticas de Servicio.

- ✓ Elaborar constantemente una base de datos, sobre los clientes, en cuanto a nombres, edades y fechas. Para personalizar su atención como también para hacerle llegar en forma directa promociones, descuentos y ofertas.

- ✓ Generar el mayor valor agregado a nuestros productos utilizando creatividad e innovación.

Políticas de Recursos Humanos.

- ✓ El personal deberá llegar a su puesto de trabajo con 15 minutos de anticipación a la hora de ingreso y pasado los 15 minutos de posteriores se considerará como atraso.
- ✓ El personal para solicitar permisos deberá justificar su salida, con veinte y cuatro horas de anticipación por motivos de salud, calamidad doméstica, el cual será presentado a su jefe inmediato, quien deberá aprobar o negar dicho permiso.
- ✓ El aseo e higiene personal será un requisito para todo el personal, el cual tendría que cuidar su apariencia cuidado de su ropa que se encuentra limpio.
- ✓ El proceso de selección del personal se realizará en forma técnica y profesional, como en base a la documentación que presente cada candidato, el cual contará de: foto actualizada, dirección, teléfono, educación, referencias personales y laborales, deberá contar con experiencia mínima de un año, dependiendo del puesto de trabajo.

3.4.- TALENTO HUMANO.

GERENTE GENERAL

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

NOMBRE DEL PUESTO: GERENTE GENERAL.

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: JUNTA GENERAL DE SOCIOS.

PUESTOS BAJO SU MANDO: DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACIÓN,
DEPARTAMENTO DE OPERACIONES.

2. DESCRIPCIÓN DE PUESTO:

2.1 Objetivos:

- ❖ Planificar, implementar y controlar la gestión de la empresa, a fin de alcanzar los objetivos propuestos, de conformidad con las políticas aprobadas por el directorio.
- ❖ Representará legalmente a la empresa.
- ❖ Contratará cuando fuere necesario, los servicios de asesoría legal, externa laboral y penal o de otro género que requiera la empresa.
- ❖ Será el principal responsable por el cumplimiento de las políticas, objetivos y gestión de la empresa.
- ❖ Conocimiento funcional, jerárquico, organizativo.

- ❖ Eficiencia y eficacia en la realización de las funciones.

3. ÁREAS DE RESPONSABILIDAD.

- ❖ Departamento de Comercialización y Operaciones.

4. REQUERIMIENTOS PARA EL GERENTE GENERAL

4.1 Formación Académica.

- ❖ Formación universitaria en Administración de Empresas, Ingeniería Comercial, Ingeniería en Marketing o profesiones a fines y de preferencia con estudios de postgrado.

4.2 Experiencia Previa.

- ❖ Acreditar amplia experiencia en puestos similares así como una sólida trayectoria profesional en la especialidad.

4.3 Conocimientos:

- ❖ Administración.
- ❖ Cualidades de la Organización:
- ❖ Mando, Carácter y Liderazgo.

4.4 Requisitos Físicos:

Presencia diaria pulcra

Edad: de 35 a 45 años

Género: Masculino o femenino

Estado Civil: Indiferente.

4.5 Condición de Trabajo:

Ambiente de trabajo responsable, estricto para el buen desarrollo de la empresa.

MANUAL JEFE COMERCIALIZACIÓN.

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

NOMBRE DEL PUESTO: JEFE DE COMERCIALIZACIÓN.

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: GERENTE GENERAL.

PUESTOS BAJO SU MANDO: VENTAS.

2. DESCRIPCIÓN DE PUESTO:

2.1 Objetivo: Generar una mayor rentabilidad a la empresa mediante la aplicación de planes y estrategias de ventas en el mercado objetivo.

- ❖ Conocimiento funcional, jerárquico, organizativo.

- ❖ Eficiencia y eficacia en la realización de las funciones.
- ❖ Manejo de equipos de ventas de la empresa.
- ❖ Planificar y ejecutar el plan de ventas de la organización.
- ❖ Efectuar investigaciones de mercados sobre las nuevas necesidades, tendencias, preferencias y demandas del mercado meta.
- ❖ Investigar a la competencia.
- ❖ Tomar decisiones sobre estrategias promocionales y de publicidad.
- ❖ Realizar clínicas de ventas de manera periódica.

3. ÁREAS DE RESPONSABILIDAD.

- ❖ Ventas.

4. REQUERIMIENTOS PARA EL JEFE DE COMERCIALIZACIÓN

4.1 Formación Académica.

- ❖ Formación universitaria en Marketing o profesiones a fines.

4.2 Experiencia Previa.

- ❖ Acreditar amplia experiencia en puestos similares así como una sólida trayectoria profesional en la especialidad.

4.3 Conocimientos:

- ❖ Marketing, Ventas.
- ❖ Cualidades de la Organización:
- ❖ Elaboración de planes estratégicos.

4.4 Requisitos Físicos:

Presencia diaria pulcra

Edad: de 25 a 40 años

Género: Masculino o femenino

Estado Civil: Indiferente.

4.5 Condición de Trabajo:

Ambiente de trabajo responsable, estricto para el buen desarrollo de la empresa.

MANUAL VENTAS.

1. DATOS DE IDENTIFICACIÓN:

NOMBRE DEL PUESTO: VENDEDOR

JEFE INMEDIATO SUPERIOR: JEFE DE COMERCIALIZACIÓN

PUESTOS BAJO SU MANDO:

2. DESCRIPCIÓN DE PUESTO:

2.1 Objetivo: Colocar los productos de la empresa en el mercado de acuerdo al plan de ventas establecido.

- ❖ Conocimiento funcional, jerárquico, organizativo.
- ❖ Eficiencia y eficacia en la realización de las funciones.
- ❖ Realizar prospección de los clientes actuales y potenciales.
- ❖ Visitar un promedio de cinco clientes diarios.
- ❖ Realizar reportes de ventas diarios.
- ❖ Establecer base de datos de los clientes.
- ❖ Participar en las clínicas de ventas.
- ❖ Generar hojas de ruta para el trabajo.

3. ÁREAS DE RESPONSABILIDAD.

- ❖ Ventas.

4. REQUERIMIENTOS PARA EL VENDEDOR EXTERNO.

4.1 Formación Académica.

- ❖ Formación universitaria de los primeros niveles, especialmente en las áreas de marketing y ventas.

4.2 Experiencia Previa.

- ❖ Se requiere de una mediana experiencia.

4.3 Conocimientos:

- ❖ Manejo de clientes
- ❖ Ventas de tangibles
- ❖ Técnicas de Ventas.

4.4 Requisitos Físicos:

Presencia diaria pulcra

Edad: de 20 – 25 años

Género: Masculino o femenino

Estado Civil: Soltero

4.5 Condición de Trabajo:

Ambiente de trabajo responsable, estricto para el buen desarrollo de la empresa.

FLIA PATERNA	NÚMERO DE CARGAS	EDAD DE LOS DEPENDIENTES:	
B.- CONDICIONES DE LA OFERTA			
Esta dispuesto a laborar sin horario definido	SI	NO	
Puede trabajar los fines de semana y feriados	SI	NO	
C.- INFORMACIÓN ACADÉMICA			

TIPO	INSTITUCIÓN	AÑOS APROB	TÍTULO	AÑO
PRIMARIA			OBTE	
SECUNDARIA				
TÉCNICA				
SUPERIOR				
EMPRESA	CARGO	DESDE	HASTA	ÚLTIMO
				SUELDO
1.				
2.				

Fuente. Administración de Recursos Humanos, Segunda Edición, IDALBERTO CHIAVENATO

Elaborado por. David Obando

FORMULARIO DE REQUISICIÓN DEL PERSONAL

FECHA DE HOY:	
NECESIDAD DE CONTRATACIÓN SOLICITADA POR:	
FECHA PARA INICIAR ACTIVIDADES DEL NUEVO EMPLEADO:	
DATOS GENERALES:	
1. Nombre del Puesto	
2. Departamento	Proceso
3. Reporta a:	
4. Sueldo base recomendado:	Sueldo valorado
5. Tipo de contrato A plazo fijo meses (con 90 días de prueba)	
6. Formación académica exigida	
7. Experiencia mínima y en qué	
8. Edad óptima para trabajar	
9. Competencias mínimas	
10. Personalidad y conducta	
11. Descripción del Trabajo	A.- MISIÓN DEL PUESTO

B.- PRINCIPALES FUNCIONES
Candidato Seleccionado
Fecha de ingreso a rol
Sueldo Aprobado
Beneficios a recibir
Observaciones

Fuente. Administración de Recursos Humanos, Segunda Edición, IDALBERTO CHIAVENATO

