



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERÍA COMERCIAL**

## **TÍTULO DEL PROYECTO:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA  
MICROEMPRESA QUE PRESTE SERVICIOS GENERALES A  
DOMICILIO EN LA CIUDAD DE MILAGRO”**

## **AUTORAS:**

**CENIA JANINA AVILEZ SOLÓRZANO**

**MARJORIE LISETH MINA CHACON**

**MILAGRO, Abril del 2013**

**ECUADOR**



# **UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

## **UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

### **ACEPTACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

#### **CERTIFICO:**

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de “**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE PRESTE SERVICIOS GENERALES A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE MILAGRO**”, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: **INGENIERIA COMERCIAL**.

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por las Egresadas:

CENIA JANINA AVILEZ SOLORZANO C.I 0928421288

MARJORIE LISETH MINA CHACON C.I 0928470137

Milagro, a los 26 días del mes de Abril del 2013

**TUTORA**

---

Eco. ROSA ROBALINO



# UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Las abajo firmantes autoras de la investigación con el título: **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE PRESTE SERVICIOS GENERALES A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE MILAGRO”**. Declaramos ante el por el Consejo Directivo de la Unidad Académica Ciencias Administrativas Y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro, que el trabajo presentado es nuestra propia autoría; no contienen material escrito por otra persona, salvo el que está referenciado debidamente en el texto; parte del presente documento o en su totalidad no ha sido aceptado para el otorgamiento de cualquier otro título o Grado de una institución nacional o extranjera.

Milagro, a los 26 días del mes de Abril del 2013

---

Cenia Avilez Solórzano

CI.092842128-8

---

Marjorie Mina Chacón

CI. 0928470137



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA**

EL TRIBUNAL CALIFICADOR, previo a la obtención del Título de INGENIERIA COMERCIAL otorga al presente proyecto las siguientes calificaciones:

TRABAJO ESCRITO: \_\_\_\_\_ (        )  
EXPOSICIÓN ORAL: \_\_\_\_\_ (        )  
TOTAL: \_\_\_\_\_ (        )  
EQUIVALENTE A: \_\_\_\_\_ (        )

\_\_\_\_\_  
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

\_\_\_\_\_  
PROFESOR DELEGADO

\_\_\_\_\_  
PROFESOR DELEGADO

## **DEDICATORIA.**

Dedico este esfuerzo a Dios mi eterno amigo y guía, a mis padres, en especial a mi madre Martha por ser el pilar de apoyo en esta trayectoria estudiantil; a mis abuelos y tíos quienes con todo su amor, paciencia, apoyo y constancia hicieron factible la culminación de mi carrera y que día a día han dedicado a mi crecimiento personal y espiritual con sacrificio y esfuerzo, siendo el eje fundamentales de soporte y protección durante toda mi vida.

**Cenia Avilez Solórzano**

Primeramente Agradezco a Dios ser celestial y supremo por haberme permitido culminar con mi objetivo estudiantil con paciencia y sabiduría gracias a su bondad. A mi madre Luz Por el apoyo por sus consejos y motivación constante la cual me ha enseñado ser una persona de. A mi padre Manuel por inculcarme a ser perseverante y no rendirme fácilmente para culminar este ciclo. A mi hermano Juan David quien me alentó día a día para continuar y estar en pie de lucha con mis estudios. A mis Abuelos personas que me brindaron sabios consejos desde pequeña los cuales me sirvieron y he recordado día a día en esta etapa y todo con dedicación y esfuerzo se puede lograr los amo aunque ya no estén conmigo.

**Marjorie Mina Chacón**

## **AGRADECIMIENTO.**

Agradezco a Dios por mantenerme siempre firme y darme la fuerza necesaria para lograr alcanzar todas las metas propuestas, por haberme dado la oportunidad de concluir mi carrera que tanto esfuerzo me ha costado.

Agradezco a mis padres a mis abuelos y tíos que tanto quiero por darme el apoyo incondicional y el aliento que me han brindado cada segundo de mi vida, por preocuparse tanto por mi bienestar y por ser como son, y agradezco a Dios por darme una familia tan linda.

Y de manera especial a nuestro tutora, Eco Rosa Robalino por guiarnos en esta ardua pero gratificante tarea.

**Cenia Avilez Solórzano**

Agradezco a Dios ser especial aquel que participa en todas las acciones y brindarme salud, fortaleza para poder culminar con la carrera.

A mis padres, hermano, abuela y tía que quiero por su incondicional apoyo y consejos que me brindaron gracias por preocuparse por mí y quererme tanto

Agradecer a mis amigos los cuales de una u otra manera me ayudaron muchas gracias por su aliento incondicional y saber y demostrarme el significado de una amistad gracias a mi amiga y compañera de tesis Cenia Avilez por compartir este esfuerzo y lograrlo juntas.

A nuestra tutora Econ. Rosa Robalino por encaminarnos y guiarnos para culminar con éxito nuestro presente trabajo de investigación.

**Marjorie Mina Chacón**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**  
**UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.**

Msc Jaime Orosco

Rector de la Universidad Estatal de Milagro.

Presente:

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedemos a hacerle entrega de la Cesión de Derecho de Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de tercer nivel, cuyo tema fue **“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA MICROEMPRESA QUE PRESTE SERVICIOS GENERALES A DOMICILIO EN LA CIUDAD DE MILAGRO”**. Y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas Y Comerciales.

Milagro, a los 26 días del mes de Abril del 2013

---

Cenia Avilez Solórzano

CI.092842128-8

---

Marjorie Mina Chacón

CI. 0928470137

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPITULO I.....	3
EL PROBLEMA.....	3
1.1    PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.2    OBJETIVOS.....	5
1.2.1    Objetivo General.....	5
1.2.2    Objetivos Específicos.....	5
1.3    JUSTIFICACIÓN.....	6
1.3.1    Justificación de la investigación.....	6
CAPITULO II.....	7
MARCO REFERENCIAL.....	7
2.1    MARCO TEORICO.....	7
2.1.1    Antecedentes Históricos.....	7
2.1.2    Antecedentes Referenciales.....	9
Manual del albañil.....	33
Guía Completa sobre Plomería: Materiales Modernos.....	35
Materiales de Pintura y Su Empleo en el Arte.....	36
Escrito por Max Doerner.....	36
.....	38
Electricidad Teoría Básica y Prácticas.....	38
2.2    MARCO CONCEPTUAL.....	60
2.3    HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	61
2.3.1    Hipótesis General.....	61
2.3.2    Hipótesis Particular.....	61
2.3.3    Declaración de Variables.....	62
2.3.4    Operacionalización de las variables.....	63
Cuadro # 2 Operacionalización de las variables.....	63
CAPITULO III.....	66
MARCO METODOLÓGICO.....	66
3.1    TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....	66



3.2	LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA .....	67
3.2.1	Características de la población .....	67
3.2.2	Delimitación de la población. ....	68
3.2.3	Tipo de la muestra.....	68
3.2.4	Tamaño de la muestra.....	68
3.2.5	Proceso de selección.....	69
3.3	LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS .....	69
3.4	PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN .....	71
CAPITULO IV.....		72
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....		72
4.1	ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL.....	72
4.2	ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA. ....	73
4.3	RESULTADOS.....	88
4.4	VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS.....	89
CAPÍTULO V .....		91
PROPUESTA .....		91
5.1	TEMA.....	91
5.2	FUNDAMENTACIÓN .....	91
5.3	JUSTIFICACIÓN.....	101
5.4	OBJETIVOS .....	102
5.5	UBICACIÓN.....	103
5.6	FACTIBILIDAD.....	103
5.7	DESCRIPCION DE LA PROPUESTA .....	144
6.	CONCLUSIONES.....	166
7.	RECOMENDACIONES.....	167
BIBLIOGRAFIA.....		168

## INDICE DE FIGURAS

	Pág.
<b>Figura 1.</b>	
Clasificación de la Empresa	19
<b>Figura 2.</b>	
Ciclo de vida del Servicio	26
<b>Figura 3</b>	
Albañilería	33
<b>Figura 4</b>	
Plomería	35
<b>Figura 5.</b>	
Pintor (brocha gorda)	36
<b>Figura 6.</b>	
Electricista	38
<b>Figura 7.</b>	
UBICACIÓN	103
<b>Figura 8.</b>	
Logotipo	110
<b>Figura 9</b>	
Letrero	124
<b>Figura 10</b>	
Tarjeta de presentación	124
<b>Figura 11.</b>	
Hojas volantes	125
<b>Figura 12.</b>	
Fuerza de porter	126
<b>Figura 13.</b>	
Organigrama de la empresa ServiHogar Milagro.	134

## ÍNDICE DE CUADROS

	<b>Pág.</b>
<b>Cuadro # 1</b>	
Declaración de Variables.	62
<b>Cuadro # 2</b>	
Operacionalización de las variables	63
<b>CUADRO # 3.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	73
<b>Cuadro # 4</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	75
<b>Cuadro # .5</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	76
<b>Cuadro # 6</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	78
<b>Cuadro # 7.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	79
<b>Cuadro # 8</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	80
<b>Cuadro # 9.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	81
<b>Cuadro # 10.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	83
<b>Cuadro # 11.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	84
<b>Cuadro # 12.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	86
<b>Cuadro # 13.</b>	
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	87
<b>Cuadro # 14</b>	
Verificación de las hipótesis	89

<b>Cuadro # 15</b>	
Foda	111
<b>Cuadro # 16</b>	
Foco de las acciones ofensivas. FO	112
<b>Cuadro # 17</b>	
Foco de las acciones ofensivas. FA	113
<b>Cuadro # 18</b>	
Foco de las acciones defensivas. DO	114
<b>Cuadro # 19</b>	
Foco de las acciones defensivas. DA	115
<b>Cuadro # 20</b>	
Estrategia FO-FA-DO-DA de ServiHogar Milagro	116
<b>Cuadro # 21</b>	
Lista de los servicios	119
<b>Cuadro # 22</b>	
Lista de precio	121
<b>Cuadro # 23.</b>	
Proceso de la consecución de permisos legales de la Microempresa ServiHogar Milagro	145
<b>Cuadro # 24</b>	
Proceso de la selección del sitio de la Microempresa ServiHogar Milagro	145
<b>Cuadro# 25</b>	
Proceso de la selección del recurso humano.	146
<b>Cuadro# 26</b>	
Proceso de consecución del recurso económico para la instalación de la Microempresa ServiHogar Milagro.	146
<b>Cuadro # 27</b>	
Proceso del diseño estructura y técnico I de la de la Microempresa ServiHogar.	147

<b>Cuadro# 28</b>	
Proceso del diseño estructural de la de la Microempresa ServiHogar.	147
<b>Cuadro # 29</b>	
Activos Fijos	148
<b>Cuadro # 30</b>	
Depreciación de los activos Fijos	149
<b>Cuadro # 31</b>	
Inversión del proyecto	149
<b>Cuadro # 32</b>	
Financiamiento del proyecto	150
<b>Cuadro # 33</b>	
Tasa	150
<b>Cuadro # 34</b>	
Tabla de amortización	151
<b>Cuadro # 35</b>	
Gastos administrativos y generales	152
<b>Cuadro # 36</b>	
Detalle de costo de venta	153
<b>Cuadro # 37</b>	
Presupuesto de ingresos	154
<b>Cuadro # 38</b>	
Estado de Pérdidas y Ganancias	155
<b>Cuadro # 39</b>	
Flujo de Caja	156
<b>Cuadro # 40</b>	
Balance General	157
<b>Cuadro # 41</b>	
Índice financiero	158
<b>Cuadro # 42</b>	
Tasa de rendimiento	158

<b>Cuadro # 43</b>	
Ratios Financiero	158
<b>Cuadro # 44</b>	
Punto de equilibrio	159
<b>Cuadro # 45</b>	
Capital de trabajo	159
<b>Cuadro # 46</b>	
Datos	159
<b>Cuadro # 47</b>	
Rendimiento de Liquidez	159
<b>Cuadro # 48</b>	
Razones	160
<b>Cuadro # 49</b>	
Estructura de Liquidez	160
<b>Cuadro # 50</b>	
Estructura De Endeudamiento	161
<b>Cuadro # 51</b>	
Estructura de Rentabilidad	162
<b>Cuadro # 52</b>	
Cronograma de actividades	164
<b>Cuadro # 53</b>	
Cronograma de ejecución de la tesis.	165

## RESUMEN

EL presente proyecto de implantación de una microempresa de servicios generales de albañilería, plomería, electricista, pintura y jardinería, en la ciudad de Milagro como fuente de oportunidades, asegurando una formalidad la misma que beneficiara en los domicilios y a quienes demanden el servicio ya que contara con amplias opciones que la empresa ofrece como la mano de obra calificada, respectiva garantía.

Para tener una propuesta de negocio se distribuyó la información de investigación teórica metodológica en capítulos detallando paso a paso teniendo la problemática planteada, atreves de estos estudios buscando la factibilidad del negocio, en la cual se llevó a cabo un estudio de mercado en la cual utilizando herramienta de la encuesta, la misma que estuvo conformada en un cuestionario de diez preguntas con la meta de identificar las necesidades, exigencias y expectativas que tiene la ciudadanía Milagreña con los servicios y la aceptación de estos. Dando como resultado del estudio de mercado realizado que la microempresa cuenta con una positiva aceptación para incursionar en la parte comercial, ya que a su vez no existe una empresa organizacional dentro de la ciudad que brinde esta clase de servicio, limitándose a satisfacer la demanda los llamados maestros albañiles, plomeros, electricistas, pintores, jardineros, los cuales en su gran mayoría no realizan un trabajo de calidad para cumplir con las necesidades del cliente. Por ello en el estudio a más de realizar un estudio teórico y analítico se llevó a cabo una proyección financiera para demostrar atreves de esta la rentabilidad del negocio teniendo como referencia dos rubros importantes como el VAN y TIR, los cuales dieron como resultado que el negocio es rentable, debido a que la inversión inicial del proyecto se recupera en un tiempo considerable, con estos resultados obtenidos son favorables para llevar acabado la ejecución de nuestra microempresa.

### **Palabras Claves:**

Satisfacer necesidades, Servicio al Cliente, Talento Humano, Herramientas Investigativas, Filosofía Corporativa,

## **ABSTRACT**

This project to implement a microenterprise general service masonry, plumbing, electrical, painting and gardening, in the city of Milagro as a source of opportunity, ensuring a formality that would benefit in the same households and those who demand the service as it will with extensive options that the company offers such as skilled labor, respectively guarantee.

To have a business proposal was circulated theoretical research information into chapters detailing methodological step taking the issues raised, looking dare these studies the feasibility of the business, which was conducted a market survey in which using survey tool, the same as in a questionnaire consisted of ten questions with the goal of identifying the needs, requirements and expectations of the citizenry Milagreña with services and acceptance of these. Resulting from market research that has a positive micro acceptance to break into the business, and in turn there is no organizational business within the city that provides this kind of service, limited to meet the demand called master masons, plumbers, electricians, painters, gardeners, who mostly do not perform quality work to meet customer needs. Thus in the study over a desk and perform analytical conducted a financial projection for this dare show business profitability with reference two important items as the NPV and IRR, which resulted in the business is profitable, because the project's initial investment is recovered over a considerable time, with these results are favorable for carrying finished executing our microenterprise.

### **Keywords:**

Meet Needs, Customer Service, Human Resource, Investigative Tools, Corporate Philosophy.



## INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos se ha generado la crisis económica pero al mismo tiempo ha sido fuente para que se produzcan innumerables ideas las cuales han dado como resultados a exitosas empresas. En una economía tan cambiante y cada vez más competitiva, las empresas deben buscar la máxima rentabilidad al comercializar sus servicios; centrándose en obtener la satisfacción ,fidelidad del cliente como objetivo principal y brindar garantías tanto en calidad como en seguridad, sin olvidarse del servicio personalizado como un valor agregado, que esté dirigido y controlado formalmente, contribuyendo de una manera eficaz, aportando calidad en el servicio así como la seguridad para quienes dependen de este sector.

Las personas cada día son más exigentes y con deseos de cumplir sus exigencias y generar plazas de empleo por eso nace la presente investigación planteada para conocer el grado de factibilidad al crear una microempresa de servicios múltiples con el fin de ofrecer al cliente diferentes servicios estos pueden de plomero, albañil, electricista, pintor (brocha gorda) jardinero, por horas o temporales en los hogares de la ciudad de Milagro se observa que estos oficios tienen una gran demanda pero, actualmente en nuestro cantón no existe una empresa que se encargue de contratar a estas personas por tal motivo ofrecen sus servicios de forma informal además no garantizan la calidad del trabajo que realizan y seguridad.

Es así, que la preocupación de las personas por tener en buen estado fundamental de sus hogares, genera en sus mentes muchas dudas y expectativas al no saber si la persona que va arreglar algún problema de su hogar sea confiable estas situaciones generarían la demanda del servicio.

La investigación presente demostrará la factibilidad que generará esta microempresa lo cual será un negocio exitoso y oportuno en nuestro cantón puesto que tiene una gran oportunidad de aceptación porque no cuenta con una competencia.

La acción correctiva a tomarse ante este problema de la actualidad de muchos hogares ecuatorianos, es el de crear una microempresa seria y capaz de cubrir con estas necesidades de prestar servicios de albañilería, carpintería, plomería, pintor (brocha gorda) jardinería entre otros, brindando todas las garantías para el bienestar de ellos con la debida atención profesional e integral en la calidez de su hogar.

Las oportunidades de entrar en este tipo de mercado, garantiza la aceptación de este proyecto para lo cual se publicitara un servicio de calidad diferente a los tradicionales, cada persona a contratar atraviesa un exhaustivo proceso de selección por medio de entrevistas, exámenes Psicológicos y Grafológicos, además se chequearan sus antecedentes para que con esta presentación se pueda garantizar este servicio para que pueda acudir con tranquilidad al hogar de las personas que requieran delos servicio por horas o temporales.

Para realizar este estudio se aplicará técnicas y métodos de investigación, estudio de mercado el cual ayudará a recopilar información para determinar la existencia o no de una demanda insatisfecha, permitirá conocer y analizar los deseos y necesidades del individuo, análisis de la demanda y oferta, identificación del mercado, tamaño, determinar la proyección de costos y gastos, inversión total del proyecto, establecer la aceptación de este proyecto en el mercado, y verificar si es económicamente factible.

Además, es importante conocer y buscar la información necesaria como son los antecedentes, características del servicio, su base legal, leyes conexas y estudio técnico para que en función de estos resultados se pueda tomar una adecuada decisión.

## **CAPITULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

##### **1.1.1 Problematización.**

El Cantón Milagro es uno de los sectores de mayor crecimiento a nivel de la provincia del Guayas que mantiene un desarrollo constante en todos sus ámbitos, destacando el sector empresarial, dentro de esta amplia plaza de mercado para la creación o implementación de cualquier negocio.

La insatisfacción de la ciudadanía de Milagro en no tener diferentes opciones para contratar servicios generales de albañil, plomero, electricista, pintor(brocha gorda), debido a la falta de conocimiento y preparación de las personas/empresas para ofertar este tipo de servicio a la ciudadanía, generan inconvenientes en el desarrollo diario de los hogares y las empresas.

Así mismo, la ciudadanía del cantón Milagro se siente insatisfecha al momento de contratar personal y cubrir una necesidad en su hogar porque después de un corto

tiempo de realizado el trabajo vuelven a tener el mismo problema, debido a la falta de seriedad de quien presta los servicios.

También al momento de contratar a un desconocido para que realice los servicios generales implica un mayor riesgo para los hogares, debido a que podría allanar o robar las pertenencias personales de quienes lo contratan.

Además el no contar con este tipo de servicio disponible dentro del Cantón establece un costo elevado obtenerlo debido a que el servicio que se va contrata muchas veces es fuera del Cantón.