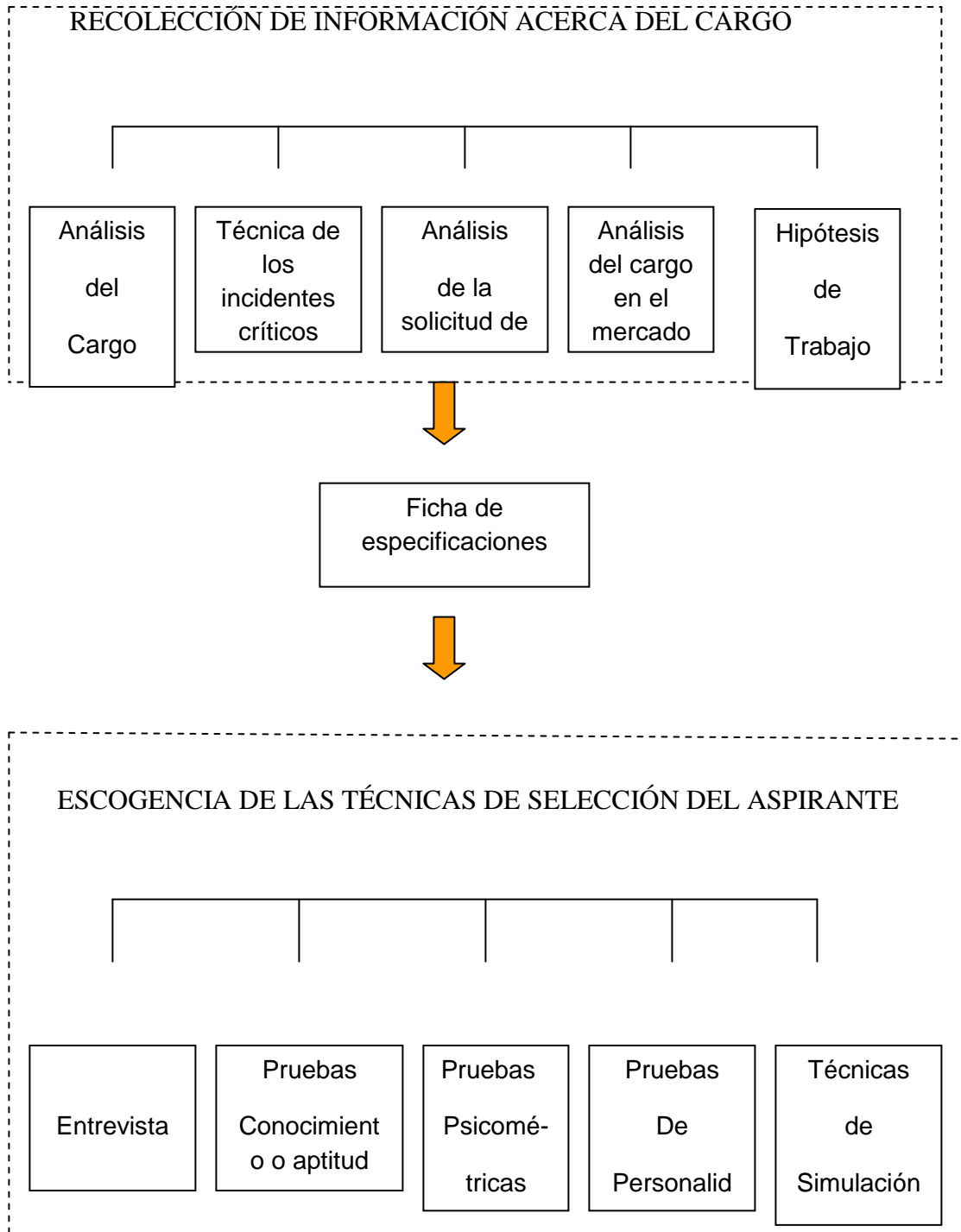
Elaborado por: David Obando

Sistemas de Selección:

Una vez realizado el reclutamiento, la empresa tomará en consideración en el proceso de selección los siguientes aspectos:

1. Entrevista Personal con el aspirante, directamente en el área de administración.
2. Pruebas psicológicas, psicotécnicas, psicométricas, de conocimientos y de aptitudes, unidos con técnicas de simulación.
3. Después de realizar estas pruebas y de acuerdo al perfil requerido, el candidato tendrá una entrevista directamente con su jefe inmediato, que será el último punto en este sistema.

Técnicas de Selección.



Fuente. Administración de Recursos Humanos, Segunda Edición, IDALBERTO CHIAVENATO

Elaborado por. David Obando

La información que el organismo recibe respecto de los cargos y de sus ocupantes se transformaran en una ficha de especificaciones del cargo o ficha pro fisiográfica, que debe contener las características psicológicas y físicas necesarias para que el aspirante pueda desempeñarse satisfactoriamente en el cargo considerado.¹

Etapas de la entrevista de selección.

- **“Preparación de la Entrevista.** Se realizará preguntas específicas, las respuestas que se den a esas preguntas indicarán la idoneidad del candidato. Además se deberá explicar las características y responsabilidades del puesto, los niveles de desempeño, salario, prestaciones y otros puntos de interés.
- **Ambiente.** Se presentará un ambiente adecuado y confortable en la parte física de la empresa brindando una imagen positiva, en cuanto a la parte psicológica el clima de la entrevista deberá ser ameno y cordial, se tomarán en cuenta un ambiente adecuado, mínimo de distracción, que las personas se encuentren en un lugar apropiado.
- **Desarrollo de la entrevista.** Aquí se establecerá una comunicación en los dos sentidos, entrevistador y candidato el cual tenga una buena retroalimentación.
- **Evaluación del candidato.** Se tomará nota en una hoja de evaluación los datos del candidato, la manera como se comporta en la entrevista, desenvolvimiento que ayudarán a proyectar una imagen de él, y luego se procederá a evaluar”.²

¹ Administración de Recursos Humanos, Segunda Edición, IDALBERTO CHIAVENATO

² www.monografias.com

Algunos elementos que se estiman y se valoran en la entrevista:

- Apariencia física.
- Educación formal del candidato.
- Manera de hablar, expresarse, modales.
- Reacción ante soluciones.
- Actitudes, interés y aspiraciones.
- Sociabilidad.
- Situación social y familiar.
- Experiencia Laboral.
- Aplicaciones correctas de sus estudios y aprendizaje.

Pruebas de conocimiento o de capacidad.

Se tomará en cuenta el grado de nociones, conocimiento y habilidades del aspirante, además pruebas que tengan que ver con nociones de cultura general, conocimientos técnicos directamente relacionados con el cargo de referencia.

Pruebas de personalidad.

En este tipo de pruebas se pretenderá analizar los diversos rasgos de personalidad como equilibrio entre otras.

4.5.3.3 Sistemas de Inducción y Capacitación

Con el personal que ha sido seleccionado se comenzará una etapa de inducción que contemplará los siguientes aspectos:

INDUCCIÓN.

1. Interiorización de la base filosófica de la empresa (la misión, visión, valores y políticas).
2. Reseña histórica y descripción de la organización.
3. Horarios de trabajo.
4. Programa de incentivos por cumplimiento.
5. Días feriados.
6. Productos y servicios que se ofertan.
7. Presentación a todos los miembros de la organización.
8. Ofrecer un manual de procedimientos y un orgánico funcional de la empresa.

Todo esto se lo va a llevar a cabo a través de un software preparado por la empresa, el mismo que ahorra tiempo y costo por hora hombre.

CAPACITACIÓN:

Como política de la compañía es efectuar por lo menos dos capacitaciones al año, las mismas que van de acuerdo a las necesidades de la organización.

Las capacitaciones para el personal que tenga un costo elevado y un tiempo mayor al año como por ejemplo especializaciones y maestrías, se deberá firmar un contrato en el que estipule que el empleado una vez capacitado debe hacerlo con toda la organización, y en el caso de no continuar laborando para la misma debe devengar en tiempo o dinero el costo incurrido en la misma.

Se deberá contar con una base de datos de firmas que ofrezcan este servicio para el ahorro de tiempo.

“Para detectar las necesidades específicas de capacitación dentro de la empresa se realizarán tres tipos de análisis estos son:

1. **Análisis organizacional:** se deberá examinar a la empresa para determinar dónde se llevará a cabo la capacitación.
2. **Análisis de tareas:** identificar la relevancia de las tareas, los comportamientos específicos en un puesto en particular y la frecuencia con que se desempeñan; y además, la competencia de los empleados para desarrollar esas tareas.
3. **Análisis de la persona:** deberá determinarse a quien se va a capacitar y la clase de capacitación que se le dará.”³

Sistemas de Evaluación y Valoración:

El análisis de puestos de trabajo que podrán ser utilizados para una amplia variedad de propósitos que emplearemos compondrá un sistema comprensivo que facilite información relevante para:

³ www.monografias.com

- Selección de personal.
- Promoción y desarrollo de carreras.
- Valoración y clasificación de puestos.
- Descripciones de puestos.
- Catálogos de puestos y relaciones de puestos de trabajo (RPT).
- Formación y entrenamiento.
- Compensación.
- Evaluación del rendimiento.

También se trabajará en contacto estrecho con la organización, entrevistando y observando a las personas mientras realizan su trabajo, en lo que se denomina “**entrevista con observación**”, y dirigiendo reuniones de trabajo en las que se obtendrá información detallada sobre los puestos de trabajo.

Así mismo, se diseñará y administrará cuestionarios de análisis del trabajo, de modo que efectuando una completa recogida de datos que permita determinar: conductas y tareas, habilidades, conocimientos y competencias requeridas, condiciones de trabajo, finalidad del puesto, funciones, áreas de eficacia, resultados requeridos, responsabilidades, influencia y relaciones del puesto, lugar en la cadena proveedor-cliente interno. Y ello bajo la óptica de que cada puesto forma parte de al menos un proceso de trabajo.

Igualmente, el trabajo facilitará la referencia o expresión detallada de los requisitos o exigencias en cuanto a: aptitudes físicas y psicológicas, formación y experiencia que deberá reunir quién ocupe un puesto de trabajo. Así como la elaboración del profesiograma o perfil de exigencias.

Compensaciones y Beneficios

El sector de compensaciones y beneficios se encargará de motivar y mediante la evaluación de desempeño asignarle a cada empleado su recompensa por su desempeño y fijar el sueldo.

Objetivos

Lograr que todos los trabajadores sean justa y equitativamente compensados mediante sistemas de remuneración racional del trabajo y de acuerdo al esfuerzo, eficiencia, responsabilidad y condiciones de trabajo a cada puesto.

Asignación de Funciones

Asignar oficialmente a cada trabajador un puesto clara y precisamente definido en cuanto a sus responsabilidades, obligaciones, operaciones y condiciones de trabajo.

Determinación de sueldos

Asignar valores monetarios a los puestos, en tal forma que sean justos y equitativos con relación a otras posiciones de la organización.

Calificación de Méritos.

Evaluar, mediante los medios más objetivos, la actuación de cada trabajador ante las obligaciones y responsabilidades de su puesto.

Incentivos y Premios.

Proveer incentivos monetarios a los sueldos básicos para motivar la iniciativa y el mejor logro de los objetivos.

Infraestructura.

Dentro de la infraestructura de la empresa se utilizará, como herramientas de trabajo (muebles y enseres, equipo de cómputo y equipo de oficina), los cuales beneficien al funcionamiento de la empresa.

Enumeración de las Áreas de la Empresa.

1. Junta General de Socios.
2. Gerencia General.
3. Departamento de Comercialización
4. Departamento de Operaciones.

CAPÍTULO V.

Efectuar estrategias de marketing mix para introducción y posicionamiento del nuevo servicio de limpieza de ventanas de edificios.

1.- ESTRATEGIAS DE MARKETING MIX.

1.1.- Estrategias de producto.

Objetivo.

Ofrecer un servicio de calidad para la limpieza de ventanas de edificios.

Estrategia.

Capacitación.

Tácticas (programa de acción):

- Capacitar a todo el personal operativo cada 3 meses, en destrezas y nuevos sistemas de limpieza de ventanas y seguridad.
- Capacitar al personal administrativo cada 6 meses.
- Mantener informados a todos los miembros de la empresa sobre las últimas tendencias y tecnología a través de seminarios y cursos que se brinden por internet

Objetivo

Hacer uso de maquinaria e infraestructura.

Estrategia

Infraestructura

Tácticas.

- Realizar mantenimiento permanente a las maquinas y actualizar tecnología cada 5 años.
- Asignar un responsable que se encargue de este mantenimiento
- Supervisión del buen uso de la infraestructura de la maquinaria.

1.2.- Estrategias de plaza (distribución)

Objetivo

Ubicar la empresa en el sector centro norte del Distrito Metropolitano de Quito.

Estrategia

Ubicación, visibilidad e información de la oficina

Tácticas.

- Rentar una oficina en el sector centro norte del distrito Metropolitano de Quito.
- Colocar rotulo con nombre de la empresa
- Colocar micro perforado en las ventanas de la oficina con información de los servicios de la empresa.
- Hacer conocer la empresa en el sector por la alta afluencia de gente tanto peatonal como vehicular.

1.3.- Estrategias de precio.

Objetivo.

Obtener un precio acorde al mercado de limpieza de ventanas de edificios.

Tácticas.

- realizar parámetros de precios según el número de metros cuadrados de las ventanas de los edificios.
- Realizar contratos anuales según las necesidades de los administradores de los edificios.

1.4.- Estrategias de promoción

Objetivo.

Obtener un posicionamiento de la empresa con el nuevo servicio lograr un volumen de ventas para que la empresa obtenga una utilidad rentable.

Táctica.

- Organizar venta personal de los servicios de limpieza de ventanas de edificios.
- Ejecutar publicidad BTL
- Realizar la impresión de trípticos los cuales serán distribuidos por los ejecutivos de ventas.
- Efectuar la impresión de afiches los cuales se colocarán en los edificios que obtengan los servicios de la nueva empresa
- Cuñas de radio en los horarios de 17:30 a las 19:30 donde los ciudadanos se encuentran en cualquier tipo de transporte.
- Implementar vallas en la ciudad de Quito.

1.5.- Presupuesto Marketing.

Descripción	Proveedor	Frecuencia	Tiempo	Costo Unitario	Costo anual
Capacitación personal a operarios	Empresas comercializadoras de andamios y entes de control como Cámara Pequeña Industria	Cada 3 meses	2 horas diarias	\$50	\$200
Capacitación a personal administrativo	Empresas de capacitación	Cada 6 meses	2 horas diarias	\$50	\$250
Capacitación mediante internet	Empresas de capacitación e-learning	Cada año	1 hora diaria		\$200
Publicidad BTL	Agencia de publicidad	Cada 3 meses		\$200	\$800
Trípticos	Imprenta offset	Cada 4 meses		\$150	\$450
Afiches	Imprenta offset	Cada 6 meses		\$200	\$400
Cuñas de radio	En la ciudad de Quito	Cada 2 meses		\$150	\$900
Vallas	En la ciudad de Quito Induvallas	2 cada 6 meses		\$1500	\$6.000
Total					\$9.200

Fuente. Investigación propia.

Elaborado por. David Obando

CAPITULO VI

ESTUDIO FINANCIERO

El análisis financiero permite interpretar los hechos financieros en base a un conjunto de técnicas que conducen a la toma de decisiones, además estudia la capacidad de financiación e inversión del proyecto a partir de los estados financieros.

La interpretación de los Estados Financieros permite un rápido diagnóstico de la situación económica y financiera de la empresa. El estudio a través de las razones consiste en determinar las diferentes relaciones de dependencias que existen al comparar las cifras de dos o más conceptos que integran el contenido de los estados financieros.

El presente estudio financiero se ha desarrollado para la creación de una empresa que ofrece servicios de limpieza, la misma que contempla el monto de la inversión que se requerirá para la puesta en marcha, así como su estructura de financiamiento, además se presentarán el Estado de Situación Inicial, Estados de Resultados, Flujo de Fondos que tendrá la organización los indicadores respectivos y un análisis de la sensibilidad.

Inversiones.

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, y tomando en cuenta el Capital de trabajo.

Inversión en activos fijos.

Son bienes que se han adquirido para utilizarlos en las actividades propias del negocio y que son necesarios para transformar, vender y distribuir los productos. Estos bienes sufren pérdidas de valor por el simple paso del tiempo, su uso u obsolescencia tecnológica.

Las adquisiciones de los bienes que va a requerir la empresa para su funcionamiento son:

Equipo de Instalación				47.420,00
Andamios de 20 metros largo	2	15.000,00	30.000,00	30.000,00
Arneses de Seguridad	6	120,00	720,00	720,00
Cabos de Seguridad		200,00	200,00	200,00
Andamios	1			
Equipo de Seguridad		250,00	500,00	500,00
Instaladores	2			
Bombas de Agua 2 HP	2	2.500,00	5.000,00	5.000,00
Bombas de Succión 2 HP	2	2.500,00	5.000,00	5.000,00
Metros de Manguera Presión	100	50,00	5.000,00	5.000,00
Metros de Tubería Limpieza	20	50,00	1.000,00	1.000,00

Equipo de Cómputo				1.400,00
Computadora Pentium 4	2	700,00	1.400,00	1.400,00

Equipo de Oficina				2.230,00
Archivadores	2	155,00	310,00	310,00
Sillas	2	280,00	560,00	560,00
Impresoras	2	250,00	500,00	500,00
Teléfono Fax Contestador	1	120,00	120,00	120,00
Teléfono Convencional	2	50,00	100,00	100,00
Escritorios	2	320,00	640,00	640,00

Vehículo				65.000,00
Camión Logística	1	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Camioneta vendedores	1	15.000,00	15.000,00	15.000,00

Inversión en activos diferidos.

Son aquellos pagos que hace por anticipado la empresa por la prestación de un servicio o por la adquisición de un bien que no se utiliza de inmediato sino en el transcurso de un tiempo determinado y que finalmente se convierten en gastos afectando los resultados de la empresa.⁴

Las inversiones en activos diferidos son los comprendidos en los servicios o derechos adquiridos para la puesta en marcha de la empresa, siendo estos Gastos de Constitución de la empresa que suman \$400.00, y los Gastos de Investigación de Mercados que suman \$1.200,00.

INVERSION ACTIVOS FIJOS INTANGIBLES	
Descripción	Valor
Gastos de Constitución	400,00
Gastos de Investigación	1.200,00
Total	1.600,00

⁴ <http://www.definicion.org/depreciacion>

Capital de Trabajo.

La inversión en el capital de trabajo está conformada por el conjunto de recursos necesarios en forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo.