Al contratar el personal informal que prestan este servicio a domicilio el cliente no tiene alternativas de pago como (crédito, efectivo o tarjetas) debido a que no existe este tipo de empresas donde se pueda contratar y tener alternativas de pago.

### **1.1.2 Delimitación del problema**

La siguiente investigación se realizará en:

**País:** Ecuador

**Región:** Costa

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

**Sector:** Prestación de Servicios

### **1.1.3 Formulación del problema**

¿Cuáles son las principales causas que originan la insatisfacción de la ciudadanía de milagro en no tener diferentes opciones para contratar los servicios generales de albañil, plomero, electricista, pintor?

#### **1.1.4 Sistematización del problema**

- ¿Que genera que la ciudadanía se sienta insatisfecha al momento de contratar personal y cubrir una necesidad en su hogar?
- ¿Qué consecuencia con trae al momento de contratar a un desconocido para que realice los servicios generales?
- ¿Qué genera el no contar con este tipo de servicio disponible dentro del Cantón?
- ¿Que genera el que no exista empresas que puedan contratar a personal y q brinden alternativas de pago?

#### **1.1.5 Determinación del tema**

“Análisis de factibilidad de las microempresas que preste los servicios generales a domicilio en la Ciudad de Milagro”

### **1.2 OBJETIVOS**

#### **1.2.1 Objetivo General.**

Determinar cuáles son los factores que ayuden a identificar las necesidades y expectativas de la ciudadanía con respecto a los servicios de mantenimiento a domicilio de albañiles, plomero, electricista, pintor, jardinería. Con el fin de satisfacer el mercado ofreciendo servicios de calidad realizando un análisis del mercado objetivo.

#### **1.2.2 Objetivos Específicos**

- Analizar lo que genera el poco conocimiento del personal que prestan los servicios de electricidad, gasfitería, pintura, albañilería, a través de herramientas investigativas (encuesta) para tener una excelente satisfacción de la población de Milagro.
- Identificar la insatisfacción de la ciudadanía al momento de contratar personal mediante estrategias investigativas para distinguir el grado de insatisfacción y cubrir la necesidad deseada en el hogar.

- Identificar los posibles riesgos en los hogares al momento de contratar a un desconocido o un trabajador informal para que realice el servicio de mantenimiento a domicilio a través de un proceso de selección.
- Analizar las consecuencias al no disponer dentro del Cantón con este tipo de servicio a disponibilidad de la ciudadanía mediante un estudio de mercado.
- Definir por qué no existe empresas donde se pueda contratar personal y que nos brinden alternativas de pago mediante la aplicación de encuestas.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

#### **1.3.1 Justificación de la investigación**

La realización de este proyecto permitirá desarrollar mis conocimientos y experiencia en esta actividad comercial que si bien es cierto no ha sido explotada, pues muchas personas o propietarios de instituciones emigran a otras ciudades a prestar servicios de electricidad, gasfitería, pintura, albañilería entre otros. Debido a que no existe una empresa que se dedique a dar este tipo de servicios.

Este proyecto de investigación es importante debido a la demanda de la prestación de estos servicios, dado que las personas reciben obras que no satisfacen sus expectativas, encontrándose a un corto tiempo con problemas en los acabados, tales como: instalaciones eléctricas circuitadas, fugas de agua por cañerías y tuberías mal instaladas, deficiente pintado en las fachadas, las labores de albañilería, mal realizados. Estas deficiencias han generado la emigración de una parte considerable de la ciudadanía a otras plazas de mercado por ejemplo Guayaquil, destinando de esta manera recursos financieros a estos lugares, lo cual le resta ingresos a las arcas económicas de Milagro.

Por ello, nació la necesidad de realizar este estudio investigativo para conocer las causas que originan la problemática planteada sobre los servicios antes mencionados y su efecto en la satisfacción de las necesidades y exigencias de la población del Cantón Milagro y de sectores cercanos a este perímetro.

## **CAPITULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1 MARCO TEORICO**

##### **2.1.1 Antecedentes Históricos.**

El concepto de ayuda a domicilio debe ser abierto y flexible, para poder incluir en él servicios prestados en diversas sociedades y en situaciones bien distintas. Se puede describir como conjunto de servicios de índole material y no material que se realizan por una persona, denominada normalmente auxiliar, en beneficio y a petición de otra necesitada en el ámbito más próximo al beneficiario.

La índole de los servicios va desde lo material a lo que podemos denominar genéricamente como espiritual, pasando por un sin fin de prestaciones.

##### **Historia de Servicio a Domicilio**

Los servicios a domicilio han evolucionado a lo largo de la historia, transformándose y actualizándose de acuerdo a los cambios que se producen en la sociedad. Al principio, por la Edad Media, comenzaron por ser obras de caridad. Se hacían servicios sociales de asistencia y beneficencia a personas o grupos en situación de necesidad.

---

1 [http://www.tormo.com Sector\\_Servicio\\_a\\_domicilio\\_las\\_franquicias\\_entran\\_en\\_el\\_hogar.htm](http://www.tormo.com Sector_Servicio_a_domicilio_las_franquicias_entran_en_el_hogar.htm)  
[www.amidomicilio.es](http://www.amidomicilio.es) historia de servicio a domicilio

El origen de la historia del servicio a domicilio se sitúa a finales del siglo XIX y se pueden clasificar en tres fases principales que son:

- La primera fase: Se desarrolló hasta la Edad Media y se destaca principalmente en la *caridad*. Ésta tenía una fuerte raíz religiosa.
- La segunda fase: se desarrolló la *beneficencia* pública, que va a ser el modo característico de la acción social hasta mediados del siglo XIX. que estaba a favor de los necesitados y fue financiada con fondos públicos y privados. Es aquí en donde encontramos los primeros antecedentes históricos del Servicio de Ayuda a Domicilio (S.A.D), ya que en la Edad Media estaba regulado el socorro domiciliario de pobres o de personas de escaso recursos.
- La tercera fase: es la *Asistencia Social* es un sistema público organizado de servicios e instituciones sociales que eran destinada a la ayuda a personas y grupos en situación solo de necesidad.

Hoy en día muchas personas necesitan de los servicios a domicilio, ya que muchos se utilizan habitualmente en todos los ámbitos de nuestra vida por la comodidad y bienestar de muchas familias que lo necesitan. Ya sea de pedir comida a un restaurante, que nos envían su menú directo a casa, hasta una niñera para nuestros hijos y servicios técnico de carpintería o pintor o algún arreglo o reparación para los hogares o empresas. El servicio a domicilio consta de un amplio nivel de posibilidades.

Hoy por hoy unas de las mejores plataformas publicitaria que existe es el internet; ya son muchas las empresas o personas particulares que confían en este tipo de marketing El servicio a domicilio es sin duda, el tipo de servicio más solicitado y demandado por una extensa mayoría de personas que lo requieren.

Existen lugares de instalaciones especializadas para atender los requerimientos de los clientes por teléfono (centros de llamadas o call centers, en inglés) para los servicios que necesiten.



En la actualidad las empresas que ofrecen servicio a domicilio, no se limitan a los domicilios particulares, sino que disponen también de fórmulas y nuevas técnicas para atender a despachos profesionales, locales comerciales, clínicas, entre muchos.

Los negocios que cooperan Servicio a Domicilio tienen la capacidad de desplazarse de un lugar a otro dónde el cliente lo solicite, para ofrecer sus servicios profesionales. Los servicios pueden ser de los más típicos, como servicios domésticos y asistenciales, limpieza, plancha, pintor, electricista, plomero hasta los más modernos, que trasladan el concepto de negocio dónde el cliente lo requiera y solicite.

El compromiso del servicio está en poner su dedicación y esmero para llegar a un fin determinado, que es la satisfacción del cliente. Los servicios se pueden conocer dentro del sector público o privado en general los servicios públicos están a cargo de empresas del estado, o privadas con control estatal, como los servicios de agua, luz y gas.

### **2.1.2 Antecedentes Referenciales**

Con los siguientes proyectos damos como referencia de que no hay mucha competencia directa en esta clase de servicios para brindar al público.

A continuación enumeramos dos proyectos de referencia de universidades y una referencia de una empresa constituida en Guayaquil.

#### **1.- Proyecto de “Creación de una agencia de asistencia técnica para la ciudad de Guayaquil.”**

Autora: Montalvo Chalen Mónica Patricia

Previo a la obtención del Título de: ECONOMISTA CON MENCIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL, ESPECIALIZACIÓN FINANZAS

Donde se ofrecen trabajos de reparaciones y mantenimiento domésticas garantizadas a domicilio” en el año 2009 en la ciudad de Guayaquil. Universidad Espol.

La Agencia de Asistencia técnica 1800-Reparaciones que se propone en este proyecto se dedicaría básicamente a prestar servicios de reparaciones a los hogares en donde se presenten ciertos problemas como el rompimiento de una cañería, un daño en el lavabo o alguna avería eléctrica.

Esta idea surgió del hecho de que es muy común que en nuestros hogares se presenten este tipo de inconvenientes y en la dificultad de contar con una persona que lo solucione, además de lo importante que es tener la garantía de que la persona que acude a nuestro hogar para darle solución a estos desperfectos es una persona honesta y preparada en su oficio.

Es muy común que en los hogares se presenten ciertos problemas como el rompimiento de una cañería, el daño de un lavabo o alguna avería eléctrica; y en muchos de estos casos los miembros de la casa no pueden resolverlos por su propia cuenta, y ante la necesidad de su pronta reparación, las familias se han acostumbrado a recurrir a “especialistas” que ofrecen sus servicios en la calle, pero siempre con el riesgo de que estas personas no sean de confianza, y que el trabajo que realizan no sea de calidad y no ofrezcan las garantías necesarias.

Con este proyecto se pretende también ayudar a algunos de esos trabajadores denominados “informales”, a que se organicen y se capaciten en su oficio.

En nuestra ciudad la cantidad de empresas que ofrezcan este servicio formalmente no satisfacen toda la demanda, y además cuando el servicio es ofrecido por operadoras de tarjeta de crédito es exclusivo para sus socios y por lo tanto no toda la población tiene acceso al mismo, por ello la Agencia 1800-Asistencia sería de gran ayuda ya que servirá a la población guayaquileña en general.

---

2 Universidad Superior Politécnica Del Litoral, autora **MONTALVO CHALEN Mónica Patricia**; “Creación de una agencia de asistencia técnica para la ciudad de Guayaquil, donde se ofrecerán trabajos de reparaciones domésticas garantizadas a domicilio” en el año 2009.

## **2.- Proyecto de “Estudio de factibilidad para la Creación de una Empresa de Servicios Personalizados en la Ciudad de Ibarra”.<sup>3</sup>**

Autora: Ma. De Fátima Flores.

Previo a la obtención del Título de: Ingeniera en Contabilidad Superior y Auditoría CPA. En el año 2010 en la ciudad de Ibarra. Universidad de Técnica del Norte.

Esta modalidad de servicio se ha proliferado en los hogares de economía media hacia arriba; así como también en las pequeñas y medianas empresas que prefieren contratar servicios específicos, temporales y especializados, evitando así mantener una relación laboral que comprometan a los usuarios.

La propuesta de brindar a domicilio servicios especializados de: aseo, lavandería, doméstico en general y servicios técnicos como: jardinería, plomería, albañilería, reparaciones eléctricas, entre otras, cada día va teniendo mayor demanda en la Ciudad de Ibarra lo que ha experimentado una nueva e innovadora modalidad de trabajo. Frente a esta realidad nace la iniciativa de crear una empresa que canalice con responsabilidad, honradez y dé garantía de todo tipo de servicios personalizados. Para esto deberá reclutar, organizar y agrupar para obtener un inventario de toda la fuerza laboral disponible de acuerdo a sus especialidades, para que en el momento de requerir el servicio sea en forma inmediata.

Donde se ofrecerán trabajos de reparaciones domésticas garantizadas. El proyecto de implantación de una Empresa de Servicios personalizados en la Ciudad de Ibarra, se encuentra estructurado en primer lugar del diagnóstico situacional, en el cual se estableció que si existe la necesidad de contar con servicios especializados de: aseo, lavandería, doméstico en general y servicios técnicos como: jardinería, plomería, albañilería, reparaciones eléctricas, entre otras.

---

<sup>3</sup> Universidad Superior Politécnica Del Litoral, autora **MONTALVO CHALEN Mónica Patricia**; “Creación de una agencia de asistencia técnica para la ciudad de Guayaquil, donde se ofrecerán trabajos de reparaciones domésticas garantizadas a domicilio” en el año 2009.

En el estudio de mercado se observó que existe una gran demanda y poca oferta de los servicios personalizados en las zonas residenciales. Es decir todo el caso urbano de la Ciudad de Ibarra y por tal razón se obtuvo una demanda insatisfecha, la cual se cubrirá en un 80%. En el estudio técnico se consideró la localización en la Urbanización Los Portales, se determinó una distribución adecuada de las instalaciones de acuerdo a la necesidad de la empresa, así como también su estructura organizacional

### **3.- Referencia de una Empresa Constituida en Guayaquil.<sup>4</sup>**

#### **Casa Y Servicios Pintura - Electricidad - Instalaciones - Armado**

En Casa & Servicios, nos dedicamos a la Pintura de Casa, Electricidad, Instalaciones, Armados, y es una Empresa que nace para satisfacer una necesidad imperiosa, de tener a alguien de confianza realizando trabajos en nuestro Hogar, en forma Profesional, cobrando precios justos, y solucionando los problemas a tiempo. Se encuentra ubicada en la Av. 9 de octubre y Antepara. Requerimos múltiples servicios, que nunca sabemos con quién contratarlo.

Cansado de Maestros malos en la Casa, que demoran una eternidad, no cumplen y además cobran en exceso Servicio de Pintura de Departamentos y Casas Pintura de Murallas y Panderetas Exteriores Reparación de Grietas y Fisuras en muros. Requiere reparar o realizar trabajos menores de Electricidad en su Hogar, no sabe hacerlo, no tiene tiempo...o no sabe con quién hacerlo? Iluminación de Jardines Instalación de Lámparas Instalación Enchufes de Exterior Cambio y Reparación de enchufes e Interruptores la presentación de problemas en la culminación de las obras de construcción independientemente de quien sea el propietario se ha dado en gran porcentaje, ya sean a nivel nacional o internacional que en determinadas ocasiones han llegado a instancias legales por la deficiencia en los acabados y costos elevados de las edificaciones.

---

<sup>4</sup> Empresa constituida en la ciudad de Guayaquil. Casa Y Servicios Pintura - Electricidad - Instalaciones - Armado

En nuestro país Ecuador y en especial nuestro Cantón, este tipo de casos se ve casi a diario pues las empresas o personas dedicadas a realizar servicios de albañilería, plomería, pintura y electricidad son pocas y la demanda va ascendiendo con el pasar del tiempo, las falencias en los acabados se presentan ya que en enumeradas ocasiones los obreros no son personas idóneas para este tipo de trabajos pues tienen técnicas rústicas no cuentan con las herramientas adecuadas para efectuar esa labor, esa es una de las causas más significativas por las que se reflejan las fallas en las construcciones. Por ello la creación de esta empresa dedicada a la prestación de servicios de albañilería, plomería, pintura, y electricidad resultaría factible realizarlo pues no existe competencia directa lo que llevaría a liderar el mercado en esta actividad comercial y por lo consiguiente obtener buenos ingresos económicos.

### **2.1.3 Fundamentación**

Un estudio de factibilidad nos permitirá demostrar los puntos por los cuales se cree que esta idea basada en la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicios es viable dando a conocer sus debilidades y fortalezas, de este servicio, este estudio realizado demostrara diversos aspectos, del análisis de la empresa, demanda del proyecto y estado financiero. Con este programa de investigación se pretende mostrar que el ámbito de investigación se ha creado como una necesidad de desarrollar una empresa que satisfaga las necesidades requeridas.

### **Fundamentación Científica.**

#### **Teoría de Taylor 5**

Frederick Winslow Taylor fue un ingeniero mecánico y economista estadounidense, promotor de la organización científica del trabajo y es considerado el padre de la Administración Científica.

---

5 Stephen P. Robins, David A. De Cenzo Fundamentos de administración: conceptos esenciales y aplicaciones tercera edición 2002

El interés principal de Taylor era la de acrecentar la productividad mediante una mayor eficacia en la producción y un pago mejor para los trabajadores sin explotarle o aprovechándose abusivamente de él sino por el contrario mediante la aplicación del método científico haciendo que el trabajador haga cada vez mejor su labor creciendo no solo en lo laboral sino también en lo personal, de este modo tanto el patrón va a quedar contento con el rendimiento del obrero y el obrero va a quedar contento por el su trabajo hecho y la forma como lo dirige su jefe, de tal forma que también la compañía u organización tenga la mayor prosperidad posible y como dijo Taylor en su último discurso público “Debemos recordar siempre que lo más importante en cualquier negocio son las buenas relaciones”. El modelo diseñado por Taylor fue introducido en la estructura de muchas empresas del mundo, y aún hoy lo podemos ver en fábricas y centros productivos.

### **Administración científica**

El enfoque típico de la escuela de la administración científica es el énfasis en las tareas. El nombre administración científica se debe al intento de aplicar los métodos de la ciencia a los problemas de la administración, con el fin de alcanzar elevada eficiencia industrial.

### **Principios – Escuela Científica**

El tema principal de la administración científica era que el trabajo, y sobre todo el de los obreros, se podían estudiar científicamente. Taylor creía que el análisis objetivo de datos recogidos en los talleres daría la base para determinar “la manera óptima” de organizar el trabajo.

#### **Principios:**

1. Organización científica del trabajo: refiere a las actividades que deben utilizar los administradores para ser más eficientes.

2. Selección y entrenamiento del trabajador: seleccionar científicamente el mejor hombre para cada tarea y adiestrarlo en los procedimientos que debe seguir.
3. Cooperación entre directivos y operarios: cooperar con el obrero para asegurarse que el trabajo se hace como se ha descrito.
4. Responsabilidad y especialización de los directivos en la planeación del trabajo: dividir el trabajo entre gerentes y trabajadores de manera que a los gerentes, y no a los trabajadores individuales, se les asigne la responsabilidad de planear y preparar el trabajo.
5. Supervisión especializada: una estructura de jefes y capataces que debido a su conocimiento mayor puedan coordinar la labor de la empresa.

En conclusión Taylor nos deja un mensaje importante acerca de que la aplicación de la administración científica puede ser muy beneficiosa si la aplicamos correctamente y no solo nos puede servir a la hora de dirigir una empresa sino que también se la puede aplicar para nuestra vida.

Además nos muestra que si existe un respeto por parte del patrón hacia sus empleados en relación tanto a lo personal como a lo laboral va a haber una armonía y por consiguiente una mejora en la empresa haciéndola cada vez más rentable y prospera.

## **Estudio de Mercado**

**JÁCOME Walter ,2005,pag 99, indica:** “El estudio de mercado en un proyecto constituye uno de los elementos más importantes dentro de la pre-factibilidad de un proyecto, porque permite avizorar en forma prospectiva la aceptación o no del producto o servicio que se va a ofertar en el mercado y que es el motivo del proyecto”<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup>JÁCOME Walter, 2005, El estudio de mercado pág. 99

El estudio de mercado es el instrumento que sirve como apoyo para determinar qué tanta aceptación tiene un producto o servicio en el mercado al que se desea llegar, y cuál es el precio que estarían dispuestos a pagar por acceder a dicho producto o servicio, todo esto mediante estrategias que permitan llegar cada demandante. Un estudio de mercado tiene la finalidad de probar que existe un número suficiente de posibles clientes, que bajo ciertas condiciones presenten una demanda insatisfecha, la cual justifique la puesta en marcha de una producción encaminada a satisfacer esas necesidades sea con bienes o servicios, así mismo este debe incluir formas específicas para llegar hasta ellos.