El capital de trabajo constituye el activo corriente de la empresa, el mismo que está conformado por valores e inversiones, inventarios y cuentas por cobrar.

En el presente proyecto, por la naturaleza del servicio, se requerirá el capital para trabajar por un período noventa días.

Descripción	Valor
Materia Prima	20.082,50
Mano de Obra Directa	18.438,24
Mano de Obra Indirecta	5.475,30
Gasto Suministros de Oficina	600,00
Gasto Servicios Básicos	4.200,00
Gastos Administrativos	22.948,26
Gasto Estrategia	9.200,00
Gasto Seguro	11.400,00
Gasto Combustible	3.600,00
Suma	95.944,30
Nº días laborables año	360
Diario (K/n)	266,51
Días promedio ciclo comercial	90
Capital de trabajo= K	23.985,90

INVERSIÓN TOTAL.

La inversión total requerida está conformada por los activos, los activos intangibles y el capital de trabajo que se requiere para la implementación y el funcionamiento del proyecto.

INVERSION TOTAL	
Descripción	Valor
Activos Fijos Tangibles	116.050,00
Activos Fijos Intangibles	1.600,00
Capital de Trabajo	23.985,90
Total	141.635,90

FUENTES DE FINANCIAMIENTO.

El financiamiento del proyecto se realizara con fondos propios y crédito bancario, con distribución del 77.38% con capital propio y un 22.62% de crédito bancario con financiamiento a 5 años, con tasa de interés del 11,50% anual.

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
Concepto	Valor	Porcentaje
Capital Social	\$ 32.049.82	22.62%
Préstamo Bancario	\$ 109.586,08	77.38%
Total Inversión		100%
\$ 141.635.08		

Costos de Ventas.

PRODUCTO	Cantidad	V/ Unitarios	Total	Precio total
Jabón Líquido	950	8,00	7600	7.600,00
Franelas	800	0,95	760	760,00
Viruta	700	0,45	315	315,00
Paños	450	0,35	157,5	157,50
Químicos Protectores y vidrios	750	15,00	11250	11.250,00
TOTAL	3.650	24,75	20.083	20.082,50

Presupuesto Costo del Servicio Año 1 - Año 5					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo Ventas	20.082,50	21.006,30	21.972,58	22.983,32	24.040,56
Total	20.082,50	21.006,30	21.972,58	22.983,32	24.040,56

Amortizaciones.

Para el cálculo de las amortizaciones, en el presente estudio se acepta generalmente la convención de aplicar el método lineal, sin valor residual. Las cuotas anuales uniformes se determinan como el cociente entre el valor de adquisición o construcción del bien intangible o diferido, y el número de años de vida útil que se prevé para el mismo. Cuota anual = (Valor inicial) / (Años de vida).

AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS				
ACTIVO DIFERIDO	Valor	Vida		V.Deprec
		Útil	% Amortización	
Gastos de Constitución	400,00	5 años	20%	80,00
Gastos de Investigación	1.200,00	5 años	20%	240,00
			Total	320,00

Depreciaciones.

Es la pérdida o disminución en el valor material o funcional del activo fijo tangible, la cual se debe fundamentalmente al desgaste de la propiedad porque no se ha cubierto con las reparaciones o con los reemplazos adecuados. Es un procedimiento de contabilidad que tiene como fin distribuir de manera sistemática y razonable, el costo de los activos fijos tangibles menos su valor de desecho (si lo tienen) entre la vida útil estimada de la unidad.⁵

El término depreciación tiene exactamente la misma connotación que amortización, pero la depreciación se lo aplica para Activos Fijos, ya que el uso de estos bienes vale menos; es decir se deprecian.

⁵ <http://www.definicion.org/depreciacion>

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS				
ACTIVOS FIJOS	Valor	Vida		V.Deprec
		Útil	% Depreciación	
Equipo de Instalación	47.420,00	10 años	10%	4.742,00
Equipo de Cómputo	1.400,00	3 años	33,33%	466,67
Equipo de Oficina	2.230,00	10 años	10%	223,00
Vehículo	65.000,00	5 años	20%	13.000,00
Total				18.431,67

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA.

El préstamo bancario se lo realiza a través de un banco para financiar el proyecto, el mismo que deberá pagarse en cuotas mensuales de 60, con la correspondiente tasa de interés que es del 11.50%, la cual se detalla a continuación:

PRÉSTAMO BANCO DE FOMENTO

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
Monto	109.586,08			
Interés	11,50%			
Periodos	60			
Nº	Pago Capital	Interés	Cuota	Saldo
0		0,0096		109.586,08
1	1.359,88	1.050,20	2.410,08	108.226,19
2	1.372,92	1.037,17	2.410,08	106.853,28
3	1.386,07	1.024,01	2.410,08	105.467,20
4	1.399,36	1.010,73	2.410,08	104.067,85
5	1.412,77	997,32	2.410,08	102.655,08
6	1.426,31	983,78	2.410,08	101.228,77
7	1.439,97	970,11	2.410,08	99.788,80
8	1.453,77	956,31	2.410,08	98.335,03

9	1.467,71	942,38	2.410,08	96.867,32
10	1.481,77	928,31	2.410,08	95.385,55
11	1.495,97	914,11	2.410,08	93.889,58
12	1.510,31	899,78	2.410,08	92.379,27
Año 1	17.206,81	11.714,19	28.921,00	
13	1.524,78	885,30	2.410,08	90.854,48
14	1.539,39	870,69	2.410,08	89.315,09
15	1.554,15	855,94	2.410,08	87.760,94
16	1.569,04	841,04	2.410,08	86.191,90
17	1.584,08	826,01	2.410,08	84.607,82
18	1.599,26	810,82	2.410,08	83.008,57
19	1.614,58	795,50	2.410,08	81.393,98
20	1.630,06	780,03	2.410,08	79.763,92
21	1.645,68	764,40	2.410,08	78.118,24
22	1.661,45	748,63	2.410,08	76.456,79
23	1.677,37	732,71	2.410,08	74.779,42
24	1.693,45	716,64	2.410,08	73.085,97

Año 2	19.293,29	9.627,71	28.921,00	
25	1.709,68	700,41	2.410,08	71.376,30
26	1.726,06	684,02	2.410,08	69.650,24
27	1.742,60	667,48	2.410,08	67.907,63
28	1.759,30	650,78	2.410,08	66.148,33
29	1.776,16	633,92	2.410,08	64.372,17
30	1.793,18	616,90	2.410,08	62.578,99
31	1.810,37	599,72	2.410,08	60.768,62
32	1.827,72	582,37	2.410,08	58.940,90
33	1.845,23	564,85	2.410,08	57.095,67
34	1.862,92	547,17	2.410,08	55.232,75
35	1.880,77	529,31	2.410,08	53.351,98
36	1.898,79	511,29	2.410,08	51.453,19
Año 3	21.632,79	7.288,22	28.921,00	
37	1.916,99	493,09	2.410,08	49.536,20
38	1.935,36	474,72	2.410,08	47.600,84

39	1.953,91	456,17	2.410,08	45.646,93
40	1.972,63	437,45	2.410,08	43.674,29
41	1.991,54	418,55	2.410,08	41.682,75
42	2.010,62	399,46	2.410,08	39.672,13
43	2.029,89	380,19	2.410,08	37.642,24
44	2.049,35	360,74	2.410,08	35.592,89
45	2.068,98	341,10	2.410,08	33.523,91
46	2.088,81	321,27	2.410,08	31.435,10
47	2.108,83	301,25	2.410,08	29.326,26
48	2.129,04	281,04	2.410,08	27.197,22
Año 4	24.255,96	4.665,04	28.921,00	
49	2.149,44	260,64	2.410,08	25.047,78
50	2.170,04	240,04	2.410,08	22.877,74
51	2.190,84	219,24	2.410,08	20.686,90
52	2.211,83	198,25	2.410,08	18.475,07
53	2.233,03	177,05	2.410,08	16.242,04
54	2.254,43	155,65	2.410,08	13.987,60

55	2.276,04	134,05	2.410,08	11.711,57
56	2.297,85	112,24	2.410,08	9.413,72
57	2.319,87	90,21	2.410,08	7.093,85
58	2.342,10	67,98	2.410,08	4.751,75
59	2.364,55	45,54	2.410,08	2.387,21
60	2.387,21	22,88	2.410,08	(0,00)
Año 5	27.197,22	1.723,78	28.921,00	

INGRESOS PROYECTADOS.

Los ingresos del proyecto es una expectativa de ventas de los servicios que se ofrecerá, los ingresos esperados se estiman de acuerdo a la inflación promedio de los tres últimos años, y por la tasa de crecimiento del sector (otros servicios).