“Es el área en que se concentra e confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados en un espacio de tiempo definido”<sup>7</sup>

Al mercado también se lo ha definido como el área dentro del cual los vendedores y los compradores de bienes y servicios mantienen estrechas relaciones comerciales, por medio de transacciones comerciales.

### **Mercado de Servicio**

Este tipo de mercado es el que se dedica a la venta de un servicio más que de un producto. El objetivo de este mercado es el tratar de vender los servicios a precios mayores que los costos.

### **Segmentación de mercado <sup>9</sup>**

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

---

<sup>7</sup> ARBOLEDA VÉLEZ, Germán *el Mercado* pág. 47, año 2001

<sup>8</sup> Econ. Luís Barreno “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos” 2004

<sup>9</sup> fuentes [www.promonegocios.net/mercadotecnia/tipos de ventas](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/tipos_de_ventas).(revista electrónica)



El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.

**Los requisitos para una buena segmentación son:**

- Homogeneidad en el segmento.
- Heterogeneidad entre segmentos.
- Estabilidad de segmentos.
- Los segmentos deben ser identificables y medibles.
- Los segmentos deben ser accesibles y manejables.
- Los segmentos deben ser lo suficiente grandes como para ser rentables.

**Fundamentación Empresarial**

**Empresa**

Para PÁEZ Roberto N. (2008) en su obra *Desarrollo de la Mentalidad Empresarial* manifiesta: “Empresa es una entidad formada por capital y que se dedica a la actividad de producción, comercialización y prestación de servicios y bienes a la colectividad”.<sup>10</sup>

Se entiende por empresa a una entidad formada por personal capacitado que desarrollan un conjunto de actividades con la finalidad de obtener rentabilidad económica o social, a través de la producción de servicios o productos, sin embargo en nuestro medio rige la mediana, pequeña y microempresa.

---

<sup>10</sup> PÁEZ Roberto N. (2008) en su obra *Desarrollo de la Mentalidad Empresarial* pág. 3

La empresa para MÉNDEZ MORALES, José Silvestre (2007) en su libro La Economía en la Empresa afirma: “La empresa es la unidad básica de producción, es decir un conjunto sistemático de recursos humanos, financieros, técnicos y de información que le permiten participar activamente en el proceso económico de la sociedad”. 11

Con lo mencionado en el párrafo anterior podemos deducir que una empresa es un ente organizado con la única finalidad que es la de satisfacer alguna necesidad de los consumidores; sea esta mediante la oferta de un bien o la prestación de un servicio. Una empresa es considerada como un sistema dentro del cual una persona o varias personas que se unen organizadamente, para la realización de actividades económicas.

## **IMPORTANCIA DE LAS EMPRESAS**

La importancia de las empresa se radica en que es una organización de carácter económico cuya finalidad es la de satisfacer las necesidades de un bien o servicio dentro de una sociedad, logrando así el desarrollo tanto económico como social.

Toda empresa es creada para comercializar o producir bienes y servicios, con la finalidad de obtener beneficios económicos que satisfagan a sus dueños o accionistas, sin descuidar por otro lado la buena atención al cliente, razón de ser de la empresa.

Es una organización de trabajo en la cual se lleva a cabo una actividad económica con la finalidad de obtener la máxima eficacia y eficiencia, organizando el proceso de transformación productiva de manera que se minimicen los costos y adoptando una forma jurídica y una estructura organizativa que determinará la distribución del poder y de la responsabilidad, así como las relaciones formales e informales entre los miembros de la empresa.

---

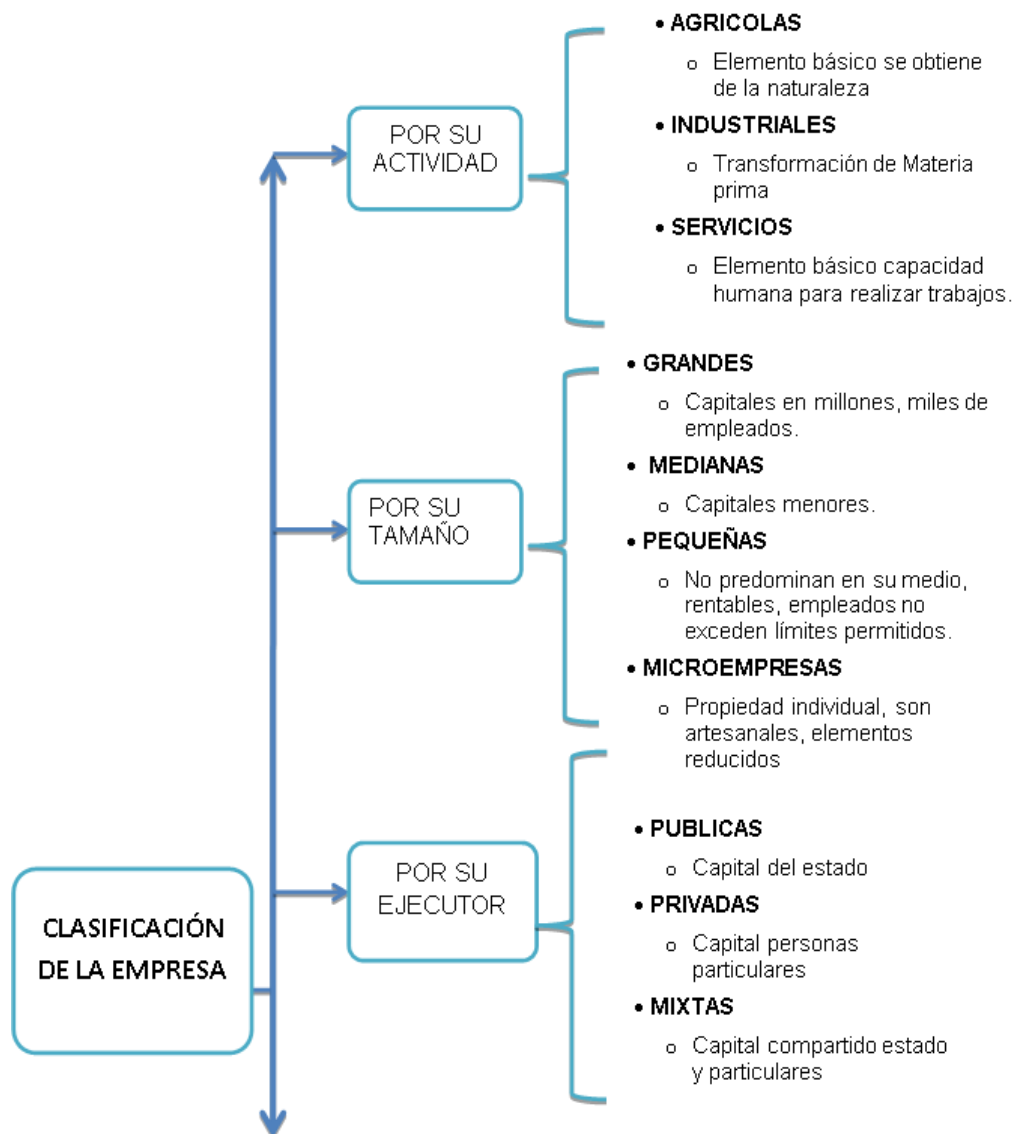
11 MÉNDEZ MORALES, José Silvestre (2007) en su libro La Economía en la Empresa Pág. 19

## Clasificación de las Empresas 12

Para la clasificación de las empresas se tuvo en cuenta su tamaño los cuales se pueden definir por el valor de sus activos o por la cantidad de empleados, en este caso definimos el tamaño por la cantidad de empleados.

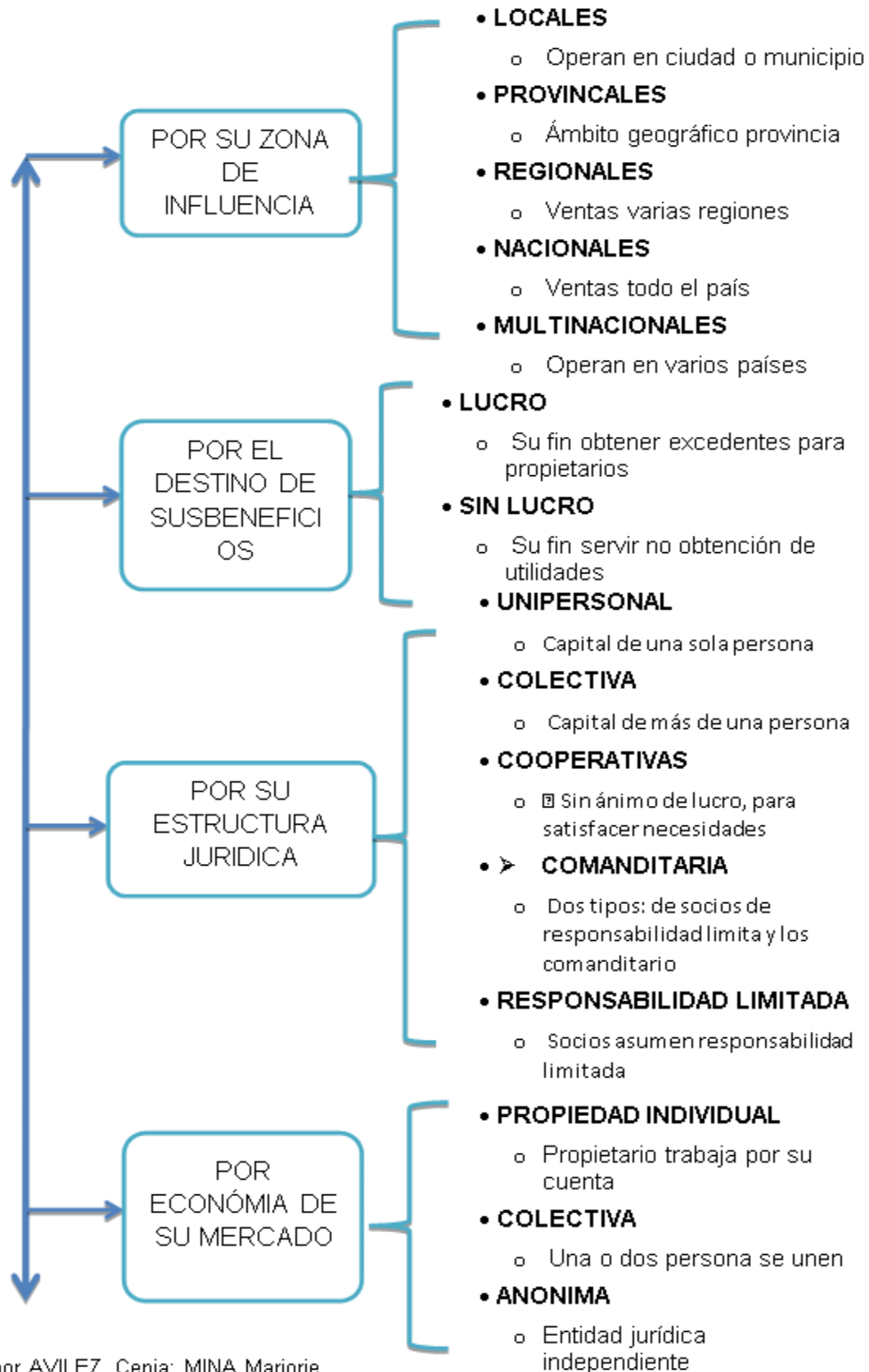
## Las Empresas se Pueden Clasificar de la Siguiete Manera.13

FIGURA 1 Clasificación de la Empresa



Elaborado por AVILEZ, Cenia; MINA Marjorie

12 RODRÍGUEZ, Joaquín, libro Administración de Pequeñas Y Medianas Empresas; pág. 73; edición 2002



Elaborado por AVILEZ, Cenia; MINA Marjorie

13Fuente: Datos de talleres dictados por CEDECOOP.

## **Objetivos de la Empresa**

Los objetivos que tienen son los resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta desea llegar, con la óptima utilización de todos los recursos necesario para el cumplimiento de los mismos. En algunos casos a estos se los puede llamar metas debido a que son esenciales para el éxito de una empresa, son fuentes de motivación para los miembros de la empresa.

Los objetivos deben tener seis características primordiales las cuales son:

- Medibles
- Claros
- Alcanzables
- Desafiantes
- Realistas
- Coherentes

## **La Microempresa**

Según MONTEROS, Edgar; (2005) en su obra Manual de Gestión Microempresaria manifiesta: “Nace de la conjugación de una o varias personas que generalmente son de tipo familiar con el uso de sus propios capitales.”<sup>14</sup>

La microempresa es aquella que posee de 1 a 6 empleados aproximadamente y han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan. Siendo indispensable el conocimiento sobre la creación o manejo de una microempresa como dimensión de un sector económico, social y político de la sociedad, precisa de aproximaciones conceptuales que permitan un acercamiento a su realidad, en el entendido que sus siempre parciales interpretaciones no cuenten con pretensiones totalizadoras.

---

<sup>14</sup> MONTEROS, Edgar; (2005) Manual de Gestión Microempresaria pág. 16

## **Clasificación de la Microempresa**

Las microempresas se clasifican en:

- **Industriales o de transformación:** Son aquellas que compran bienes o materias primas, lo someten a su proceso de transformación total o parcial y sale un producto terminado listo para la venta.
- **Comerciales:** Son las que buscan utilidades a través de la compra y venta de productos o servicios que ofrece, sin ejercer en ellos ninguna modificación o transformación sustancial.
- **De Servicio:** Son aquellas que se dedican a realizar y brindar ayuda o asistencia para tener una remuneración o cambio con responsabilidad.

## **Ventajas de La Microempresa**

- Al igual que la pequeña y mediana empresa que existe es una fuente fundamental generadora de empleos.
- Son flexibles, adaptando sus productos a las necesidades del consumidor final o a los cambios del Mercado.

## **Desventajas de la Microempresa:**

- Utilizan tecnología ya superada
- Sus integrantes carecen de conocimientos o técnicas adecuadas para una productividad más eficiente y eficaz.
- Dificultad de acceso a crédito.
- La producción generalmente, está encaminada solamente al Mercado interno.

## **Administración**

**“La administración según Contó Harold (2003) dice que: es el proceso de diseñar y mantener un entorno en el que, trabajando en grupos, los individuos cumplan eficientemente los objetivos específicos.”<sup>15</sup>**

---

<sup>15</sup> CONTÓ Harold “La administración según, 2003

La administración es aplicada en todo tipo de organización sean estén pequeñas o grandes; con fines de lucro o no, empresas industriales, manufactureras o las de servicios. La administración tiene como principal objetivo la de establecer objetivos de manera que se puedan cumplir optimizando los recursos tanto económicos como humanos.

### **Proceso Administrativo**

El proceso administrativo es el conjunto de fases a través de las cuales se efectúa la administración para poder cumplir con los objetivos trazados inicialmente. Las fases de la administración son las siguientes:

- **Planeación:** La planeación adecuada dentro de una organización permite la determinación de objetivos dentro de los ámbitos de acción que se desea seguir.
- **Organización:** La organización es distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y así establecer las relaciones necesarias para cumplir los objetivos trazados.
- **Dirección:** Es influencia interpersonal del administrador para lograr que sus subordinados obtengan los objetivos, mediante la toma de decisiones, la motivación, la comunicación y coordinación de esfuerzos.
- **Control:** El control se establece mediante un sistema que sirve para medir los resultados y corregir las desviaciones o errores que se presenten, con el fin de asegurar que los objetivos planeados se logren.

### **Recursos Humanos**

Según CHIAVENATO, Idalberto; 2004", indica que: "Es el establecimiento de la estructura formal de la autoridad, que integre, defina y coordine las subdivisiones de trabajo, en pos del objetivo buscado".<sup>16</sup>

---

16 CHIAVENATO, Alberto; Administración de recursos humano 5ta edición 2004 pág. 76 Editorial: Editora McGraw-Hill

Como dice Idalberto Chiavenato las empresas u organización son un conjunto de elementos o componentes que se encuentra interrelacionados que reciben entradas o insumos del ambiente (materias primas, capital, equipos, esfuerzos individuales, entre otros.) y los someten a un proceso de transformación (producción, fabricación, corte, montaje, pintura, acabado, entre otros.) para producir salidas (bienes o servicios); por consiguiente, la clave para entender una empresa es identificar qué papel cumple en el medio donde opera.

### **Planificación de los recursos**

El control de la planificación de recursos de la empresa son sistemas de gestión de información que integran y automatizan muchos en las prácticas de negocio asociadas con los aspectos operativos o productivos de una empresa u organización.

### **Estrategia**

Según FRED R, David (2008) en su obra Conceptos de Administración estratégica. Dice: “Las estrategias son los medios por los cuales se logran los objetivos a largo plazo, son acciones potenciales que requieren de decisiones por parte de los altos directivos y de grandes cantidades de recursos de la empresa”.<sup>17</sup>

Estrategia es un mecanismo para la consecución de objetivos a largo plazo que implica la correcta asignación de los recursos existentes en una empresa, a través de la utilización de programas, planes y objetivos.

### **Planificación Estratégica**

La Planificación para AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración en su obra La planificación estratégica afirma: “Es el proceso de estructurar y esclarecer los caminos que debe tomar la organización y los objetivos a alcanzar”.<sup>18</sup>

---

<sup>17</sup> Según FRED R, David (2008) en su obra Conceptos de Administración estratégica. pág. 13

<sup>18</sup> AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración, La planificación estratégica pág. 183



Establecer la planificación estratégica como una herramienta indispensable del administrador que permite en cierta forma eliminar la improvisación a través del establecimiento de objetivos a largo plazo con la utilización de políticas, planes, estrategias y ventajas competitivas para la toma de decisiones oportunas y en tiempo real con la finalidad de alcanzar los objetivos propuestos

### **Plan de Negocios**

Para FRIEND Graham y ZEHLE Stefan (2008) en su obra Plan de Negocios manifiesta: “El plan de negocios es articular la estrategia, las tácticas y las operaciones del negocio en un documento escrito, asegura un análisis riguroso y lleva a una mayor claridad de pensamiento.”<sup>19</sup>

El plan de negocios se resume como un documento base que nos permite tener una visión más clara y objetiva de hacia dónde queremos llegar con nuestro negocio, con la incorporación de estrategias que permitan alcanzar los objetivos propuestos. Metas + Investigación + Estrategias = Plan de Negocios.

### **Cadena de Valor**

Según PORTER, Michael (2006) afirma: “El enfoque del análisis de la Cadena de Valor se basa en la identificación de cada paso que se realiza en los procesos internos de la empresa y la revisión de su contribución a la satisfacción del cliente.”<sup>20</sup>

Este proceso de análisis debe ayudarle a cuestionar y revisar los patrones de trabajo en su empresa desde la perspectiva de su enfoque al cliente y, de esta forma, ayudarle a descubrir qué puede mejorarse.

Para LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen.(2009), en su obra Marketing de Servicios dice:

---

<sup>19</sup> FRIEND Graham y ZEHLE Stefan (2008) en su obra Plan de Negocios pág., 15

<sup>20</sup> PORTER, Michael (2006) enfoque al análisis de cadena de valor.

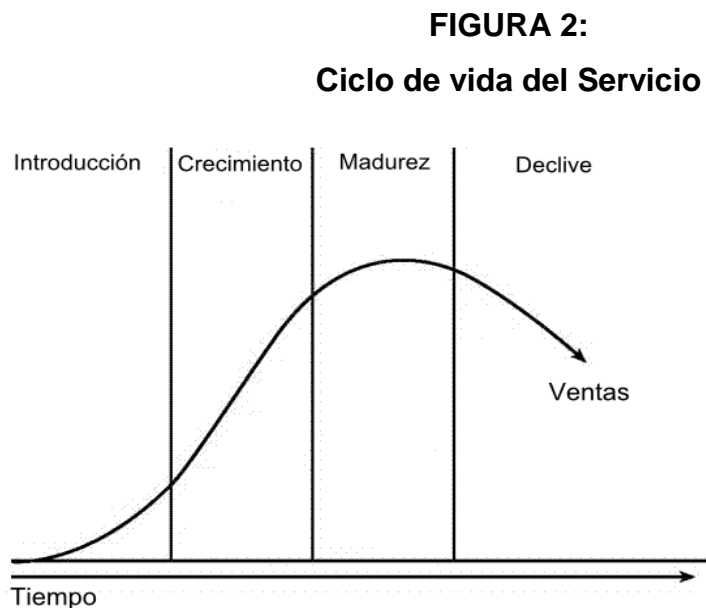
“Los servicios son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetos o en otros bienes de los que los compradores son responsables”.<sup>21</sup>

## Servicios

Un servicio es un conjunto de actividades que buscan responder a las necesidades de un cliente; los servicios cambian según los factores aplicados, a negocios o consumidores individuales, de la variedad de servicios que hay, la mayoría cumple con dos aspectos fundamentales: la participación de empresas o personas que ofrece el servicio y el usuario que necesita el servicio.

## Ciclo de Vida del Servicio<sup>22</sup>

Todo producto o servicio pasa por un ciclo de vida de cuatro etapas que son Introducción, crecimiento, madurez y declinación



<sup>22</sup> Capuz Rizo Salvador, Gómez Navarro Tomás. Ciclo de Vida para el Desarrollo producto

<sup>21</sup> LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen. (2009), Marketing de Servicios pág. 15.

<sup>22</sup> Capuz Rizo Salvador, Gómez Navarro Tomás Ingeniería Del Ciclo de Vida para el Desarrollo de Productos Sostenibles; edición 2002

## **Introducción:**

Esta etapa representa la primera entrada de un producto nuevo al mercado, antes de que exista una necesidad probada o que la existencia de la demanda por el producto haya sido completamente probada en todos los sentidos.

Inicio del ciclo de vida del producto. Se empieza a distribuir el producto por primera vez y ya está disponible para su compra, se inicia cuando se lanza un nuevo producto o servicio al mercado, que puede ser algo innovador o puede tener una característica novedosa que dé lugar a una nueva categoría de producto o servicio.

### **Esta etapa se caracteriza por presentar el siguiente escenario:**

- Las ventas son bajas.
- No existen competidores, y en el caso que los haya son muy pocos.
- Los precios suelen ser altos en esta etapa, debido a que existe una sola oferta.
- Los gastos en promoción y distribución son elevados.
- Las actividades de distribución son selectivas.
- Las utilidades son negativas o muy bajas.
- El objetivo principal de la promoción es informar.
- Los clientes que adquieren el producto son los innovadores.

La etapa de introducción es la etapa más arriesgada y costosa de un producto porque se tiene que gastar una considerable cantidad de dinero no solo en desarrollar el producto sino también en procurar la aceptación de la oferta por el consumidor.

En esta etapa el producto se lanza al mercado y recibe una determinada acogida inicial. El mercado no conoce el producto o servicio y por tanto hay que hacer un esfuerzo en darlo a conocer y captar los primeros clientes por medio de estrategias publicitarias y calidad del mismo.

### **Crecimiento:**

En esta etapa el producto empieza a ser conocido y aceptado crecen las ventas. La demanda por el producto comienza a presentar una marcada aceleración en el crecimiento y el mercado se expande rápidamente.

Si alguna alternativa de producto o servicio satisface al mercado y sobrevive a la etapa de introducción, ingresa a la segunda etapa del ciclo de vida del producto que se conoce como la etapa de crecimiento; en la cual, las ventas comienzan a aumentar rápidamente y los beneficios también empieza a crecer.

### **Esta etapa suele presentar el siguiente escenario:**

- Las ventas crecen con rapidez.
- Muchos competidores ingresan al mercado.
- Aparecen productos con nuevas características
- La promoción tiene el objetivo de persuadir para lograr la preferencia por la marca.
- La distribución pasa de ser selectiva a intensiva.
- Las utilidades aumentan, a medida que los costos unitarios de fabricación bajan y los costos de promoción se reparten entre un volumen más grande.
- Los clientes que adquieren el producto en esta etapa son los adoptadores tempranos.
- segmentos y nichos de mercado aún vírgenes, o con poca penetración.

En esta etapa, Si el producto o servicio es nuevo satisface el mercado, entra a la etapa de crecimiento, en el cual las ventas empiezan a crecer rápidamente. Las primeras personas en aceptar el producto o servicio lo seguirán comprando y las subsiguientes empezarán a seguir los pasos de éstos, sobre todo si escuchan hablar a favor de él. Habrá competidores nuevos que, atraídos por la oportunidad de obtener utilidades, entrarán al mercado.

**Madurez:**

Es en esta tercera etapa del ciclo de vida del producto, el crecimiento de las ventas se reduce y se detiene. El nivel de la demanda cae y crece constantemente, en su mayoría esto ocurre por los intentos de mantener a flote al producto, en esta etapa es donde se aplica la mayor cantidad de estrategias para mantener con vida al producto.

**Las características que distinguen esta etapa son las siguientes:**

- En una primera etapa, las ventas siguen aumentando, pero a ritmo decreciente, hasta que llega el momento en que se detiene.
- La competencia es fuerte, aunque el número de competidores primero tiende a estabilizarse, y luego comienza a reducirse.
- Las líneas de productos se alargan para atraer a segmentos de mercado adicionales.
- Existe una potente competencia de precios.
- Existe una intensa promoción (cuyo objetivo es persuadir) que pretende destacar las diferencias y beneficios de la marca.
- Las actividades de distribución son aún más intensivas que en la etapa de crecimiento.
- Las ganancias de productores y de intermediarios decaen principalmente por la intensa competencia de precios.
- Los clientes que compran en esta etapa son la mayoría media.

Esta etapa normalmente dura más tiempo que las etapas anteriores y presenta retos importantes para la dirección de mercadotecnia. La mayor parte de los productos se encuentran en la etapa de madurez de su ciclo de vida, por lo que casi toda la dirección de mercadotecnia se ocupa de productos maduros. Aunque, al parecer, muchos productos en la etapa madura no cambian durante periodos largos, la mayor parte de los que tienen éxito están evolucionando de hecho para satisfacer las necesidades cambiantes de los consumidores.

## **Declinación:**

En esta etapa las ventas disminuyen, al menos a su forma inicial. Las utilidades empiezan a disminuir hasta hacerse nulas, obligando a retirar el producto del mercado. Las ventas se pueden desplomar a cero, o pueden bajar a un nivel bajo donde perduran muchos años.

Las ventas disminuyen por muchas razones, inclusive los de tecnología y cambios en los gustos de los consumidores el aumento de la competencia conforme bajan las ventas y las utilidades, algunas empresas se retiran del mercado. Las que permanecen pueden disminuir la cantidad de ofertas del producto y servicio.

### **Las características que permiten identificar esta etapa, son las siguientes:**

- Las ventas van en declive.
- cambios en las conductas de los clientes y usuarios;
- El Cambio de tecnología que marque la iniciación de un ciclo de obsolescencia.
- errores estratégicos propios de la empresa.
- La competencia va bajando en intensidad debido a que el número de competidores va decreciendo.
- Las actividades de distribución vuelven a ser selectivos. Por lo regular, se discontinúan los distribuidores no rentables.
- Existe una baja en las utilidades hasta que éstos son nulos, e incluso, se convierten en negativos.
- Los clientes que compran en esta etapa, son los rezagados.

En conclusión, ante la saturación del mercado algunos competidores empiezan a retirarse y aparecen nuevos productos substitutivos que como mínimo compiten por la renta de los clientes. Los beneficios pueden convertirse en pérdidas y las ventas empiezan su descenso anunciando la muerte del producto si no se toman medidas a propósito.

Por aparición de nuevos productos y servicios sustitutos, por obsolescencia del producto, cansancio, etc., el producto comienza un declive o a decaer, esto repercute

en ventas y por lo tanto en los beneficios también empiezan a decaer. Se debe intentar reforzar los lazos con los segmentos más fieles, y mientras se cubran los costes se mantendrá el producto o servicios.

### **Característica de los Servicios**

- **Intangibilidad:** Se describe que los servicios no se pueden ver, saborear, tocar, escuchar u oler antes de comprarlo por lo tanto, tampoco pueden ser almacenados, Por ello, esta característica de los servicios es la que genera mayor inquietud en los compradores porque no pueden determinar con anticipación y exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de rentar o adquirir un determinado servicio.
- **Heterogeneidad:** Aquí nos dice, que cada servicio depende de quién lo presta, donde y cuando se preste el servicio, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega.
- **Inseparabilidad:** Los bienes se producen, se venden y luego que se consumen. En cambio, los servicios con constancia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades que se encuentra ligadas.
- **Ética:** A nivel personal la ética determina la conducta ideal del hombre, a nivel profesional en los diversos círculos del desarrollo humano, esta puede establecerse en virtud de una visión del mundo o de unos principios filosóficos o religiosos, que llevan a determinar un sistema de normas.

### **Clasificación de los Servicios**

- **Servicios Públicos:** Tienen una dependencia económica del Estado, especialmente por la vía del cobro de los impuestos a las empresas y personas y están distribuidos a través de los distintos Ministerios de acuerdo a las perspectivas que permite el presupuesto anual.

- **Servicios Privados:** Se financian con los recursos de particulares y de los obtenidos a través de créditos otorgados por bancos o instituciones financieras. El campo de acción de los servicios privados es muy amplio; abarca los servicios comerciales, de transporte, de comunicaciones, banca, turismo, educacionales y de salud, entre muchos otros.
- **Con o Sin Fines de Lucro:** Las organizaciones de servicio privados, son por lo general, empresas con fines de lucro. Parten de un capital correspondiente a particulares que buscan la obtención de algún beneficio o ganancia en forma de dinero, es decir, la prestación de servicios va de la mano con el mejoramiento de la rentabilidad como empresas.
- **Otros Servicios Asociados a Empresas de Servicios:** Los servicios de apoyo son prestados generalmente por organizaciones externas, pero también las hay al interior de una entidad empresarial y tienen un propósito de apoyar el funcionamiento de una empresa.

### **Importancia de los Servicios a Domicilio**

El futuro de muchos negocios está en llevarlos a la puerta de cada casa u hogar. El servicio a domicilio surge como una estrategia de marketing para estar más cerca de los clientes, facilitándoles el adquirir los productos desde la comodidad de su hogar o lugar de trabajo, haciendo, en muchos de los casos, la diferencia entre empresas competidoras y logrando la preferencia de los clientes.

Hoy en día este tipo de servicio se ha convertido en algo común para empresas y consumidores debido a la globalización, el acceso a la información y la facilidad que tienen los empresarios para implementarlo. En consecuencia, los detalles que se brinden al cliente como parte de la estrategia de consentirlo y ofrecerle un plus, no solo son importantes sino que determinarán la elección final del mercado.



## Albañilería

**Figura 3 Albañilería**



Manual del albañil

La albañilería, es un talento o un arte de construir edificios y obras en los que se emplean unidades que pueden ser naturales (piedras) o artificiales (adobe, tapias, ladrillos y bloques). Este sistema fue creado por el hombre a fin de satisfacer sus necesidades, principalmente de vivienda. El albañil es “el maestro u oficio de albañilería es el arte de construir el todo o parte de un edificio, Colocando, y uniendo los materiales de que usa, de modo que formando un cuerpo unido se mantengan a sí mismos, y puedan sostener el peso proporcionado que se les cargue.

El albañil es un individuo que realiza indistintamente trabajos básicos de una construcción o edificación , como alzado de muros, paredes , colocación de cubiertas y canalizaciones de fluidos sin presión, apertura de zanjas, llenado y preparación de cemento y otras tareas de obra no especializadas.

### **Materiales y Herramientas**

Para las obras de albañilería se necesita utilizar principalmente materiales y herramientas adecuadas tales como: Ladrillos de arcilla, bloques de mortero de cemento, piedras y otros similares de igual o parecido origen en los que se han mencionados.

El individuo que realiza obras de albañilería se conoce con el nombre de albañil. El albañil, para realizar su labor, debe utilizar como herramienta un recipiente en el cual prepara la mezcla de mortero, otro en el cual cura los ladrillos con el fin de utilizarlos saturados de agua, una plana de madera, un juego de maestras, lienzo y clavos etc.

### **Tipos de Albañilería**

Hay tres tipos de albañilería, cuya utilización está determinada por el destino de la edificación y los proyectos. Estos tipos son:

- **Albañilería Simple:** Es usada de manera tradicional y desarrollada mediante experimentación. Es en la cual el albañil no posee más elementos que el ladrillo y el mortero o argamasa, siendo éstos los elementos estructurales encargados de resistir todas las potenciales cargas que afecten la construcción pueden ser resistentes o no de acuerdo a su espesor.
- **Albañilería Armada:** Se plantea técnicas de diseño estructural que se basa en criterios de resistencia y desempeño sísmico, los cuales han sido estudiados y analizados ante los terremotos ocurridos en el pasado; Esta albañilería tiene como principal característica el refuerzo interior que posee, este refuerzo está generalmente distribuido tanto vertical como horizontalmente. Para las obras de albañilería armada (también conocidas simplemente como albañilerías) se utilizan principalmente materiales pétreos, tales como: Ladrillos de arcilla, varillas de acero bloques de mortero de cemento, piedras y otros similares de igual o parecido origen a los ya mencionados.
- **Albañilería Reforzada:** Es formada por una albañilería simple confinada por elementos de hormigón armado.

## Plomería

**Figura 4 Plomería**



Guía Completa sobre Plomería: Materiales Modernos

Plomero o Fontanero. Un fontanero es aquella persona que se especializa en la instalación y mantenimiento de los sistemas utilizados para el agua potable, las aguas residuales, el drenaje, la ventilación, la calefacción y el aire acondicionado, o tubería de la planta de proceso industrial.

En la mayoría de las jurisdicciones la tubería para la protección contra los incendios, y los sistemas industriales son instalados por los “vapor-ajustadores”, los “tubo-ajustadores” o los “gas-ajustadores” del fontanero. Varios de estos negocios son miembros de grupos de trabajo organizados, mientras que muchos son no sindicales.

Los fontaneros o plomeros instalan y reparan tuberías, accesorios, y otros equipos de fontanería utilizados para la distribución del agua, la disposición de aguas residuales y los respiraderos en edificios residenciales, comerciales, institucionales, e industriales. La fontanería es el campo tradicional que paga regularmente bien, tiene buena seguridad en el empleo, y actualmente tiene la necesidad de individuos calificados en muchas localizaciones por todo el mundo. Muchos fontaneros o plomeros comienzan sus carreras en la plomería como ayudantes de fontaneros establecidos, mientras que otros entran a institutos de entrenamiento formales.

## Pintor (brocha gorda)

Figura 5 Pintor



Materiales de Pintura y Su Empleo en el Arte  
Escrito por Max Doerner

Se llama pintor a aquella persona que tiene por profesión decorar y proteger las paredes, cubiertas y otras superficies interiores o exteriores mediante la aplicación de pintura.

Los **pintores de brocha gorda** son aquellos que se dedican a pintar la fachada de las casas, al igual que los muros y techos internos de las casas. Este oficio es un oficio algo laborioso ya que se utiliza mucho esfuerzo físico en las extremidades superiores, para poder pintar los muros, y se hace aún más esfuerzo cuando tienen que pintar techos. Es una labor que exige esfuerzo físico, pero la recompensa se ve cuando les pagan por su trabajo y esto es porque dependiendo el país o la zona dentro de ese país.

El pintor utiliza herramientas tales como brochas o rodillos. El pintor es contratado por los constructores o dueños de las viviendas para dar color y protección a sus paredes de acuerdo a sus gustos y al diseño de los clientes.

Entre sus funciones se encuentran el rascado de las paredes para retirar la pintura antigua o el papel pintado antes de aplicar la nueva. Para ello, utiliza agua y espátulas. Rellena los orificios y otras imperfecciones utilizando masilla y aplicándola con la espátula de masillar.

Antes de pintar despeja las paredes retirando cables, enchufes o interruptores y apartando los cuadros y muebles cercanos a ellas. Protégelas zonas para q no se manchen de pinturas Asimismo, cubre con plásticos o telas la zona del suelo cercana a la pared o situada bajo el techo que se va a decorar así como los muebles que pueden verse afectado por la caída de pintura.

El pintor utiliza diferentes clases y tipos de pintura según las características de la habitación o el tipo de superficie y el resultado buscado. Además, aplica barnices sobre las superficies de madera para protegerlas de la humedad y el deterioro. el se encarga pintura del color acordado con el constructor o el dueño de la vivienda o mezcla diferentes tintes con pintura blanca hasta conseguir el tono deseado. Antes de comenzar el trabajo puede realizar diferentes pruebas de color de pintura que se va a utilizar sobre la pared para obtener la aprobación del dueño de la vivienda.

Los pintores también colocan el papel pintado sobre las paredes Para ello, miden y cortan los rollos según las dimensiones de la habitación, aplican la cola y los extienden evitando crear grumos o bolsas de aire.

## Electricista

**Figura 6 Electricista**



Electricidad Teoría Básica y Prácticas

Escrito por J. José Manzano Orrego

Se identifica a un técnico electricista a los profesionales que se ocupan de realizar todos los trabajos vinculados con la electricidad ellos se encarga de instalar, mantener todos los sistemas eléctricos y realizar el mantenimiento de los cables y el equipo de control a través de los cuales fluye la electricidad y da energía en nuestros hogares, negocios.

Dada la gran trascendencia y uso masivo de la electricidad en máquinas e iluminación hay diferentes especialidades de esta profesión donde cabe destacar a los electricistas que se ocupan de las redes de alta tensión, los electricistas que se ocupan de las instalaciones eléctricas en baja tensión, en las viviendas, oficinas, talleres y locales comerciales, los electricistas que se ocupan de las instalaciones y mantenimiento del alumbrado público de las calles, y los electricistas que se ocupan de la reparación de averías eléctricas de la maquinaria y electrodomésticos.

Los electricistas trabajan con herramientas manuales y equipos de verificación y control, y es necesario que cumplan rigurosamente las normas de seguridad que implica esta profesión. Estos trabajos son peligrosos, y deben realizarse con muchas precauciones, y de manera que cumplan todas las normas existentes de seguridad.

Muchas veces, el trabajo del electricista es realizado con la ayuda de un maestro albañiles, principalmente cuando se realiza el tendido eléctrico de una casa en construcción. Los electricistas eficaces realizan la distribución del tendido eléctrico de manera que no existan cortocircuitos, ni posibles accidentes. En el caso de los locales comerciales, éstos deben cumplir con normas de seguridad, que deben ser chequeadas por electricistas.

El trabajo del electricista, al ser peligroso, es muy bien remunerado. Debido a esto, es muy complicado encontrar técnicos electricistas que sean económicos. Seguramente encontraremos muchas opciones para elegir, pero debemos tener presente que el electricista que contratemos debe contar con la experiencia necesaria. El trabajo de los electricistas es fundamental en todo tipo de inmueble, dado que en la actualidad es imposible vivir sin electricidad.

El trabajo de los electricistas consiste básicamente en realizar y mantener instalaciones eléctricas para ser un buen profesional de la electricidad es necesario la adquisición de unos conocimientos y titulaciones técnicas que se adquieren en los institutos de formación profesional.