Servicios Empresas	Cant. M ²	Valor M ²	Año 1 \$	Cant.	Valor M ²	Año 2 \$	Cant.	Valor M ²	Año 3 \$	Cant.	Valor M ²	Año 4 \$	Cant.	Valor M ²	Año 5\$
Almirante	450	30,00	13500,00	471	32,26	15184,31	492	34,69	17078,76	515	37,30	19209,58	539	40,11	21606,23
Gonzáles Suárez	550	30,00	16500,00	575	32,26	18558,6	602	34,69	20874,04	629	37,30	23478,37	658	40,11	26407,62
Banco Pichincha	700	30,00	21000,00	732	32,26	23620,04	766	34,69	26566,97	801	37,30	29881,56	838	40,11	33609,70
Hotel Quito	1200	25,00	30000,00	1255,2	26,88	33742,9	1313	28,12	36918,66	1373	30,24	41524,77	1437	32,51	46705,56
Banco Austro	800	30,00	24000,00	836,8	32,26	26994,3	875	33,74	29534,93	916	36,28	33219,82	958	39,02	37364,45
Gaviota	1100	28,00	30800,00	1151	30,11	34642,7	1204	32,38	38964,88	1259	34,81	43826,29	1317	37,43	49294,22
Conjunto Habitacional Vergal	720	20,00	14400,00	753	21,51	16196,60	788	23,13	18217,35	824	24,87	20490,21	862	26,74	23046,65
El Ateneo	900	35,00	31500,00	941,4	37,64	35430,1	985	40,47	39850,45	1030	43,52	44822,34	1077	46,79	50414,55
	6.420		181.700,00	6.715,40		204.369,58	7.025		228.006,05	7.347		256452,95	7.686		288448,99

Estado de Situación Inicial.

El Estado de Situación Inicial permite conocer con que cuentas inicia el ciclo contable la empresa con un activo corriente de \$21.936.08, activos fijos de \$ 116.050.00 y un activo diferido por \$ 1.600.00. El pasivo es una obligación financiera por \$ 109.586.08 que se cancelará en un plazo de 5 años con una tasa de interés del 11.83% y un patrimonio es \$ 30.000.00.

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	
ACTIVOS	AÑO 0
ACTIVO CORRIENTE	23.985,90
DISPONIBLE	
Caja	23.985,90
ACTIVO FIJO	116.050,00
Equipo de Instalación	47.420,00
Equipo de Cómputo	1.400,00
Equipo de Oficina	2.230,00
Vehículo	65.000,00
ACTIVOS DIFERIDOS	1.600,00
Gastos de Constitución	400,00

Gastos de Investigación	1.200,00
TOTAL ACTIVO	141.635,90
PASIVOS	
PASIVO A LARGO PLAZO	
Préstamo por Pagar	109.586,08
TOTAL PASIVO	109.586,08
PATRIMONIO	
Capital Social	32.049,82
TOTAL PATRIMONIO	32.049,82
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	141.635,90

Estado de Pérdidas y Ganancias.

El Estado de resultados es un informe contable que ordena sistemáticamente las cuentas de ingresos como son las ventas y los gastos operativos y los egresos o gastos administrativos, gastos financieros que permite determinar la posición financiera de la empresa.

ESTADO DE RESULTADOS

Ingresos	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	181.700,00	204.369,58	228.006,05	256.452,95	288.448,99
(-)Costo de Venta	20.082,50	21.006,30	21.972,58	22.983,32	24.040,56
Utilidad Bruta en Ventas	161.617,50	183.363,29	206.033,46	233.469,62	264.408,43
Egresos					
Gastos Operacionales	94.613,47	98.117,51	101.783,44	105.152,08	109.206,97
(-)Sueldos	46.861,80	49.017,44	51.272,25	53.630,77	56.097,78
(-)Depreciaciones	18.431,67	18.431,67	18.431,67	17.965,00	17.965,00
(-)Amortizaciones	320,00	320,00	320,00	320,00	326,40
(-)Suministro de Oficina	600,00	629,40	660,24	692,59	726,53
(-)Servicios Básicos	4.200,00	4.405,80	4.621,68	4.848,15	5.085,71
(-) Gastos Estrategia	9.200,00	9.623,20	10.065,86	10.528,89	11.013,21
(-) Gastos Arriendo	11.400,00	11.924,40	12.472,92	13.046,68	13.646,82
(-) Gastos Combustible	3.600,00	3.765,60	3.938,82	4.120,00	4.309,52
Gastos Financieros	11.714,19	9.627,71	7.288,22	4.665,04	1.723,78
(-)Gasto Interés	11.714,19	9.627,71	7.288,22	4.665,04	1.723,78
TOTAL EGRESOS	106.327,66	107.745,22	109.071,66	109.817,12	110.930,75
Utilidad antes de Impuestos	55.289,84	75.618,07	96.961,80	123.652,50	153.477,68
Participación Trabajadores 15%	8.293,48	11.342,71	14.544,27	18.547,87	23.021,65
Utilidad antes Imp. Renta	46.996,36	64.275,36	82.417,53	105.104,62	130.456,02
Impuesto a la Renta 25%	11.749,09	16.068,83	20.604,38	26.276,16	32.614,00
Utilidad del Neta	35.247,27	48.206,52	61.813,15	78.828,46	97.842,01

Estado de Situación Financiera Proyectada.

Dentro del Balance General se detalla cuentas de activo corriente como caja que son los saldo del flujo de efectivo y los inventarios capital que representa el activo disponible del año, el segundo año representa la suma del año 0 del disponible + el año 1 del disponible y así sucesivamente. Los activos fijos depreciables se les restan su respectivo valor de depreciación.

BALANCE GENERAL					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
ACTIVO CORRIENTE	60.778,03	108.442,93	167.374,95	240.232,46	329.168,30
DISPONIBLE					
Caja	36.792,13	47.664,90	58.932,02	72.857,51	88.935,84
REALIZABLE					
Inventario	23.985,90	60.778,03	108.442,93	167.374,95	240.232,46
ACTIVO FIJO	97.618,33	79.186,67	60.755,00	42.790,00	24.825,00
Equipo de Instalación	42.678,00	37.936,00	33.194,00	28.452,00	23.710,00
Equipo de Cómputo	933,33	466,67	0,00	0,00	0,00
Equipo de Oficina	2.007,00	1.784,00	1.561,00	1.338,00	1.115,00
Vehículo	52.000,00	39.000,00	26.000,00	13.000,00	0,00
ACTIVO DIFERIDO	1.280,00	960,00	640,00	320,00	0,00
Gastos de Constitución	320,00	240,00	160,00	80,00	0,00
Gastos de Investigación	960,00	720,00	480,00	240,00	0,00
TOTAL ACTIVO	162.854,04	197.235,23	243.135,08	303.690,18	380.621,97
PASIVOS					

PASIVO CORRIENTE					
Préstamo por Pagar	92.379,27	73.085,97	51.453,19	27.197,22	0,00
TOTAL PASIVOS	92.379,27	73.085,97	51.453,19	27.197,22	0,00
PATRIMONIO					
Capital Social	32.049,82	32.049,82	32.049,82	32.049,82	32.049,82
Utilidad del Ejercicio	35.247,27	48.206,52	61.813,15	78.828,46	97.842,01
Utilidad Acumulada		35.247,27	83.453,79	145.266,93	224.095,40
TOTAL PATRIMONIO	67.297,09	115.503,61	177.316,76	256.145,21	353.987,23
TOTAL PASIVO MAS PATRIMONIO	159.676,36	188.589,58	228.769,95	283.342,43	354.191,23

FLUJO DE FONDOS

Un proyecto de inversión se puede describir como un conjunto de ingresos y egresos de dinero que aparecen en diferentes momentos, de ahí su nombre Flujo de Fondos, se evalúa su rentabilidad en un horizonte de tiempo que generalmente es de cinco años.

No es suficiente determinar contablemente las posibilidades utilidades que obtendrá el proyecto para ver si recupera la inversión, cubre todos los gastos y es rentable, se debe ajustar flujos de efectivo a su valor presente por efectos de la inflación, para conocer la bondad financiera en base al flujo de fondos que utiliza la información de los estados contables como son Estado de Situación Inicial, Costos Proyectados, Pérdidas y Ganancias, Estado de Situación Financiera

FLUJO NETO DE EFECTIVO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	181.700,00	204.369,58	228.006,05	256.452,95	288.448,99
(-)Costo de Venta	20.082,50	21.006,30	21.972,58	22.983,32	24.040,56
Utilidad en ventas	161.617,50	183.363,29	206.033,46	233.469,62	264.408,43
(-) Gastos	106.327,66	107.745,22	109.071,66	109.817,12	110.930,75
Gastos Operacionales	94.613,47	98.117,51	101.783,44	105.152,07	109.170,61
(-)Sueldos	46.861,80	49.017,44	51.272,25	53.630,77	56.097,78
(-)Depreciaciones	18.431,67	18.431,67	18.431,67	17.965,00	17.965,00
(-)Amortizaciones	320,00	320,00	320,00	320,00	326,04
(-)Suministro de Oficina	600,00	629,40	660,24	692,59	726,53
(-)Servicios Básicos	4.200,00	4.405,80	4.621,68	4.848,15	5.085,71
(-) Gastos Estrategias	9.200,00	9.623,20	10.065,86	10.528,89	11.013,21
(-) Gastos Arriendo	11.400,00	11.924,40	12.472,92	13.046,68	13.646,82
(-) Gastos Combustible	3.600,00	3.765,60	3.938,82	4.120,00	4.309,52
Gastos Financieros	11.714,19	9.627,71	7.288,22	4.665,04	1.760,14
(-)Gasto Interés	11.714,19	9.627,71	7.288,22	4.665,04	1.760,00
Utilidad Bruta	55.289,84	75.618,07	96.961,80	123.652,50	153.477,68
15% participación de trabajadores	8.293,47	11.342,71	14.544,27	18.547,88	23.021,65
Utilidad antes de Impuestos	46.996,36	64.275,36	82.417,53	105.104,63	130.456,03
25% Impuesto Renta	11.749,09	16.068,84	20.604,38	26.276,16	32.614,00
Utilidad neta	35.247,27	48.206,52	61.813,14	78.828,47	97.842,02
Depreciación	18.431,67	18.431,67	18.431,67	17.965,00	17.965,00
Amortización	320,00	320,00	320,00	320,00	326,04
Capital Pagado	17.206,81	19.293,29	21.632,79	24.255,96	27.197,22
Total	36.792,13	47.664,90	58.932,02	72.857,51	88.935,84

INDICADORES DE EVALUACIÓN FINANCIERA.