## **Fundamentación Social**

“El humano es el conjunto de actos expuestos por el ser humano y determinados por la cultura, las actitudes, las emociones, los valores de la persona y los valores culturales, la ética.”<sup>23</sup>

El comportamiento humano estudia y comprende, sus características en el desarrollo de actividades o mejorarlo para permitirle al mismo vivir de una mejor manera, ya sea observando sus fortalezas, mejorando esos aspectos y tratar de disminuir las debilidades aumentando la atención en los puntos en los que generalmente el ser humano suele fallar.

---

23 Origen del comportamiento humano, por Manuel Domínguez Rodrigo. [www.desarrollohumano.org.mx](http://www.desarrollohumano.org.mx)

## Principios y valores de la empresa

Para el logro una básica la conducta con ética de cada uno de sus miembros, manifestada en valores humanos, tales como:

- **Honestidad:** Actuamos con la debida transparencia entendiendo que los intereses colectivos deben prevalecer al interés particular para alcanzar los propósitos misionales.
- **Lealtad:** Velamos por la confiabilidad de la información y el buen nombre de la empresa.
- **Respeto:** Comprendemos y aceptamos la condición inherente a las personas, como seres humanos con deberes y derechos, en un constante proceso de mejora espiritual y material.
- **Justicia:** Brindamos a cada ser humano lo que le corresponde de conformidad con sus méritos y los derechos que le asisten
- **Solidaridad:** Actuamos siempre con la disposición a ayudar a los compañeros cuando necesiten de apoyo; regidos por la cooperación para lograr los objetivos propuestos por la empresa.
- **Tolerancia:** Valoramos a los demás por lo que son y aceptamos con respeto lo distinto, lo diferente y lo que no es igual a nosotros.

## Fundamentación Legal

Las instituciones que interviene para poder contar y realizar este proyecto son:

- La Superintendencia de compañías
- Servicio de Rentas Internas (SRI)



## **Constitución de la Republica<sup>24</sup>**

### **Trabajo y Seguridad Social**

**Art. 33.-** El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado.

### **Responsabilidades**

**Art. 83.-** Son deberes y responsabilidades de las ecuatorianas y los ecuatorianos, sin perjuicio de otros previstos en la Constitución y la ley:

Acatar y cumplir la Constitución, la ley y las decisiones legítimas de autoridad competente.

1. Ama killa, ama llulla, ama shwa. No ser ocioso, no mentir, no robar.
2. Defender la integridad territorial del Ecuador y sus recursos naturales.
3. Colaborar en el mantenimiento de la paz y de la seguridad.
4. Respetar los derechos humanos y luchar por su cumplimiento.
5. Respetar los derechos de la naturaleza, preservar un ambiente sano y utilizar los recursos naturales de modo racional, sustentable y sostenible.
6. Promover el bien común y anteponer el interés general al interés particular, conforme al buen vivir.
7. Administrar honradamente y con apego irrestricto a la ley el patrimonio público, y denunciar y combatir los actos de corrupción.

---

<sup>24</sup> fuentes asamblea constituyente del Ecuador año 2008

8. Practicar la justicia y la solidaridad en el ejercicio de sus derechos y en el disfrute de bienes y servicios.
9. Promover la unidad y la igualdad en la diversidad y en las relaciones interculturales.
10. Asumir las funciones públicas como un servicio a la colectividad y rendir cuentas a la sociedad y a la autoridad, de acuerdo con la ley.
11. Ejercer la profesión u oficio con sujeción a la ética.
12. Conservar el patrimonio cultural y natural del país, y cuidar y mantener los bienes públicos.
13. Respetar y reconocer las diferencias étnicas, nacionales, sociales, generacionales, de género, y la orientación e identidad sexual.

**Art. 276.-** El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

2. Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, solidario y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable.

### **Política Monetaria, Cambiaria, Crediticia y Financiera**

**Art. 302.-** Las políticas monetaria, crediticia, cambiaria y financiera tendrán como objetivos:

1. Suministrar los medios de pago necesarios para que el sistema económico opere con eficiencia.
2. Establecer niveles de liquidez global que garanticen adecuados márgenes de seguridad financiera.
3. Orientar los excedentes de liquidez hacia la inversión requerida para el desarrollo del país.

4. Promover niveles y relaciones entre las tasas de intereses pasivos y activos que estimulen el ahorro nacional y el financiamiento de las actividades productivas, con el propósito de mantener la estabilidad de precios y los equilibrios monetarios en la balanza de pagos, de acuerdo al objetivo de estabilidad económica definido en la Constitución.

**Art. 331.-** El Estado garantizará a las mujeres igualdad en el acceso al empleo, a la formación y promoción laboral y profesional, a la remuneración equitativa, y a la iniciativa de trabajo autónomo. Se adoptarán todas las medidas necesarias para eliminar las desigualdades.

Se prohíbe toda forma de discriminación, acoso o acto de violencia de cualquier índole, sea directa o indirecta, que afecte a las mujeres en el trabajo.

**Art. 333.-** Se reconoce como labor productiva el trabajo no remunerado de auto sustento y cuidado humano que se realiza en los hogares.

El Estado promoverá un régimen laboral que funcione en armonía con las necesidades del cuidado humano, que facilite servicios, infraestructura y horarios de trabajo adecuados; de manera especial, proveerá servicios de cuidado infantil, de atención a las personas con discapacidad y otros necesarios para que las personas trabajadoras puedan desempeñar sus actividades laborales; e impulsará la corresponsabilidad y reciprocidad de hombres y mujeres en el trabajo doméstico y en las obligaciones familiares.

La protección de la seguridad social se extenderá de manera progresiva a las personas que tengan a su cargo el trabajo familiar no remunerado en el hogar, conforme a las condiciones generales del sistema y la ley.

### **Democratización de los Factores de Producción**

**Art. 334.-** El Estado promoverá el acceso equitativo a los factores de producción, para lo cual le corresponderá:

1. Evitar la concentración o acaparamiento de factores y recursos productivos, promover su redistribución y eliminar privilegios o desigualdades en el acceso a ellos.
2. Desarrollar políticas específicas para erradicar la desigualdad y discriminación hacia las mujeres productoras, en el acceso a los factores de producción.
3. Impulsar y apoyar el desarrollo y la difusión de conocimientos y tecnologías orientados a los procesos de producción.
4. Desarrollar políticas de fomento a la producción nacional en todos los sectores, en especial para garantizar la soberanía alimentaria y la soberanía energética, generar empleo y valor agregado.
5. Promover los servicios financieros públicos y la democratización del crédito.

**Art. 336.-** El Estado impulsará y velará por el comercio justo como medio de acceso a bienes y servicios de calidad, que minimice las distorsiones de la intermediación y promueva la sustentabilidad.

El Estado asegurará la transparencia y eficiencia en los mercados y fomentará la competencia en igualdad de condiciones y oportunidades, lo que se definirá mediante ley.**LA LEY DE COMPAÑÍAS**<sup>25</sup>

### **Disposiciones Generales**

**Art. 1.-** Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

Nota: Incluido Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial. No. 326 de 25 de noviembre de 1999.

---

<sup>25</sup> Fuente Ley de compañías de Ecuador

**Art. 5.-** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional.

## **DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA**

### **1. Disposiciones Generales**

**Art. 92.-** La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar.

Si no se hubiere cumplido con las disposiciones de esta Ley para la constitución de la compañía, las personas naturales o jurídicas, no podrán usar en anuncios, membretes de cartas, circulantes, prospectos u otros documentos, un nombre, expresión o sigla que indiquen o sugieran que se trata de una compañía de responsabilidad limitada.

Los que contravinieren a lo dispuesto en el inciso anterior, serán sancionados con arreglo a lo prescrito en el **Art. 445**. La multa tendrá el destino indicado en tal precepto legal. Impuesta la sanción, el Superintendente de Compañías notificará al Ministerio de Finanzas para la recaudación correspondiente.

En esta compañía el capital estará representado por participaciones que podrán transferirse de acuerdo con lo que dispone el Art. No. 113.

**Art. 94.-** La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad las realizaciones de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguras, capitalización y ahorro.

## **2. De las personas que pueden asociarse**

**Art. 98.-** Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías.

## **3. Del Capital**

**Art. 102.-** El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía.

Nota: Inciso primero reformado por Art. 99-g) de Ley No. 4, publicada en Registro Oficial Suplemento 34 de 13 de marzo del 2000.

## **Derechos, Obligaciones y Responsabilidades de los Socios**

**Art. 114.-** El contrato social establecerá los derechos de los socios en los actos de la compañía, especialmente en cuanto a la administración, como también a la forma de ejercerlos, siempre que no se opongan a las disposiciones regales. No obstante cualquier estipulación contractual, los socios tendrán los siguientes derechos:

- a) A intervenir, a través de asambleas, en todas las decisiones y deliberaciones de la compañía, personalmente o por medio de representante o mandatario constituido en la forma que se determine en el contrato. Para efectos de la votación, cada participación dará al socio el derecho a un voto;

- b) A percibir los beneficios que le correspondan, a prorrata de la participación social pagada, siempre que en el contrato social no se hubiere dispuesto otra cosa en cuanto a la distribución de las ganancias;
- c) A que se limite su responsabilidad al monto de sus participaciones sociales, salvo las excepciones que en esta Ley se expresan;
- d) A no devolver los importes que en concepto de ganancias hubieren percibido de buena fe, pero, si las cantidades percibidas en este concepto no correspondieren a beneficios realmente obtenidos, estarán obligados a reintegrarlas a la compañía;
- e) A no ser obligados al aumento de su participación social.

Si la compañía acordare el aumento de capital, el socio tendrá derecho de preferencia en ese aumento, en proporción a sus participaciones sociales, si es que en el contrato constitutivo o en las resoluciones de la junta general de socios no se conviniere otra cosa;

- f) A ser preferido para la adquisición de las participaciones correspondientes a otros socios, cuando el contrato social o la junta general prescriban este derecho, el cual se ejercitará a prorrata de las participaciones que tuviere;
- g) A solicitar a la junta general la revocación de la designación de administradores o gerentes. Este derecho se ejercitará sólo cuando causas graves lo hagan indispensable. Se considerarán como tales el faltar gravemente a su deber, realizar a sabiendas actos ilegales, no cumplir las obligaciones establecidas por el Art. 124, o la incapacidad de administrar en debida forma;
- h) A recurrir a la Corte Superior del distrito impugnando los acuerdos sociales, siempre que fueren contrarias a la Ley o a los estatutos.

En este caso se estará a lo dispuesto en los Arts. 249 y 250, en lo que fueren aplicables.

- i) A pedir convocatoria a junta general en los casos determinados por la presente Ley. Este derecho lo ejercerán cuando las aportaciones de los solicitantes representen no menos de la décima parte del capital social; y,
- j) A ejercer en contra de gerentes o administradores la acción de reintegro del patrimonio social. Esta acción no podrá ejercitarla si la junta general aprobó las cuentas de los gerentes o administradores.

**Art. 115.- Son Obligaciones de los Socios:**

- a) Pagar a la compañía la participación suscrita. Si no lo hicieren dentro del plazo estipulado en el contrato, o en su defecto del previsto en la Ley, la compañía podrá, según los casos y atendida la naturaleza de la aportación no efectuada, deducir las acciones establecidas en el Art. 219 de esta Ley;
- b) Cumplir los deberes que a los socios impusiere el contrato social;
- c) Abstenerse de la realización de todo acto que implique injerencia en la administración;
- d) Responder solidariamente de la exactitud de las declaraciones contenidas en el contrato de constitución de la compañía y, de modo especial, de las declaraciones relativas al pago de las aportaciones y al valor de los bienes aportados;
- e) Cumplir las prestaciones accesorias y las aportaciones suplementarias previstas en el contrato social. Queda prohibido pactar prestaciones accesorias consistentes en trabajo o en servicio personal de los socios;
- f) Responder solidaria e ilimitadamente ante terceros por la falta de publicación e inscripción del contrato social; y,
- g) Responder ante la compañía y terceros, si fueren excluidos, por las pérdidas que sufrieren por la falta de capital suscrito y no pagado o por la suma de aportes reclamados con posterioridad, sobre la participación social.

La responsabilidad de los socios se limitará al valor de sus participaciones sociales, al de las prestaciones accesorias y aportaciones suplementarias, en la proporción que se hubiere establecido en el contrato social. Las aportaciones suplementarias no afectan a la responsabilidad de los socios ante terceros, sino desde el momento en que la



compañía, por resolución inscrita y publicada, haya decidido su pago. No cumplidos estos requisitos, ella no es exigible, ni aún en el caso de liquidación o quiebra de la compañía.

## **5. De la Administración**

**Art. 116.-** La junta general, formada por los socios legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. La junta general no podrá considerarse válidamente constituida para deliberar, en primera convocatoria, si los concurrentes a ella no representan más de la mitad del capital social. La junta general se reunirá, en segunda convocatoria, con el número de socios presentes, debiendo expresarse así en la referida convocatoria.

## **Código de Trabajo<sup>26</sup>**

### **Del Contrato Individual de Trabajo**

#### **Definiciones y Reglas Generales**

**Art. 8.- Contrato Individual.-** Contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar sus servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada por el convenio, la ley, el contrato colectivo o la costumbre.

**Art. 11.- Clasificación.-** El contrato de trabajo puede ser:

- a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal;
- b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto;
- c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional;
- d) A prueba;
- e) Por obra cierta, por tarea y a destajo;
- f) Por enganche;
- g) Individual, de grupo o por equipo; y,

---

<sup>26</sup> Fuente código de trabajo Ecuador

a) Nota: Literal derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008.

**Art. 13.-Formas de Remuneración.-** En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo.

Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo.

La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo.

**Art. 16.- Contratos por Obra Cierta, por Tarea y a Destajo.-** El contrato es por obra cierta, cuando el trabajador toma a su cargo la ejecución de una labor determinada por una remuneración que comprende la totalidad de la misma, sin tomar en consideración el tiempo que se invierta en ejecutarla.

En el contrato por tarea, el trabajador se compromete a ejecutar una determinada cantidad de obra o trabajo en la jornada o en un período de tiempo previamente establecido.

Se entiende concluida la jornada o período de tiempo, por el hecho de cumplirse la tarea.

En el contrato a destajo, el trabajo se realiza por piezas, trozos, medidas de superficie y, en general, por unidades de obra, y la remuneración se pacta para cada una de ellas, sin tomar en cuenta el tiempo invertido en la labor.

**Art. 17.- Contratos Eventuales, Ocasionales, de Temporada.-** Son contratos eventuales aquellos que se realizan para satisfacer exigencias circunstanciales del empleador, tales como reemplazo de personal que se encuentra ausente por vacaciones, licencia, enfermedad, maternidad y situaciones similares; en cuyo caso, en

el contrato deberá puntualizarse las exigencias circunstanciales que motivan la contratación, el nombre o nombres de los reemplazados y el plazo de duración de la misma.

También se podrán celebrar contratos eventuales para atender una mayor demanda de producción o servicios en actividades habituales del empleador, en cuyo caso el contrato no podrá tener una duración mayor de ciento ochenta días continuos o discontinuos dentro de un lapso de trescientos sesenta y cinco días. Si la circunstancia o requerimiento de los servicios del trabajador se repite por más de dos períodos anuales, el contrato se convertirá en contrato de temporada. El sueldo o salario que se pague en los contratos eventuales, tendrá un incremento del 35% del valor hora del salario básico del sector al que corresponda el trabajador.

Son contratos ocasionales, aquellos cuyo objeto es la atención de necesidades emergentes o extraordinarias, no vinculadas con la actividad habitual del empleador, y cuya duración no excederá de treinta días en un año. El sueldo o salario que se pague en los contratos ocasionales, tendrá un incremento del 35% del valor hora del salario básico del sector al que corresponda el trabajador.

Son contratos de temporada aquellos que en razón de la costumbre o de la contratación colectiva, se han venido celebrando entre una empresa o empleador y un trabajador o grupo de trabajadores, para que realicen trabajos cíclicos o periódicos, en razón de la naturaleza discontinua de sus labores, gozando estos contratos de estabilidad, entendida, como el derecho de los trabajadores a ser llamados a prestar sus servicios en cada temporada que se requieran. Se configurará el despido intempestivo si no lo fueren.

Corresponde al Director Regional del Trabajo, en sus respectivas jurisdicciones, el control y vigilancia de estos contratos.

## **De las Obligaciones del Empleador y del Trabajador**

**Art. 42.- Obligaciones del Empleador.-** Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;
2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;
4. Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana;
5. Establecer escuelas elementales en beneficio de los hijos de los trabajadores, cuando se trate de centros permanentes de trabajo ubicados a más de dos kilómetros de distancia de las poblaciones y siempre que la población escolar sea por lo menos de veinte niños, sin perjuicio de las obligaciones empresariales con relación a los trabajadores analfabetos;
6. Si se trata de fábricas u otras empresas que tuvieren diez o más trabajadores, establecer almacenes de artículos de primera necesidad para suministrarlos a precios de costo a ellos y a sus familias, en la cantidad necesaria para su subsistencia. Las empresas cumplirán esta obligación directamente mediante el establecimiento de su propio comisariato o mediante la contratación de este servicio conjuntamente con otras empresas o con terceros.

El valor de dichos artículos le será descontado al trabajador al tiempo de pagársele su remuneración.

Los empresarios que no dieren cumplimiento a esta obligación serán sancionados con multa de 4 a 20 dólares de los Estados Unidos de

América diarios, tomando en consideración la capacidad económica de la empresa y el número de trabajadores afectados, sanción que subsistirá hasta que se cumpla la obligación;

7. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan;
8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado;
9. Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del sufragio en las elecciones populares establecidas por la ley, siempre que dicho tiempo no exceda de cuatro horas, así como el necesario para ser atendidos por los facultativos de la Dirección del Seguro General de Salud Individual y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o para satisfacer requerimientos o notificaciones judiciales. Tales permisos se concederán sin reducción de las remuneraciones;
10. Respetar las asociaciones de trabajadores;
11. Permitir a los trabajadores faltar o ausentarse del trabajo para desempeñar comisiones de la asociación a que pertenezcan, siempre que ésta dé aviso al empleador con la oportunidad debida.

Los trabajadores comisionados gozarán de licencia por el tiempo necesario y volverán al puesto que ocupaban conservando todos los derechos derivados

de sus respectivos contratos; pero no ganarán la remuneración correspondiente al tiempo perdido;

12. Sujetarse al reglamento interno legalmente aprobado;
13. Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra;
14. Conferir gratuitamente al trabajador, cuantas veces lo solicite, certificados relativos a su trabajo.

Cuando el trabajador se separe definitivamente, el empleador estará obligado a conferirle un certificado que acredite:

- a) El tiempo de servicio;
- b) La clase o clases de trabajo; y,
- c) Los salarios o sueldos percibidos;

15. Atender las reclamaciones de los trabajadores;
16. Proporcionar lugar seguro para guardar los instrumentos y útiles de trabajo pertenecientes al trabajador, sin que le sea lícito retener esos útiles e instrumentos a título de indemnización, garantía o cualquier otro motivo;
17. Facilitar la inspección y vigilancia que las autoridades practiquen en los locales de trabajo, para cerciorarse del cumplimiento de las disposiciones de este Código y darles los informes que para ese efecto sean indispensables.