DETERMINACIÓN DE LA TMAR.

Toda empresa para formarse debe realizar una inversión inicial, el capital que forma esta inversión la misma que tendrá un costo, al que se denomina costo del capital propio, es decir el valor que los inversionistas consideran que debe valer el dinero para invertir en el proyecto o que les incentive hacerlo. Por lo que una de las formas de calcularlo se denomina “Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento” (TMAR).

Cálculo de la TMAR.

Se denomina Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento TMAR, a la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se exigirá al proyecto, de tal manera que permita cubrirlo.

$$TMAR = I + F$$

Tasa de Descuento	
Tasa de Interés	11,50%
Crecimiento del Sector	4,60%
Total 16,10%	

La tasa mínima aceptable de rendimiento para el presente proyecto es del 16.10%; porcentajes que será utilizado en el cálculo del VAN, la misma que ayudará a determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto para los siguientes cinco años.

VALOR ACTUAL NETO (VAN).

Es el valor monetario que resulta de la diferencia entre los flujos descontados y la inversión total del proyecto.

Fórmula:

$$VAN = -I + \frac{FE1}{(1+i)} + \frac{FE2}{(1+i)^2} + \frac{FE3}{(1+i)^3} + \dots + \frac{FEn}{(1+i)^n}$$

Donde:

FE= son los flujos de caja

i = es el rendimiento requerido de la inversión proyecto a cinco años.

n = es el número de períodos de duración del proyecto a cinco años.

Si i es mayor o es muy grande que el VAN se irá achicando.

Si i es menor el VAN irá incrementando y el proyecto será más interesante.

Valor Actual Neto			
N°	Inversión	Ingresos	VAN
0	-141.635,90		-141.635,90
1	0,00	36.792,13	31.690,03
2	0,00	47.664,90	35.361,79
3	0,00	58.932,02	37.657,78
4	0,00	72.857,51	40.100,10
5	0,00	88.935,84	42.161,47
Total VAN			45.335,27

Para tomar la decisión de aceptar o no el proyecto, se considera el criterio que si, el Valor Actual Neto es positivo, es decir ≥ 0 , se puede aceptar y emprender el proyecto; ahora, si el resultado es todo lo contrario, es decir ≤ 0 , el proyecto será rechazado inmediatamente.

TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).

La TIR de un proyecto se define como aquella tasa que permite descontar los flujos netos de operación de un proyecto e igualarlos a la inversión inicial. Para este cálculo se debe determinar claramente cuál es la “inversión inicial” del proyecto y cuáles serán los flujos de ingreso y Costo para cada uno de los períodos que dure el proyecto de manera de considerar los beneficios netos obtenidos en cada uno de ellos.

Fórmula:

$$VPN = 0 = \left(\frac{FE_1}{(1+K)^1} \right) + \left(\frac{FE_2}{(1+K)^2} \right) \dots + \left(\frac{FE_N}{(1+K)^N} \right) - Inversion$$

Para hallar la TIR, se hizo uso de la fórmula del VAN, sólo que en vez de establecer el VAN (el cual se reemplaza por 0), se estaría realizando la tasa de descuento.

TIR		
0	-141.635,90	32%
1	36.792,13	
2	47.664,90	
3	58.932,02	
4	72.857,51	
5	88.935,84	

La TIR de la empresa es de 32%, que supera al costo oportunidad y establece que el negocio tiene excelentes perspectivas en sus ingresos a futuro, la misma que supera a la tasa de descuento, es decir que se puede invertir.

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.

Permite determinar el tiempo en que se recuperaría la inversión a un valor presente, por lo que a menos tiempo se considera una buena alternativa de inversión, la fórmula es la siguiente:

$$PR = a + (b - c) \div d$$

Donde:

a = período después del que se sobrepasa.

b = Flujo inicial de salida

c = El valor acumulado del período previo

d = El valor de entrada del período siguiente

Inversión Inicial		139.586,08		
Período	Flujo de Caja	Flujo de Caja Acumulado	Tiempo	Recuperación de la Inversión
1	36.792,13	36.792,13	3 años	141.635,90
2	47.664,90	84.457,03		
3	58.932,02	143.389,05		
4	72.857,51	216.246,56		
5	88.935,84	305.182,40		
Total				141.635,90

Relación Beneficio – Costo (B/C).

Es el cociente de los flujos descontados de los beneficios o ingresos del proyecto, sobre los flujos descontados de los ingresos o egresos totales del proyecto al igual que en el VAN, se requiere establecer una tasa de actualización apropiada.

Años	Ingresos	Egresos	
1	181.700,00	126.410,16	
2	204.369,58	128.751,52	
3	228.006,05	131.044,24	
4	256.452,95	132.800,44	
5	288.448,99	134.971,31	RBC
TOTAL	1.158.977,56	653.977,67	1,77

Por cada dólar que la empresa invierta se va a recibir \$ 1.31.

Relación Costo – Beneficio (C/B).

El resultado señala un rendimiento de 0.46 centavos por cada dólar invertido por los inversionistas en el proyecto en un horizonte de 5 años, lo que demuestra la rentabilidad de la empresa.

Años	Ingresos Netos del		RCB
	FNE	Inversión	
1	36.792,13	141.635,90	
2	47.664,90		
3	58.932,02		
4	72.857,51		
5	88.935,84		
TOTAL	305.182,40	141.635,90	0,46

Punto de Equilibrio.

El punto de equilibrio de una empresa de servicios, es aquel en el que a un determinado nivel de operación, esta no obtiene utilidades, pero tampoco incurre en pérdidas. El punto de equilibrio permite determinar el lugar fijo en el que las ventas y los costos son iguales y no hay pérdidas ni ganancias para una actividad empresarial, sin embargo no se debe estar sobre el punto de equilibrio.

Para definir cuanto necesito producir, es necesario realizar el análisis respecto del punto de equilibrio, clasificando a los costos de la siguiente manera.

Punto de Equilibrio					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	181.700,00	204.369,58	228.006,05	256.452,95	288.448,99
CF	94.613,47	98.117,51	101.783,44	105.152,08	109.206,97
CV	20.082,50	21.006,30	21.972,58	22.983,32	24.040,56
PE(AÑO)	114.695,97	119.123,81	123.756,02	128.135,40	133.247,53

CAPÍTULO VII

CONCLUSIONES

- La mayoría de los administradores encuestados no utilizan el servicio de limpieza de ventanas, y las personas que manejan el servicio no lo realizan con la tecnología que se quiere ofrecer con este proyecto.
- De las personas que no utilizan el servicio el 60% está dispuesto a utilizarlo, tenemos un alto porcentaje de mercado virgen al cual dirigir esfuerzos para captar nuevos clientes.
- Saber que la gran mayoría de los administradores que reciben el servicio de limpieza de ventanas no están satisfechos con la calidad del servicio, en razón de que cuando los edificios son muy altos, las ventanas no son limpiadas en sus exteriores.
- Según estudio realizado, existe competencia de limpieza de ventanas pero no con la tecnología que esta organización va a implementar para esta actividad.
- Un 60% del mercado objetivo está dispuesto a cancelar de 45 a 50 dólares por un excelente servicio de limpieza de ventanas de edificios.

RECOMENDACIONES

- Después de conocer los resultados obtenidos de la investigación de mercado realizada a los administradores de los edificios, se recomienda ejecutar este proyecto el cual arroja resultados satisfactorios en su aceptación y utilidad respectiva.
- Se recomienda realizar las estrategias de marketing propuestas para la introducción de la organización en el mercado, además para obtener un posicionamiento.
- Se encarga realizar todos los trámites legales para la implementación del proyecto.
- Es recomendable dar a conocer la tecnología que se utilizará en la limpieza de ventanas, en las estrategias que se realizará para su posicionamiento.
- Se recomienda que la empresa empiece en el Distrito Metropolitano de Quito, y después implementar oficinas en las principales ciudades del país.