Los empleadores podrán exigir que presenten credenciales;

18. Pagar al trabajador la remuneración correspondiente al tiempo perdido cuando se vea imposibilitado de trabajar por culpa del empleador;
19. Pagar al trabajador, cuando no tenga derecho a la prestación por parte del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, el cincuenta por ciento de su remuneración en caso de enfermedad no profesional, hasta por dos meses en

cada año, previo certificado médico que acredite la imposibilidad para el trabajo o la necesidad de descanso;

20. Proporcionar a las asociaciones de trabajadores, si lo solicitaren, un local para que instalen sus oficinas en los centros de trabajo situados fuera de las poblaciones. Sino existiere uno adecuado, la asociación podrá emplear para este fin cualquiera de los locales asignados para alojamiento de los trabajadores;
21. Descontar de las remuneraciones las cuotas que, según los estatutos de la asociación, tengan que abonar los trabajadores, siempre que la asociación lo solicite;
22. Pagar al trabajador los gastos de ida y vuelta, alojamiento y alimentación cuando, por razones del servicio, tenga que trasladarse a un lugar distinto del de su residencia;
23. Entregar a la asociación a la cual pertenezca el trabajador multado, el cincuenta por ciento de las multas, que le imponga por incumplimiento del contrato de trabajo;
24. La empresa que cuente con cien o más trabajadores está obligada a contratar los servicios de un trabajador social titulado. Las que tuvieren trescientos o más, contratarán otro trabajador social por cada trescientos de excedente. Las atribuciones y deberes de los trabajadores sociales serán los inherentes a su función y a los que se determinen en el título pertinente a la "Organización, Competencia y Procedimiento";
25. Pagar al trabajador reemplazante una remuneración no inferior a la básica que corresponda al reemplazado;
26. Acordar con los trabajadores o con los representantes de la asociación mayoritaria de ellos, el procedimiento de quejas y la constitución del comité obrero patronal;

27. Conceder permiso o declarar en comisión de servicio hasta por un año y con derecho a remuneración hasta por seis meses al trabajador que, teniendo más de cinco años de actividad laboral y no menos de dos años de trabajo en la misma empresa, obtuviere beca para estudios en el extranjero, en materia relacionada con la actividad laboral que ejercita, o para especializarse en establecimientos oficiales del país, siempre que la empresa cuente con quince o más trabajadores y el número de becarios no exceda del dos por ciento del total de ellos.

El becario, al regresar al país, deberá prestar sus servicios por lo menos durante dos años en la misma empresa;

28. Facilitar, sin menoscabo de las labores de la empresa, la propaganda interna en pro de la asociación en los sitios de trabajo, la misma que será de estricto carácter sindicalista;

29. Suministrar cada año, en forma completamente gratuita, por lo menos un vestido adecuado para el trabajo a quienes presten sus servicios;

30. Conceder tres días de licencia con remuneración completa al trabajador, en caso de fallecimiento de su cónyuge o de su conviviente en unión de hecho o de sus parientes dentro del segundo grado de consanguinidad o afinidad;

31. Inscribir a los trabajadores en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, desde el primer día de labores, dando aviso de entrada dentro de los primeros quince días, y dar avisos de salida, de las modificaciones de sueldos y salarios, de los accidentes de trabajo y de las enfermedades profesionales, y cumplir con las demás obligaciones previstas en las leyes sobre seguridad social;

32. Las empresas empleadoras registradas en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social están obligadas a exhibir, en lugar visible y al alcance de todos sus trabajadores, las planillas mensuales de remisión de aportes individuales y patronales y de descuentos, y las correspondientes al pago de



fondo de reserva, debidamente selladas por el respectivo Departamento del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social.

Los inspectores del trabajo y los inspectores del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social tienen la obligación de controlar el cumplimiento de esta obligación; se concede, además, acción popular para denunciar el incumplimiento.

Las empresas empleadoras que no cumplieren con la obligación que establece este numeral serán sancionadas por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social con la multa de un salario mínimo vital, cada vez, concediéndoles el plazo máximo de diez días para este pago, vencido el cual procederá al cobro por la coactiva;

33. El empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas en relación con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándose los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad, en el primer año de vigencia de esta Ley, contado desde la fecha de su publicación en el Registro Oficial. En el segundo año, la contratación será del 1% del total de los trabajadores, en el tercer año el 2%, en el cuarto año el 3% hasta llegar al quinto año en donde la contratación será del 4% del total de los trabajadores, siendo ese el porcentaje fijo que se aplicará en los sucesivos años.

Esta obligación se hace extensiva a las empresas legalmente autorizadas para la tercerización de servicios o intermediación laboral.

El contrato laboral deberá ser escrito e inscrito en la Inspección del Trabajo correspondiente, que mantendrá un registro específico para el caso. La persona con discapacidad impedida para suscribir un contrato de trabajo, lo realizará por medio de su representante legal o tutor. Tal condición se

demostrará con el carné expedido por el Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS).

El empleador que incumpla con lo dispuesto en este numeral, será sancionado con una multa mensual equivalente a diez remuneraciones básicas mínimas unificadas del trabajador en general; y, en el caso de las empresas y entidades del Estado, la respectiva autoridad nominadora, será sancionada administrativa y pecuniariamente con un sueldo básico; multa y sanción que serán impuestas por el Director General del Trabajo, hasta que cumpla la obligación, la misma que ingresará en un cincuenta por ciento a las cuentas del Ministerio de Trabajo y Empleo y será destinado a fortalecer los sistemas de supervisión y control de dicho portafolio a través de su Unidad de Discapacidades; y, el otro cincuenta por ciento al Consejo Nacional de Discapacidades (CONADIS) para dar cumplimiento a los fines específicos previstos en la Ley de Discapacidades;

34. Contratar un porcentaje mínimo de trabajadoras, porcentaje que será establecido por las Comisiones Sectoriales del Ministerio de Trabajo y Empleo, establecidas en el artículo 122 de este Código.

35. Las empresas e instituciones, públicas o privadas, para facilitar la inclusión de las personas con discapacidad al empleo, harán las adaptaciones a los puestos de trabajo de conformidad con las disposiciones de la Ley de Discapacidades, normas INEN sobre accesibilidad al medio físico y los convenios, acuerdos, declaraciones internacionales legalmente suscritos por el país.

**Art. 47.- De la Jornada Máxima.-** La jornada máxima de trabajo será de ocho horas diarias, de manera que no exceda de cuarenta horas semanales, salvo disposición de la ley en contrario.

El tiempo máximo de trabajo efectivo en el subsuelo será de seis horas diarias y solamente por concepto de horas suplementarias, extraordinarias o de recuperación,

podrá prolongarse por una hora más, con la remuneración y los recargos correspondientes.

**Art. 65.- Días de Descanso Obligatorio.-** Además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorio los siguientes: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2 y 3 de noviembre y 25 de diciembre.

Lo son también para las respectivas circunscripciones territoriales y ramas de trabajo, los señalados en las correspondientes leyes especiales.

### **De las Vacaciones**

**Art. 69.- Vacaciones Anuales.-** Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables.

Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes.

El trabajador recibirá por adelantado la remuneración correspondiente al período de vacaciones.

Los trabajadores menores de dieciséis años tendrán derecho a veinte días de vacaciones y los mayores de dieciséis y menores de dieciocho, lo tendrán a dieciocho días de vacaciones anuales.

Los días de vacaciones adicionales por antigüedad no excederán de quince, salvo que las partes, mediante contrato individual o colectivo, convinieren en ampliar tal beneficio.

### **De las Remuneraciones y sus Garantías**

**Art. 79.- Igualdad de Remuneración.-** A trabajo igual corresponde igual remuneración, sin discriminación en razón de nacimiento, edad, sexo, etnia, color, origen social, idioma, religión, filiación política, posición económica, orientación sexual, estado de salud, discapacidad, o diferencia de cualquier otra índole; más, la especialización y

práctica en la ejecución del trabajo se tendrán en cuenta para los efectos de la remuneración.

## **2.2 MARCO CONCEPTUAL.**

**Calidad:** Excelencia de cada cosa, conjunto de rasgos característicos de un producto o servicio, que lo hacen más o menos adecuado para satisfacer las necesidades del usuario.

**El Marketing.-** Según Philip Kotler (considerado por algunos padre del marketing) es «el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios» También se le ha definido como el arte o ciencia de satisfacer las necesidades de los clientes y obtener ganancias al mismo tiempo. Es en realidad una subsidencia o área de estudio de la ciencia de administración.

**Estrategia:** El conjunto de las reglas que aseguran una decisión óptima en cada momento al momento de tomar una decisión

**Los Mercados.-** El establecer la naturaleza de los mercados, la accesibilidad de los mercados existentes, el nivel de competitividad que la empresa tiene frente a proveedores ya posicionados en el mercado, resultan factores muy importantes de considerar al momento de planificar esta actividad.

**Mal Servicio.-** No satisfacer las expectativas que espera el cliente al momento de recibir el servicio que espera

**Mercados:** Conjunto de actividades realizadas libremente por los agentes económicos sin intervención del poder público.

**Comportamiento Humano:** Estudia y comprende, el desarrollo de actividades o mejorarlo para permitirle al mismo vivir de una mejor manera, ya sea observando sus fortalezas, mejorando esos aspectos y tratar de solucionarlos.

**Personal Capacitado.-** Personas con conocimientos teóricos y técnicos en la labor a desempeñar.

**Precio.-** Es la llave para poder posicionarse en la distribución y dependerá de la estrategia que quiera desarrollar su empresa.

**Segmentación del Mercado.-** Se puede definir como, “el proceso mediante el cual, una empresa subdivide un mercado en subconjuntos de clientes de acuerdo a ciertas características que le son de utilidad. El propósito de la segmentación de la mercado es la de alcanzar a cada subconjunto con actividades específicas de mercadotecnia para lograr una ventaja competitiva”.

**Herramientas Adecuadas:** ES un instrumento que permite realizar ciertos trabajos. Estos objetos fueron creados para facilitar la realización de una tarea mecánica que requiere del uso de una cierta fuerza.

**Sociedad:** La sociedad es el conjunto de individuos que comparten fines, conductas y cultura, y que se relacionan entre sí, cooperativamente, para formar un grupo o una comunidad.

## **2.3 HIPÓTESIS Y VARIABLES**

### **2.3.1 Hipótesis General**

Las pocas empresas /personas que se dedican a brindar servicios varios origina que la ciudadanía se sienta insatisfecha por no tener mayor opciones de contratar servicios de albañil, plomero, electricista, pintor.

### **2.3.2 Hipótesis Particular**

- La falta de seriedad compromiso de la persona de quien va a prestar el servicio, origina que la ciudadanía se sienta insatisfecha al contratar el servicio y cubrir una necesidad

- Representa un riesgo que la persona no sea confiable porque puede realizar algún tipo de secuestro o robo de sus pertenencias lo que origina un riesgo en los hogares al momento de contratar a un desconocido para que realice los servicios generales.
- Se dificulta el tener el servicio requerido porque muchas veces se lo contrata fuera del Cantón lo que origina a la ciudadanía tener un costo elevado para obtener el servicio de este tipo en sus hogares.
- El no contar con una empresa que brinde el servicio a domicilio y que tenga el cliente alternativas de pago (crédito, efectivo, tarjeta) generara que se recurra a personas informales a las cuales los pagos deben ser inmediatamente en efectivo.

### 2.3.3 Declaración de Variables.

**Cuadro # 1** Declaración de Variables.

<b>Variables Independientes</b>	<b>Variable Dependiente</b>
Brindar servicio varios	Falta de conocimiento
Insatisfacción del servicio	Prestación de Servicio
Desconfianza	Atención
Delincuencia	Contratar personal
Personas Informales	Alternativas de pago

**Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenia – MINA Marjorie**

### 2.3.4 Operacionalización de las variables

**Cuadro # 2 Operacionalización de las variables**

<b>Variables Independientes</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medio de Verificación</b>
Brindar servicio varios	Como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades	Observación	Con una observación verificar que servicios se brindan o desean que se les brinde el cliente.
Insatisfacción del servicio	Cuando existe una desviación tan grande entre lo esperado por el cliente y su percepción del servicio prestado	Encuesta	La ciudadanía se siente muchas veces insatisfecha con los servicios brindados
Desconfianza	La desconfianza es la falta de creencia o la seguridad en alguien	Encuesta Observación	Observar por qué o de que muchas veces tienen desconfianza
Delincuencia	Se podría definir también como una conducta por parte de una o varias personas que no coinciden con las requeridas en una sociedad, que atentas contra las leyes de dicha sociedad.	Observación	Investigaciones para tratar de descubrir los factores que han influido en aquellos que delinquen, llegando a destacar problemas como la pobreza y la exclusión social, el desempleo.

Personas Informales	Se puede describirse en términos generales como un conjunto de unidades dedicadas a la producción de bienes o la prestación de servicios con la finalidad primordial de crear empleos y generar ingresos para las personas que participan en esa actividad.	Encuesta Observación	Con una observación verificar que servicios se brindan o desean que se les brinde el cliente.
<b>Variables Dependientes</b>	<b>Definición</b>	<b>Indicadores</b>	<b>Medio de Verificación</b>
Falta de Conocimiento	La persona que ignora algo no lo conoce o no lo comprende.	Encuesta	Verificar si él no tiene falta de conocimiento o si no capacitarlos debidamente
Prestación de Servicio	Podemos describirla cuando alguien o alguna empresa te brindan o da algún servicio a cambio de una contraprestación.	Encuesta Observación	Dar un buen servicio al cliente
Atención al Cliente	Es dar un buen servicio, estar al tanto de necesidad del cliente y hacer que este en mutuo acuerdo en comprar el producto de acuerdo a la necesidad y el gusto que este tenga.	Encuesta Entrevista	Tener un buen trato hacia el cliente



Contratar personal	Acuerdo por el cual una persona natural (trabajador) se obliga a prestar un servicio personal a otra persona natural o jurídica (empleador), bajo dependencia o subordinación y a cambio de un salario.	Encuesta Entrevista	Tener una debida entrevista al contratar al personal.
Alternativa de pago	Los medios de pago o alternativas que se ofrezcan son importantes para el éxito de su negocio porque podemos aumentar las ventas ofreciendo varios alternativos de pago.	Encuesta Observación	

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

## **CAPITULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1 TIPO Y DISEÑO DE INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.**

El presente proyecto generará una investigación de Campo puesto que se trabajó en un estudio meticuloso del mercado para identificar las expectativas de los clientes, permitiéndonos diagnosticar la posibilidad de éxito y además verificar las hipótesis planteada, se recurrirá a una investigación bibliográfica debido a que se obtendrá información de libros, revistas y web gráfica, fundamentado de esta manera el trabajo investigado, logrando fortalecer nuestro marco teórico.

El instrumento será las encuestas dirigidas a la Población Económicamente Activa del Cantón.

#### **Tipo de la Investigación.**

El origen principal en la investigación que se propuso realizar es de tipo no experimental porque no se verán afectadas las variables dependientes e independientes, en consecuencia tendrá una aplicación transversal, empleando técnicas como la encuesta, la misma que vamos a aplicar a un grupo objetivo que

permitirá conocer sus necesidades o exigencias con respecto al servicio que se ofrece en el Cantón Milagro.

La investigación también es de tipo descriptiva y explicativa porque se hace un estudio total de cada uno de los factores o variables que se ha investigado y posteriormente se explica a través de un análisis la incidencia de cada uno de ellos, al mismo tiempo se caracteriza por ser exploratoria y de diagnóstico obviamente porque al efectuar el trabajo de campo se estudió el mercado, permitiéndonos establecer la posibilidad de éxito de la empresa en este sector empresarial.

### **Perspectiva General de la Investigación**

La investigación sobre este tipo de actividad comercial desbordo un análisis profundo del mercado para obtener información relevante que favorecerá a los objetivos propuestos por la empresa, para posicionarse en este sector comercial.

El diseño del trabajo es de modalidad cuantitativa.

## **3.2 LA POBLACIÓN Y LA MUESTRA**

### **3.2.1 Características de la población**

Las características de la población la cual será objeto de nuestro estudio será la Localidad de la Ciudad de Milagro en la Provincia del Guayas República del Ecuador, la cual tiene como principales actividades económicas el comercio, agricultura, ganadería, industria manufacturera, construcción y enseñanza. La principal actividad laboral, tanto para hombres como para mujeres, es el comercio, sin embargo, en el resto de actividades hay una clara diferenciación en los trabajos que realizan hombres y mujeres.

En el nivel de empleo, el 30,95% corresponde a la población económicamente activa empleada, el 62,78% de la población económicamente activa subempleada y el 6,27% es población desempleada.

### **3.2.2 Delimitación de la población.**

La ciudad de Milagro cuenta con una Población Económicamente Activa (PEA) que corresponde al 35,41% de la población urbana y al 46,50% de la población en edad de trabajar (PET), de este porcentaje, el 73,18% lo conforma la fuerza laboral masculina y el restante 26,82% lo representa la fuerza laboral femenina. Del PEA, el 1,42% corresponde al trabajo infantil de niños y niñas de 5 a 14 años. Según el censo del 2010.

### **3.2.3 Tipo de la muestra**

La muestra es de tipo no probabilística, esta fue determinada a través de la elección del grupo objetivo entre ellos un grupo de habitantes de la ciudad de Milagro direccionados a esta actividad comercial, a este conjunto de la población se le realizará una encuesta sobre la problemática planteada para obtener información relevante que garantice la permanencia de la empresa en este mercado.

### **3.2.4 Tamaño de la muestra.**

La muestra, constituye una parte o subconjunto de la población, este grupo de personas se la estableció para saber cuántas encuestas se deberán realizar, siendo su cálculo de la siguiente manera, para lo cual hemos estimado una imagen de error del 5%.

Error que lo determina el investigador en cada estudio (se calcula en porcentaje y luego se divide para 100, lo que significa en proporciones, esto se hace por que el área de la curva normal es 1. Ej. 5%/100 será 0.05).

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

p= posibilidad de que ocurra un evento, p= 0.5

q= posibilidad de no ocurrencia de un evento, q=0.5

E= error, se considera el 5%; E=0.05

Z= nivel de confianza, que para el 95%, Z= 1.96

Para obtener el tamaño de la muestra de la población la cual es de 200.000 habitantes se tomará como datos el número de la población económicamente activa de la ciudad de Milagro, la cual está determinada en el 35,41% menos el 1,42% que corresponde al trabajo infantil de niños y niñas de 5 a14 años. Teniendo como resultado 70.820 habitantes, con un margen de error admisible del 0,05.

Para lo cual utilizaremos la siguiente fórmula:

$$n = \frac{67980(0,5)(0,5)}{\frac{67980(0,05)^2}{(1,96)^2} + (0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{16995}{\frac{169,9475}{3,8416} + 0,25}$$

$$n = \frac{16995}{44,4887265} = 382$$

Con la cual se obtendrá como resultado el tamaño de la muestra equivalente a 382 personas a encuestar.

### **3.2.5 Proceso de selección.**

De acuerdo con el tipo de la muestra, aplicaremos nuestro instrumento el escogimiento de clase no probabilística.

## **3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS**

### **Métodos teóricos**

Los métodos que vamos a utilizar para la investigación son de tipo teórico y empírico; como teórico hemos escogido el método inductivo, deductivo, lógico deductivo, lógico inductivo, ya que hace un análisis por partes, Para llevar a efecto la investigación, se necesitará emplear el método empírico.

- **Método Inductivo.-** La inducción va de lo particular a lo general. Empleamos el método inductivo cuando de la observación de los hechos particulares obtenemos proposiciones generales, Este método lo aplicamos al estudiar cada hecho o actividad que generará, las verdaderas causas del problema y emitir así una solución práctica.
- **Método Deductivo.-** La deducción va de lo general a lo particular. El método deductivo es aquél que parte los datos generales aceptados como valederos, para deducir por medio del razonamiento lógico, varias suposiciones, es decir; parte de verdades previamente establecidas como principios generales, para luego aplicarlo a casos individuales y comprobar así su validez.
- **Método Lógico Deductivo.-** Es el razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Este método permite la formación de hipótesis, investigación de leyes científicas, y las demostraciones. Su uso es fundamental desde el momento en que afirmaron las causas de los resultados lo que nos brindará la oportunidad de saber el porqué de las aseveraciones.
- **Método Lógico Inductivo.-** Su utilización se da al momento que elaboramos nuestras hipótesis, en la creación de una empresa dedicada a prestar servicios de, electricidad, gasfitería, pintura, albañilería, entre otros.

Entre las fuentes y técnicas empleadas tenemos las siguientes:

### **Métodos Empíricos**

Como estos métodos estarán relacionados con la experiencia práctica, se tomará como herramienta a la acumulación de Información a través de la encuesta. La encuesta se realizará a un grupo determinado (382), este es un instrumento cuantitativo, la cual aplicaremos a la ciudadanía Milagreña, cuyo objetivo será conocer si es factible la creación de la microempresa.

### **3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN**

El procesamiento estadístico de la información se la realizara a través de la recolección de datos obtenidos de la encuesta, los mismos que serán tabulados para en lo posterior graficar porcentualmente las respuestas que dieran los encuestados en el proceso dela encuesta.

## **CAPITULO IV**

### **ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS**

#### **4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL**

En la actualidad existen muchas necesidades en el mercado por solicitar una serie de servicios como: electricidad, plomero, pintura, albañilería jardinería. Estos servicios son brindados por los llamados maestros informales o artesanos, quienes no poseen los conocimientos adecuados en la ejecución de estos trabajos, entregando las obras en el tiempo pactado, pero con poco tiempo de duración, teniendo entonces los propietarios de casa, empresas o instituciones, solicitar nuevamente esta clase de servicios, con la diferencia que se trasladan a otras plazas de mercado en busca del mismo, desviándose entonces ingresos económicos a las arcas municipales de esta localidad.

Por ello, se ha empleado la aplicación de una herramienta investigativa con el propósito de obtener información relevante sobre el tema planteado y así conocer las causas que han originado el alto grado de insatisfacción por parte de la ciudadanía que ha solicitado esta clase de servicios (electricidad, plomero, pintura, albañilería, y jardinería). Es importante conocer que los análisis estadísticos son una colección de métodos para planificar y realizar experimentos obtenidos y luego analizar, interpretar, y formular una conclusión basada en los datos actuales.



## 4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.

El instrumento que se empleó para establecer una opinión escrita de la factibilidad del negocio fue la encuesta.

1.- ¿Usted conoce o ha escuchado hablar de alguna empresa que brinde servicios de mantenimientos en la ciudad de Milagro?

**CUADRO # 3 Empresas que brinde servicios de mantenimiento**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	0	
NO	376	98%
TAL VEZ	6	2%
TOTAL	382	100%

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

**GRAFICO N° 1 Empresas que brinde servicios de mantenimiento**



**Análisis.-** Al preguntar si conoce o ha escuchado hablar de alguna empresa que brinde servicios de mantenimientos en la ciudad de Milagro, tomando en cuenta una muestra de 382 individuos, 376 personas encuestadas que opinaron que no conoce a ninguna empresa que ofrezcan estos servicios, representando un 98% de nuestro universo; y 6 individuos es decir un 2% que es una minoría opinaron tal vez si exista una empresa que ofrezca estos servicios. Esto claramente de muestra la aceptación y necesidad del servicio por parte de las personas encuestadas.

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

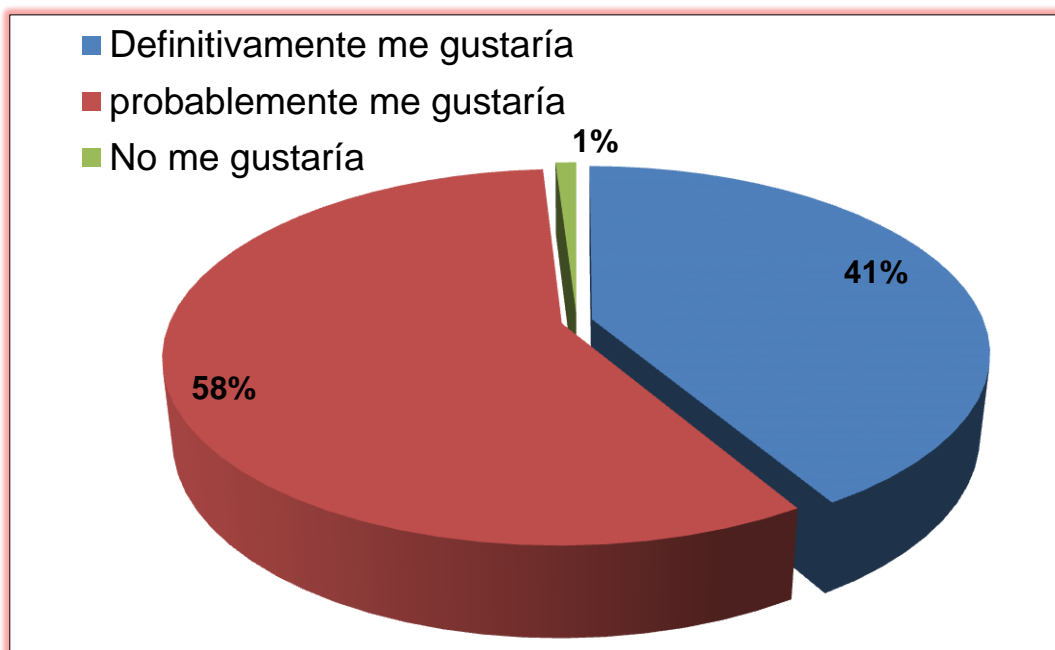
2.- ¿Le gustaría encontrar una empresa que preste servicios especializados de mantenimiento en su hogar sin necesidad de contratar cada servicio por separado (ejemplo: electricista, albañil, pintor, plomero, jardinero entre otros)?

**CUADRO # 4 Servicios especializados de mantenimiento en su hogar**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Definitivamente me gustaría	158	41%
Probablemente me gustaría	219	57%
No me gustaría	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

**GRAFICO N° 2 Servicios especializados de mantenimiento en su hogar**



**Análisis.-** según el gráfico las personas encuestadas manifestaron que probablemente me gustaría con un 58% que exista una empresa que brinde esta clase de servicios en la ciudad de Milagro. Y un 41% opinaron que si les gustaría contar con esta empresa que preste este tipo de servicio. Como se puede observar la propuesta tienen amplia perspectiva de viabilidad.

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

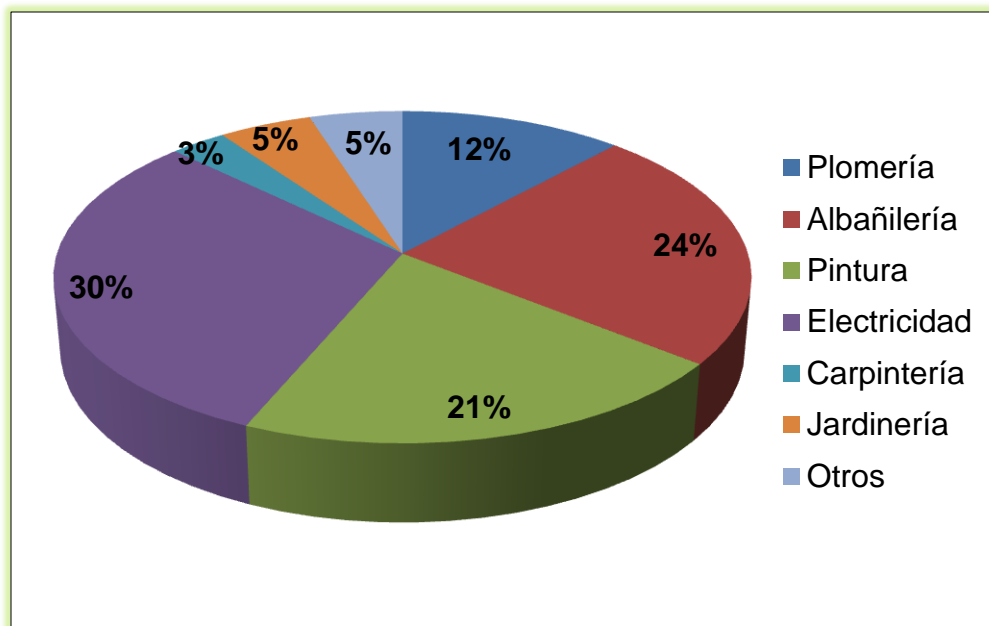
**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

### 3.- ¿Qué servicios de mantenimiento a domicilio utiliza regularmente?

**CUADRO # 5 Mantenimiento de domicilio utiliza regularmente**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Plomería	44	12%
Albañilería	90	24%
Pintura	82	21%
Electricidad	117	31%
Carpintería	11	3%
Jardinería	18	5%
Otros	20	5%
<b>Total</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**GRAFICO Nº 3 Mantenimiento de domicilio utiliza regularmente**



**Análisis.-** Como podemos observar en el gráfico entre los servicios que más utilizan la Ciudadanía del cantón Milagro están los de electricidad con un 30%, albañilería con un 24 %, pintura con un 21%, plomería con un 12%, jardinería y carpintería con un 5%, Como se puede observar la empresa tiene amplia perspectiva de viabilidad ya que los servicios de mayor demanda son los que el negocio está proponiendo.

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

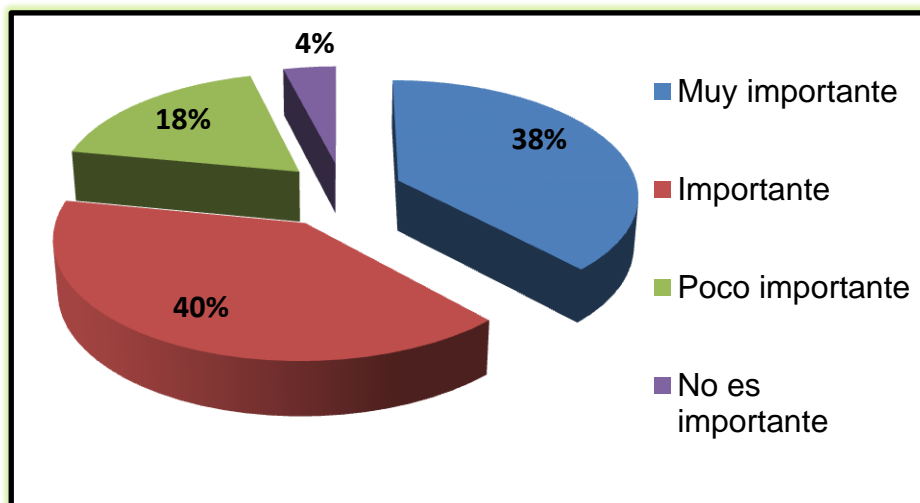
4.- ¿Cómo considera usted que en la Ciudad de Milagro cuente con un establecimiento que brinde un servicio de calidad en Electricidad, albañilería, Pintura, Plomero, Jardinero entre otros?

**CUADRO # 6 Como considera usted que Milagro cuente con un establecimiento**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Muy importante	145	38%
Importante	153	40%
Poco importante	69	18%
No es importante	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

**GRAFICO Nº 4 Como considera usted que Milagro cuente con un establecimiento**



**Análisis.-** Los encuestados manifestaron que es importante que en la ciudad de Milagro exista una empresa que brinde diferentes servicios como electricidad, albañilería, pintura, plomería, jardinería entre otros con un 40% mientras que un 38% opinaron que es muy importante contratar los servicios de una empresa especializada,

donde el servicio sea atendido inmediatamente, los costos sean accesibles y el trabajo de calidad, y un 18% opinaron que es poco importante un 4% que no es importante.

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

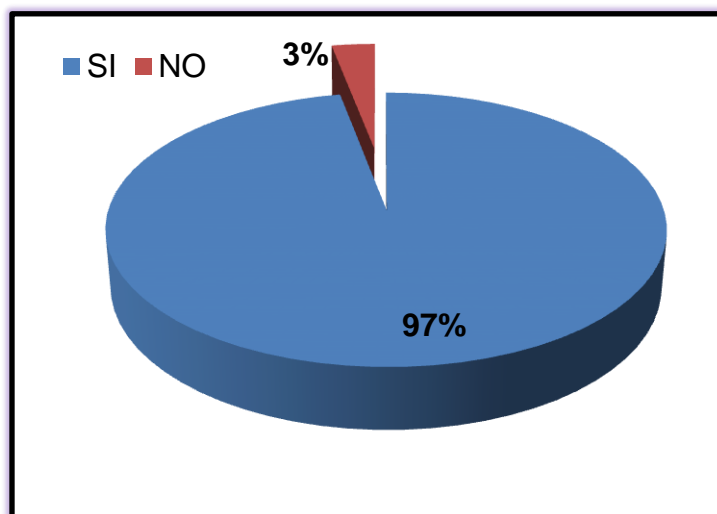
**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

**5.- ¿Ha necesitado en algún momento los servicios de Plomería Electricidad, albañilería, pintura, mejoramiento de jardines, etc.?**

**CUADRO # 7 Ha necesitado los servicios generales**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	371	97%
NO	11	3%
TOTAL	382	100%

**GRAFICO Nº 5 Ha necesitado los servicios generales**



**Análisis.-** Como se puede observar en el gráfico anterior de las encuestas aplicadas en su mayoría, es decir el 97% han requerido alguno de los servicios de: Plomería, Electricidad, Albañilería, Pintura, Mejoramiento de Jardines, etc.; mientras un 3% de las personas encuestadas no han solicitado ninguna clase de servicio para su hogar.

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

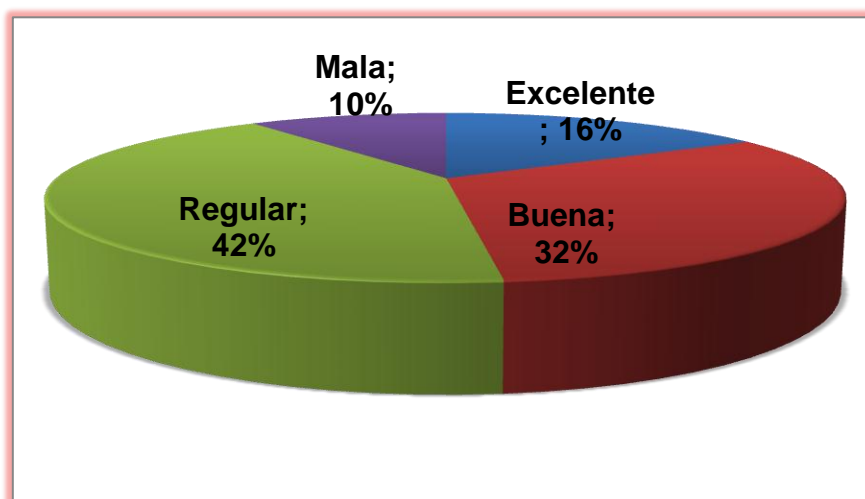
**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

**6.- ¿Si recibió el servicio de mantenimiento en su hogar como califica la atención?**

**CUADRO # 8 Como califica la atención**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Excelente	63	16%
Buena	121	32%
Regular	160	42%
Mala	38	10%
TOTAL	382	100%

**GRAFICO Nº 6 Como califica la atención**





**Análisis.**-El siguiente cuadro expresa que de 382 personas encuestadas 63 califican al servicio de mantenimiento lo califica como excelente, representando un 16% de la muestra tomada, mientras que 121 personas indican que es bueno, es decir un 32%; y 160 personas opinan que el servicio doméstico en la actualidad es regular y su representación es de 42% que es la mayoría de la muestra encuestada; 38 personas opinaron que el servicio que brinda los trabajadores informales es Malo representando en el gráfico un 10%; recordemos que en la actualidad las contrataciones de servicio a domicilio lo realizan de manera informal y esto está ocasionando la insatisfacción o inconformidad de este servicio.

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

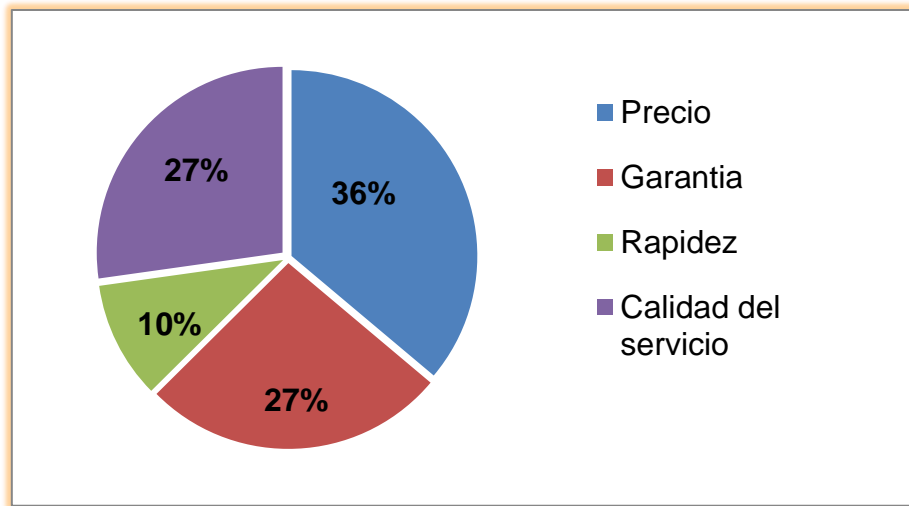
**7.- ¿Qué es lo que considera más importante al contratar un servicio de Mantenimiento a domicilio?**

**CUADRO # 9 Que considera más importante**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Precio	138	36%
Garantía	101	26%
Rapidez	39	10%
Calidad del servicio	104	27%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

**GRAFICO Nº 7 Que considera más importante**



**Análisis.**-Podemos observar en el grafico las personas encuestadas consideran más importante al momento de contratar algún servicio de mantenimiento a domicilio es el precio como punto relevante con un 36%; con un 27% de la muestra indican que es la calidad, para quien demanda el servicio unos de los principales elemento para considerarlo como optimo es la calidad. Garantía con un 27% al momento de recibir un servicio de mantenimiento a domicilio; seguido de una minoría que representa el 10% que consideran que la rapidez del servicio no es tan importante.

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

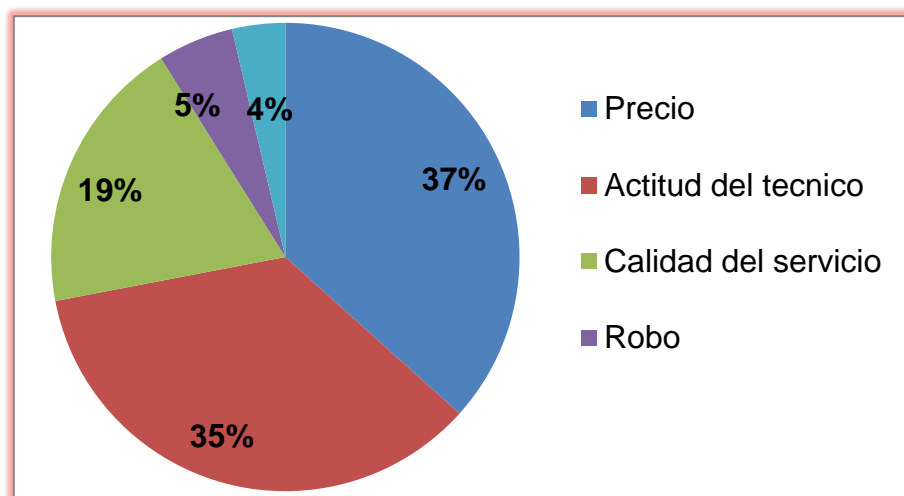
8.- ¿Por cuál de estas razones es por la que se ha sentido inconforme al momento de elegir el servicio?