BIBLIOGRAFÍA

- **ARBOLEDA, R. (2004).** *Indicadores de medida aplicados a la gestión de relaciones públicas.* 1ª . Edición. Editorial AENOR. España.
- **CHIAVENATO, I. (2006).** *Introducción a la Teoría General de la Administración.* 7ª Edición. Editorial MC Graw Hill Interamericana. México.
- **GÓMEZ, L. y otros. (2001).** *Dirección y Gestión de Recursos Humanos.* 3ª Edición. Editorial Prentice Hall. Madrid.
- **GÓMEZ, P. (2007).** *Cómo aplicar los recursos humanos.* 1ª . Edición.. Valletta Ediciones. Argentina.
- **IBÁÑEZ, M . (2005).** *Administración de Recursos Humanos.* 1ª . Edición. Editorial San Marcos. Lima.
- **JERICÓ, P . (2006) .** *Gestión del Talento Humano.* Editorial Prentice Hall. Madrid.
- **KLINGNER, D. (2002).** *La administración del personal en el sector público.* 4ª Edición. Editorial MC Graw Hill Interamericana. México.
- **LUSSIER, R. y otros. (2002).** *Liderazgo, Teoría, aplicaciones y desarrollo de habilidades.* 1ª . Edición. Editorial Thomson Learning. México.
- **PACHECO, J. y otros. (2004).** *Indicadores de gestión.* 1ª . Edición. Editorial Mc Graw Kill. Colombia.
- **ROBBINS, S y otros. (2009).** *Comportamiento organizacional.* 13ª Edición. Editorial Pearson Prentice Hall. México.

- **RODRIGUEZ, J. (2007).** *Administración Moderna de Personal.* 7^a. Edición. Editorial Thomson. México.
- **TOSO, K. (2006).** *Administración de empresas.* 1^a Edición. Editorial Palomino. Lima
- **WERTHER, W y otros . (2008).** *Administración de recursos humanos El capital humano de las empresas.* 6^a. Edición. McGraw- Hill Interamericana editores. México.

DIRECCIONES ELECTRÓNICAS

- **GARCÍA SALINERO, J. (2008).** La elección del tipo de diseño de investigación.
(on line). Disponible en:
http://www.nureinvestigacion.es/formacion_metodologia_obj.cfm?id_f_metodologia=12&modo=todos&FilaInicio=25&paginacion=2 (06/02/10, 16:52)
- **OBREGON, C. (2008).** Como medir la eficiencia Empresarial. (on line)
Disponible en: http://www.revista-mm.com/rev49/administracion_A.pdf.
(06/03/10, 16:52)
- **PÉREZ BENGOCHEA, V. (2008).** <http://www.gestiopolis.com/administracion-estrategia/iderazgo-habilidades-y-desempeño.htm>.

- <http://www.gestiopoli.com/canales/derrhh/articulos/37/equipo.htm> (11/03/10, 11:05)
- http://www.wikilearning.com/monografia/metodologia_del_cuadro_de_mando_integral-la_perspectiva_del_aprendizaje_y_crecimiento/11134-7 (11/03/10, 11::08)
- <http://www.monografias.com/trabajos7/admi/admi.shtml#conce> (06/03/10, 16:19)
- http://html.rincondelvago.com/administracion-de-personal_conceptos.html (06/03/10, 16:24)
- http://www.wikilearning.com/articulo/concepto_y_contenidos_de_la_planificacion_de_recursos_humanos/16327-1 (06/03/10, 16:28)
- <http://www.gestiopolis.com/organizacion-talento/gestion-talento-humano-organizaciones.htm> (06/03/10, 16:28)
- http://drupal.puj.edu.co/files/OI050_Herman_0.pdf (06/03/10, 16:41)
- <http://www.monografias.com/trabajos12/reclper/reclper.shtml> (06/03/10, 16:44)
- <http://www.gestiopolis.com/recursos2/documentos/fulldocs/rrhh/audirrh.htm> (06/03/10, 16:48)
- <http://www.psicopedagogia.com/definicion/relaciones%20humanas> (06/03/10, 16:52)
- <http://www.portalformativo.com/includes/buscar.php?q=definicion+de+bienestar+personal> (08/03/10, 17:28)
- <http://html.rincondelvago.com/evaluacion-del-desempeno-laboral.html> (06/03/10, 16:58)

- <http://www.gestiopolis.com/canales8/rrhh/rendimiento-y-desempeno-laboral.htm>
(06/03/10, 17:02)
- <http://cangurorico.com/2009/02/concepto-de-motivacion.html> (06/03/10, 17:02)
- http://www.degerencia.com/articulo/rrhh_20_ventajas_de_un_nuevo_modelo_de_gestion. (08/03/10, 17:22)
- <http://www.gestiopolis.com/canales/derrhh/articulos/42/clima.htm>
(11/04/10, 11:21)
- <http://html.rincondelvago.com/analisis-de-puesto-de-trabajo.html>
(06/03/10, 16:38)
- <http://www.monografias.com/trabajos11/salartp/salartp.shtml#INCENT>
(06/03/10, 17:08)
- <http://www.monografias.com/trabajos10/coach/coach.shtml> (06/03/10, 20:44)

ANEXOS

ANEXO 1

1.2 COMPAÑÍAS ANONIMAS

Requisitos

1.2.1 Son aplicables a esta compañía los requisitos precisados en los numerales 1.1.1, 1.1.2, 1.1.5 y 1.1.6, sobre los requisitos de la compañía de responsabilidad limitada. No obstante lo dicho, se aclara que la compañía anónima no puede tener por nombre una razón social, con las salvedades correspondientes, perfectamente identificadas.

1.2.2 Forma de constitución

1.2.2.1. Constitución simultánea.

Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores.

Artículos 148 y 149 de la Ley de Compañías.

1.2.2.2. Constitución sucesiva.

Por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores

1-2-3. Accionistas

1.2.3.1. Capacidad

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. Artículo 145 de la Ley de Compañías.

1.2.3.2. Números de accionistas.

La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la Ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

1.2.3. Capital

1.2.3.1. Capital mínimo.

El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

Sin embargo, si se tratare de constituir una compañía cuyo **objeto sea la explotación de los servicios de transporte aéreo interno o internacional**, se requerirá que tal 5 compañía específicamente se dedique a esa actividad con un capital no inferior a veinte veces el monto señalado por la Ley de Compañías para las sociedades anónimas (Dieciséis mil dólares de los Estados Unidos de América), , según lo dispuesto en el Art. 46 de la Ley de Aviación Civil, reformada por la Ley No. 126, publicada en el R. O. 379 de 8 de agosto de 1998.

Así también, si se desea constituir una compañía **de salud y medicina pre pagada**, conforme lo dispone el artículo 4 de la Ley que regula el funcionamiento de las Empresas Privadas de Salud y Medicina Pre pagada, publicada en el R. O. 12, del 26 de agosto de 1998, deberán ser sociedades anónimas, nacionales o extranjeras. Su objeto social será el financiamiento de los servicios de salud y medicina y tendrá un capital pagado mínimo de ochenta mil (80,000) UVC`S (doscientos diez mil trescientos doce dólares de los Estados Unidos de América).

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías). Lo expresado para el aporte y transferías de dominio de bienes tangibles e

intangibles, así como aportes consistentes en inmuebles sometidos al régimen de propiedad horizontal descritos en la constitución de la compañía limitada, es válido para la constitución de la anónima.

1.2.3.2. Acciones.

La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto, artículo 170 de la Ley de Compañías, se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley. La compañía podrá emitir certificados provisionales o títulos definitivos, artículo 168 de la susodicha Ley

PROYECTO N° 2

MINUTA DE CONSTITUCIÓN SIMULTÁNEA DE COMPAÑÍA ANÓNIMA

SEÑOR NOTARIO

En el protocolo de escrituras públicas a su cargo, sírvase insertar una de constitución simultánea de compañía anónima, contenida en las siguientes cláusulas:

PRIMERA.

COMPARECIENTES

Intervienen en el otorgamiento de esta escritura....(*aquí se hará constar los nombres , nacionalidades y domicilios de las personas naturales o jurídicas que, en el número mínimo de 2, vayan a ser accionistas de la compañía. Si una o más de ellas son personas naturales se hará constar además el estado civil de cada una. La comparecencia puede ser por derecho propio o por intermedio de representante legal o de mandatario*).

SEGUNDA

DECLARACIÓN DE VOLUNTAD.

Los comparecientes declaran que constituyen, por la vía simultánea, como en efecto lo hacen, una compañía anónima, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Comercio, a los convenios de las parte y a las normas del Código Civil.

TERCERA.

ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA.

TITULO 1

Del nombre, domicilio, objeto y plazo

Artículo 1º.- Nombre.

El nombre de la compañía que se constituye es.

Artículo 2º.- Domicilio.

El domicilio principal de la compañía es.....(*aquí el nombre del cantón seleccionado como domicilio principal de la compañía*). Podrá establecer agencias, sucursales o establecimientos administrados por un factor, en uno o más lugares dentro del territorio nacional o en el exterior, sujetándose a las disposiciones legales correspondientes.

Artículo 3º.- Objeto.

El objeto de la compañía consiste en.....(*Para el señalamiento de las actividades que conformen el objeto se tendrá en cuenta lo dispuesto en el numeral 3º del Artículo 150. Para la obtención de uno o más informes previos favorables por parte de organismos públicos, ofrece una guía el folleto “**Instructivo para la constitución de las compañías mercantiles sometidas al control de la Superintendencia de Compañías**”, que puede solicitar en esta Institución*).

En el cumplimiento de su objetivo, la compañía podrá celebrar todos los actos y contratos permitidos por la ley.

Artículo 4º.- Plazo.

El plazo de duración de la compañía es de.....(*se expresará en años*), contados desde la fecha de inscripción de esta escritura. La compañía podrá disolverse antes del vencimiento del plazo indicado, o podrá prorrogarlo, sujetándose, en cualquier caso, a las disposiciones legales aplicables.

TITULO II**Del capital****Artículo 5º.- Capital y de las acciones.**

El capital social es de.-...(*aquí la suma en que se lo fije, suma que no puede ser menor de 800 dólares de los Estados Unidos de América*), dividido en....(*aquí el número de acciones en que se fraccione el capital*) acciones ordinarias y nominativas, de(*aquí el valor de cada acción, que será de un dólar o múltiplos de un dólar*) de valor nominal cada una, numeradas consecutivamente del.... al..... (*Se podría redactar este artículo dividiendo las acciones por series, de modo que en cada una de ellas, sin*

desatender la norma sobre el valor nominal, tengan las acciones correspondientes a cada serie un determinado importe).

TITULO III

Del gobierno y de la administración

Artículo 6°.- Norma general.

El gobierno de la compañía corresponde a la junta general de accionistas, y su administración al gerente y al presidente.

Artículo 7°.- Convocatorias.

La convocatoria a junta general efectuará el gerente de la compañía, mediante aviso que se publicará en uno de los diarios de mayor circulación en el domicilio principal de la compañía, con ocho días de anticipación, por lo menos, respecto de 16 aquél en el que se celebre la reunión. En tales ocho días no se contarán el de la convocatoria ni el de realización de la junta.

Artículo 8°.- Clases de juntas.

Las juntas generales serán ordinarias y extraordinarias. Las primeras se reunirán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del

ejercicio económico de la compañía, para considerar los asuntos especificados en los numerales 2º, 3º y 4º del artículo 231 de la Ley de Compañías y cualquier otro asunto puntualizado en el orden del día, de acuerdo con la convocatoria. Las segundas se reunirán cuando fueren convocadas para tratar los asuntos para los cuales, en cada caso, se hubieren promovido.

Artículo 9º.- Quórum general de instalación.

Salvo que la ley disponga otra cosa, la junta general se instalará, en primera convocatoria, con la concurrencia de por lo menos el 50% del capital pagado. Con igual salvedad, en segunda convocatoria, se instalará con el número de accionistas presentes, siempre que se cumplan los demás requisitos de ley. En esta última convocatoria se expresará que la junta se instalará con los accionistas presentes.

Artículo 10º.- Quórum especial de instalación.

Siempre que la ley no establezca un quórum mayor, la junta general se instalará, en primera convocatoria, para deliberar sobre el aumento o disminución de capital, la transformación, la fusión, la escisión, la disolución anticipada de la compañía, la reactivación de la compañía en proceso de liquidación, la convalidación y, en general, cualquier modificación del estatuto con la concurrencia de al menos el 50% del capital pagado. En estos casos, salvo que la ley señale un quórum mayor, para que la junta se instale previa segunda convocatoria, bastará la concurrencia de la tercera parte del capital pagado.

Cuando preceda una tercera convocatoria, siempre que la ley no prevea otro quórum, la junta se instalará con el número de accionistas presentes. De ello se dejará constancia en esta convocatoria.

Artículo 11º.- Quórum de decisión.

Salvo disposición en contrario de la ley, las decisiones se tomarán con la mayoría del capital pagado concurrente a la reunión.

Artículo 12º.- Facultades de la junta.

Corresponde a la junta general el ejercicio de todas las facultades que la ley confiere al órgano de gobierno de la compañía anónima.

Artículo 13.- Junta universal.

No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la junta se entenderá convocada y quedará válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar, dentro del territorio nacional, para tratar cualquier asunto siempre que esté presente todo el capital pagado y los asistentes, quienes deberán suscribir el acta bajo sanción de nulidad de las resoluciones, acepten por unanimidad la celebración de la junta.

Artículo 14°.- Presidente de la compañía.

El presidente será nombrado por la junta general para un período.... (*puede oscilar entre uno y cinco años*), a cuyo término podrá ser reelegido. El presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al presidente:

- a) Presidir las reuniones de junta general a las que asista y suscribir, con el secretario, las actas respectivas;
- b) Suscribir con el gerente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas; y,
- c) Subrogar al gerente en el ejercicio de sus funciones, en caso de que faltare, se ausentare o estuviere impedido de actuar, temporal o definitivamente.

Artículo 15°.- Gerente de la compañía.

El gerente será nombrado por la junta general para un período.....(*puede oscilar entre uno y cinco años*), a cuyo término podrá ser reelegido. El gerente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Corresponde al gerente:

- a) Convocar a las reuniones de junta general;
- b) Actuar de secretario de las reuniones de junta general a las que asista y firmar, con el presidente, las actas respectivas;
- c) Suscribir con el presidente los certificados provisionales o los títulos de acción, y extenderlos a los accionistas;

- d) Ejercer la representación legal, judicial y extrajudicial de la compañía, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 12 de la Ley de Compañías; y,
- e) Ejercer las atribuciones previstas para los administradores en la Ley de Compañías.

TITULO IV

DE LA FISCALIZACIÓN

Artículo 16°.- Comisarios.

La junta general designará....(*aquí el número de comisarios que nombre*), cada....(*aquí el número de años que comprendan el período para el que se nombre al o a los comisarios*), quienes tendrán derecho ilimitado de inspección y vigilancia sobre todas las operaciones sociales, sin dependencia de la administración y en interés de la compañía.

TITULO V

DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN

Artículo 17°.- Norma general.

La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley. Siempre que las circunstancias permitan, la junta general designará un liquidador principal y otro suplente.

CUARTA.- APORTES.

Se elaborará el cuadro demostrativo de la suscripción y pago del capital social tomando en consideración lo dispuesto por la Ley de Compañías en sus artículos 150, numeral 6º, en cualquier caso, 147, inciso 5º, y 161, si el aporte fuere en numerario y 162, si fuere en especies. Si se estipulare plazo para el pago del saldo deudor, éste no podrá exceder de dos años contados desde la fecha de constitución de la compañía. En aplicación de las normas contenidas en los artículos antes citados, se podría elaborar el cuadro de suscripción y pago del capital social a base de los siguientes datos generales:

Nombres accionistas

Capital suscrito Capital pagado (debe cubrir al menos el 25% de cada acción) Capital por pagar (el saldo deberá pagarse en 2 años máximo)

Número de Acciones Capital Total Numerario (dinero) Especies (muebles, inmuebles o intangibles)

TOTALES:

QUINTA.- NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES.

Para Los períodos señalados en los artículos 14° y 15° del estatuto, se designa como presidente *(a)* de la compañía al *(o a la)* señor *(o señora)*...y como gerente de la misma al *(o a la)*señor *(o señora)*..., respectivamente.

Usted, señor Notario, se dignará añadir las correspondientes cláusulas de estilo. 18

ANEXO 2

BUENOS DIAS SOY ESTUDIANTE DE LA UNIVERSIDAD TECNOLOGICA EQUINOCCIAL DE INGENIERIA EN MARKETING Y ESTAMOS REALIZANDO UNA INVESTIGACION ACERCA DE UN NUEVO SERVCIO DE LIMPIEZA DE VENTANAS DE EDIFICIOS

Nombre del encuestado_____

Teléfono: _____

Dirección: _____

Edificio: _____

Email:_____

1.- ¿Ud. ocupa servicios de limpieza de ventanas para edificios?

SI_____

NO_____

Si su respuesta es no Ud., utilizaría este servicio_____

2.- ¿Con qué frecuencia usted utiliza un servicio a de limpieza de ventanas de edificios?

a) 1 vez mes

b) 1-2 veces al trimestre

c) 1-3 veces cada semestre

3.- ¿De las siguientes alternativas como calificaría usted el tiempo que se demoran en la limpieza de ventanas de su edificios?

Excelente_____

Muy Bueno_____

Bueno_____

Regular_____

Malo_____

4.- ¿En una escala del 1 al 5 tomando en cuenta el 5 como lo mejor y 1 como o peor como califica los servicios de limpieza de ventanas que le han brindado?

1 2 3 4 5

5.- ¿Con que empresa de limpieza de ventanas de edificios trabaja o ha trabajado?

6.- ¿Qué opina usted acerca de los precios que tienen las empresas que se dedican a la limpieza de ventanas de edificios?

Altos_____

Intermedios_____

Bajos_____

7.- ¿Al realizar la limpieza de ventanas de su edificio que tipo de entidad utilizaría?

INFORMAL_____

EMPRESA ESPECIALIZADA EN ESTE SERVICIO_____

8.- ¿Que precio pagaría por metro cuadrado por la limpieza de ventanas de su edificio?

De 45 a 50_____

De 51 a 56_____

De 57 a 61_____

Gracias por la colaboración y su tiempo prestado

NOMBRE DEL ENCUESTADOR_____

FECHA_____

FIRMA DEL SUPERVISOR_____