**CUADRO # 10 Porque razón se ha sentido inconforme**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Precio	140	37%
Actitud del técnico	135	35%
Calidad del servicio	73	19%
Robo	20	5%
Servicio fuera de la ciudad	14	4%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

**GRAFICO Nº 8 Porque razón se ha sentido inconforme**



**Análisis.**-Como podemos observar de la muestra de 382 personas encuestadas:unas de las principales razones es que los cliente se ha sentido inconforme con el servicio recibido 140 personas encuestadas representan un 37 % al precio de servicio de mantenimiento que brinda un trabajador informal que los precios son muy elevados; 135 personas manifestaron que la actitud del técnico no es muy apropiada cuando solicitan

el servicio representando un 35% de la muestra y es una de las razones que no solicitan el servicio. Debemos destacar que la calidad del servicio representa un 19% es una de las razones que la persona se ha sentido inconforme por que el servicio que le ofrecieron no es de calidad. Otros de los motivos por el cual se siente inconforme con el servicio es al momento de contratar un trabajador informal es que exista algún robo de sus pertenencias representando un 5% de la muestra; el 4% representa que el servicio se encuentre fuera de la Ciudad.

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

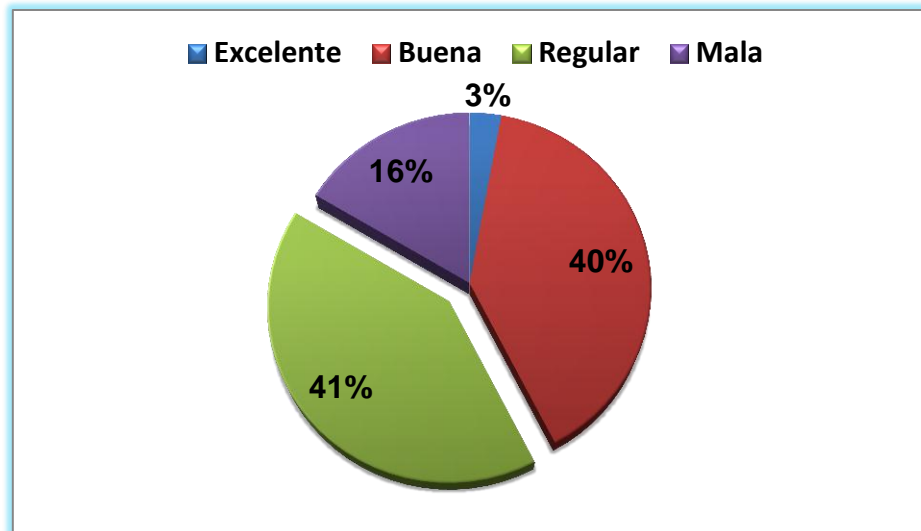
**9.- ¿Cómo califica el servicio de mantenimiento que le brinda un trabajador informal para alguna reparación dentro de su hogar?**

**CUADRO # 11 Como califica el servicio de mantenimiento**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Excelente	11	3%
Buena	151	40%
Regular	157	41%
Mala	63	16%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

**GRAFICO N°9 Como califica el servicio de mantenimiento**



**Análisis.**-De la muestra de 382 personas encuestadas: 11 personas representadas en un 3% califica al servicio de mantenimiento que brinda un trabajador informal como excelente; un porcentaje muy bajo que nos indica que existe inconformidad de los usuarios de este servicio; 151 encuestados representados en un 40% de la muestra lo califican como bueno y 157 que representa un 41% expresan que el servicio es regular tomando en consideración que no tienen muchas opciones en el mercado los resultados que arrojo esta encuesta revelan el malestar por parte de los clientes, y 63

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

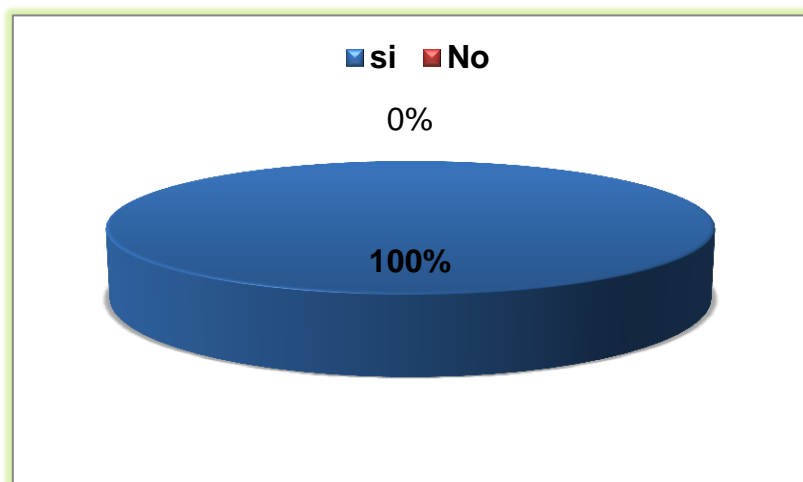
10.- ¿Le gustaría contar con alternativas al momento de cancelar el servicio de mantenimiento? (si la respuesta es sí cuales de las alternativas escogería)

**CUADRO # 12 Le gustaría contar con alternativas de cancelación del servicio**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Si	382	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

**GRAFICO N° 10 Le gustaría contar con alternativas de cancelación del servicio**



**Análisis.**-Dentro de la población económicamente activa de Milagro el 100% de personas encuestadas manifiestan que en la actualidad si les gustaría contar con nuevas alternativas al momento de cancelar el servicio de mantenimiento domicilio. Estos valores son evidentes y hasta cierto punto predecible puesto que en Milagro son escasas las personas que se encuentren desarrollando en la actualidad actividades productivas innovadoras.

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

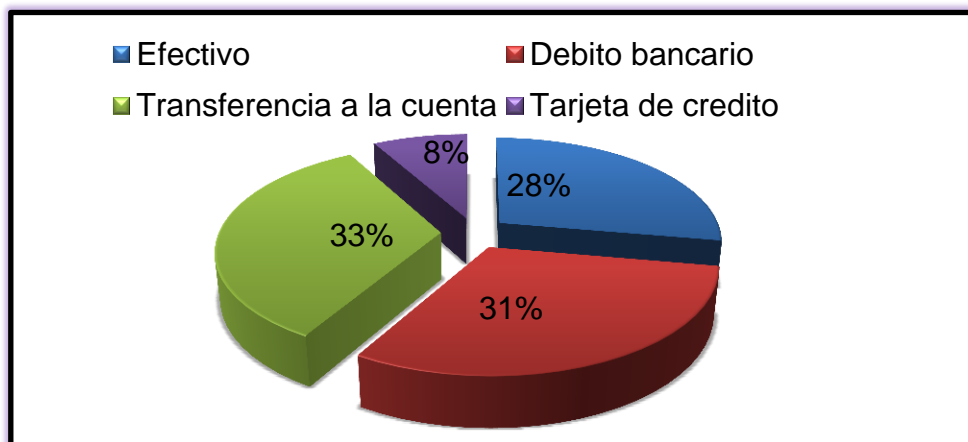
En relación a la pregunta anterior si la respuesta es sí cuales de las alternativas escogería)

**CUADRO # 13 Si la respuesta es sí cual alternativa escogería**

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Efectivo	106	28%
Débito bancario	117	31%
Transferencia a la cuenta	128	34%
Tarjeta de crédito	31	8%
<b>TOTAL</b>	<b>382</b>	<b>100%</b>

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

**GRAFICO N° 11 Si la respuesta es sí cual alternativa escogería**



**Análisis.-** Como podemos observar en el grafico el 33% le gustaría pagar los servicios de mantenimiento realizando transferencia a cuenta mientras que un 31% de los encuestados decidieron que realizarían débito bancario y seguido de un 28% los servicios los pagaran en efectivo y un 8% con tarjetas de crédito.

**Fuente:** Encuesta efectuada a la población económicamente activa de la ciudad de Milagro.

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

### 4.3 RESULTADOS

Dentro del proceso de recolección, y tabulación de la información obtenida por parte de la población económicamente activa de la ciudad de Milagro hombres y mujeres que laboran en múltiples actividades en busca de una remuneración a su esfuerzo cotidiano, se extraen valiosos datos informativos relevantes al trabajo investigativo realizado, en las encuesta podemos conocer que las ciudadanía se encuentra en su gran mayoría insatisfecha por esta clase de servicios de mantenimiento a domicilio puesto que la califican entre buena y regular, es decir que no llega a la excelencia por lo que no cubre todas las expectativas de los clientes , por ello les agrada la idea de que exista una empresa que les brinde todos estos tipos de servicios los cuales desearían ser garantizados con cómodos precios. No solo de buenas intenciones se vive, las ideas hay que ponerlas en marcha, los sueños hay que hacerlos realidad, pero también en necesario tomar las precauciones necesarias antes de aventurar a la inversión.

La necesidad de que exista una empresa que preste servicio de mantenimiento a domicilio como Plomería Electricidad, albañilería, pintura, mejoramiento de jardines en la ciudad de Milagro ya que la población se encuentra insatisfecha con los servicios que les brindan los trabajadores informales.

A la hora de adquirir un bien o un servicio se valoran aspectos importantes como el análisis de calidad, precios, actitud del técnico etc., lo cual es fundamental en la elección de un determinado servicio de mantenimiento a domicilio, para ellos la oferta que se brinda es satisfacer las necesidades del clientes en todos los aspectos que demande el servicio con eficacia y eficiencia cuidando cada detalle que genere confiabilidad y fidelidad constante.

La microempresa de servicios de mantenimiento debería estar ubicada en un lugar estratégico puesto que de eso depende el nivel de aceptación por parte de la población del cantón Milagro, también se debe emplear una adecuada publicidad, puesto que estas herramientas publicitarias son parte importante para difundir esta nueva alternativa microempresaria. Es importante considerar un horario de atención acorde a las exigencias de los ciudadanos, complementando esto a través de un servicio



personalizado, donde se establezcan compromisos que satisfagan las necesidades y expectativas de ambas partes.

Finalmente basados en las opiniones de la mayoría de la población Milagreña económicamente activa se estima que existe un gran potencial para el desarrollo de esta actividad como es el servicio de mantenimiento a domicilio en el catón Milagro.

#### 4.4 VERIFICACION DE LAS HIPOTESIS

**Cuadro N° 14 Verificación de hipótesis**

<b>Hipótesis General</b>	<b>Verificación</b>
<p>Las pocas empresas o personas que se dedican a brindar servicios varios origina que la ciudadanía se sienta insatisfecha por no tener mayor opciones de contratar servicios de albañil, plomero, electricista, pintor.</p>	<p>La creación de una microempresa dedicada a la prestación de servicios de mantenimiento a domicilio en la ciudad de Milagro proporcionará garantizará calidad, confianza y efectividad en los procesos para las los hogares o empresa de la ciudad de Milagro tal y como lo demandan los clientes potenciales, así como lo indica los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta.</p>
<b>Hipótesis particular</b>	<b>Verificación</b>
<p>La falta de seriedad compromiso de la persona de quien va a prestar el servicio, origina que la ciudadanía se sienta insatisfecha al contratar el servicio y cubrir una necesidad.</p>	<p>Obviamente el contar con mano de obra calificada en los servicios de electricidad, gasfitería, pintura, y albañilería incide en el sector comercial, información que se la puede comprobar en la pregunta 4 de la encuesta.</p>

<p>Representa un riesgo que la persona no sea confiable porque puede realizar algún tipo de secuestro o robo de sus pertenencias lo que origina un riesgo en los hogares al momento de contratar a un desconocido para que realice los servicios generales.</p>	<p>El proceso de selección del personal mediante la aplicación de normas técnicas reducirá del nivel de inseguridad al momento de realizar contrataciones para el servicio de mantenimiento a domicilio a través del Proceso de selección de personal para los diferentes sectores.</p>
<p>Se dificulta el tener el servicio requerido porque muchas veces se lo contrata fuera del Cantón lo que origina a la ciudadanía tener un costo elevado para obtener el servicio de este tipo en sus hogares.</p>	<p>Actualmente en nuestra Ciudad no existe este tipo de empresa que ofrezcan servicios de mantenimiento a domicilio por lo cual una idea surgió del hecho de que es muy común que en nuestros hogares se presenten este tipo de inconvenientes y con la dificultad de contar con una empresa cerca a nuestra ciudad para que lo solucione, además de lo importante que es tener la garantía y precios cómodos para nuestro clientes.</p>
<p>El no contar con una empresa que brinde el servicio a domicilio y que tenga el cliente alternativas de pago (Efectivo, Débito Bancario , Transferencia a la Cuenta , Tarjeta de Crédito) generara que se recurra a personas informales a las cuales los pagos deben ser inmediatamente en efectivo</p>	<p>Los factores más importantes para ser competitivos en el mercado es la calidad del servicio y precio que son uno de los factores que influyen de manera significativa en la decisión de compra de un determinado servicio por parte de los compradores, para eso se desea contar con diferentes alternativas de pago como (Efectivo, Débito Bancario, Transferencia a la Cuenta, Tarjeta de Crédito) se la puede comprobar en la pregunta 9 y 10 de la encuesta</p>

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

Creación de una Microempresa que preste Servicios Generales a Domicilio en la Ciudad de Milagro.

#### **5.2 FUNDAMENTACIÓN**

##### **Fundamentación Científica**

##### **Teoría de Taylor**

El interés principal de Taylor era la de acrecentar la productividad mediante una mayor eficacia en la producción y un pago mejor para los trabajadores sin explotarle o aprovechándose abusivamente de él sino por el contrario mediante la aplicación del método científico haciendo que el trabajador haga cada vez mejor su labor creciendo no solo en lo laboral sino también en lo personal, de este modo tanto el patrón va a quedar contento con el rendimiento del obrero y el obrero va a quedar contento por el su trabajo hecho y la forma como lo dirige su jefe, de tal forma que también la compañía u organización tenga la mayor prosperidad posible y como dijo Taylor en su último

discurso público “Debemos recordar siempre que lo más importante en cualquier negocio son las buenas relaciones”. El modelo diseñado por Taylor fue introducido en la estructura de muchas empresas del mundo, y aún hoy lo podemos ver en fábricas y centros productivos.

### **Principios – Escuela Científica**

El tema principal de la administración científica era que el trabajo, y sobre todo el de los obreros, se podían estudiar científicamente. Taylor creía que el análisis objetivo de datos recogidos en los talleres daría la base para determinar “la manera óptima” de organizar el trabajo.

#### **Principios:**

1. Organización científica del trabajo: refiere a las actividades que deben utilizar los administradores para ser más eficientes.
2. Selección y entrenamiento del trabajador: seleccionar científicamente el mejor hombre para cada tarea y adiestrarlo en los procedimientos que debe seguir.
3. Cooperación entre directivos y operarios: cooperar con el obrero para asegurarse que el trabajo se hace como se ha descrito.
4. Responsabilidad y especialización de los directivos en la planeación del trabajo: dividir el trabajo entre gerentes y trabajadores de manera que a los gerentes, y no a los trabajadores individuales, se les asigne la responsabilidad de planear y preparar el trabajo.
5. Supervisión especializada: una estructura de jefes y capataces que debido a su conocimiento mayor puedan coordinar la labor de la empresa.

### **Estudio de Mercado**

El estudio de mercado es el instrumento que sirve como apoyo para determinar qué tanta aceptación tiene un producto o servicio en el mercado al que se desea llegar, y

cuál es el precio que estarían dispuestos a pagar por acceder a dicho producto o servicio, todo esto mediante estrategias que permitan llegar cada demandante.

## **Segmentación de Mercado**

La segmentación de mercado es un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Uno de los elementos decisivos del éxito de una empresa es su capacidad de segmentar adecuadamente su mercado.

## **Fundamentación Empresarial**

### **Empresa**

Se entiende por empresa a una entidad formada por personal capacitado que desarrollan un conjunto de actividades con la finalidad de obtener rentabilidad económica o social, a través de la producción de servicios o productos, sin embargo en nuestro medio rige la mediana, pequeña y microempresa.

### **Importancia de las empresas**

La importancia de las empresa se radica en que es una organización de carácter económico cuya finalidad es la de satisfacer las necesidades de un bien o servicio dentro de una sociedad, logrando así el desarrollo tanto económico como social.

Toda empresa es creada para comercializar o producir bienes y servicios, con la finalidad de obtener beneficios económicos que satisfagan a sus dueños o accionistas, sin descuidar por otro lado la buena atención al cliente, razón de ser de la empresa.

### **Objetivos de la Empresa**

Los objetivos que tienen son los resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta desea llegar, con la óptima utilización de todos los recursos necesario para el cumplimiento de los mismos. En algunos casos a estos se

los puede llamar metas debido a que son esenciales para el éxito de una empresa, son fuentes de motivación para los miembros de la empresa.

Los objetivos deben tener seis características primordiales las cuales son:

- Medibles
- Claros
- Alcanzables
- Desafiantes
- Realistas
- Coherentes

### **La Microempresa**

La microempresa es aquella que posee de 1 a 6 empleados aproximadamente y han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan. Siendo indispensable el conocimiento sobre la creación o manejo de una microempresa como dimensión de un sector económico, social y político de la sociedad, precisa de aproximaciones conceptuales que permitan un acercamiento a su realidad, en el entendido que sus siempre parciales interpretaciones no cuenten con pretensiones totalizadoras.

### **Administración**

La administración es aplicada en todo tipo de organización sean estén pequeñas o grandes; con fines de lucro o no, empresas industriales, manufactureras o las de servicios. La administración tiene como principal objetivo la de establecer objetivos de manera que se puedan cumplir optimizando los recursos tanto económicos como humanos.

## Proceso Administrativo

El proceso administrativo es el conjunto de fases a través de las cuales se efectúa la administración para poder cumplir con los objetivos trazados inicialmente. Las fases de la administración son las siguientes:

- **Planeación:** La planeación adecuada dentro de una organización permite la determinación de objetivos dentro de los ámbitos de acción que se desea seguir.
- **Organización:** La organización es distribuir el trabajo entre los miembros del grupo y así establecer las relaciones necesarias para cumplir los objetivos trazados.
- **Dirección:** Es influencia interpersonal del administrador para lograr que sus subordinados obtengan los objetivos, mediante la toma de decisiones, la motivación, la comunicación y coordinación de esfuerzos.
- **Control:** El control se establece mediante un sistema que sirve para medir los resultados y corregir las desviaciones o errores que se presenten, con el fin de asegurar que los objetivos planeados se logren.

## Recursos Humanos

Como dice Idalberto Chiavenato las empresas u organización son un conjunto de elementos o componentes que se encuentra interrelacionados que reciben entradas o insumos del ambiente (materias primas, capital, equipos, esfuerzos individuales, entre otros.) y los someten a un proceso de transformación (producción, fabricación, corte, montaje, pintura, acabado, entre otros.) para producir salidas (bienes o servicios); por consiguiente, la clave para entender una empresa es identificar qué papel cumple en el medio donde opera.

## Servicios

“Los servicios son actividades económicas que se ofrecen de una parte a otra, las cuales generalmente utilizan desempeños basados en el tiempo para obtener los resultados deseados en los propios receptores, en objetos o en otros bienes de los que

los compradores son responsables”. Los servicios varían según los factores aplicados, a negocios o consumidores individuales, requiere de presencia física del cliente o si se enfocan al equipo de trabajo o personal de manera individual.

### **Característica de los Servicios**

- **Intangibilidad:** Se describe que los servicios no se pueden ver, saborear, tocar, escuchar u oler antes de comprarlo por lo tanto, tampoco pueden ser almacenados, Por ello, esta característica de los servicios es la que genera mayor inquietud en los compradores porque no pueden determinar con anticipación y exactitud el grado de satisfacción que tendrán luego de rentar o adquirir un determinado servicio.
- **Heterogeneidad:** Aquí nos dice, que cada servicio depende de quién lo presta, donde y cuando se preste el servicio, debido al factor humano; el cual, participa en la producción y entrega.
- **Inseparabilidad:** Los bienes se producen, se venden y luego que se consumen. En cambio, los servicios con constancia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son actividades que se encuentra ligadas.
- **Ética:** A nivel personal la ética determina la conducta ideal del hombre, a nivel profesional en los diversos círculos del desarrollo humano, esta puede establecerse en virtud de una visión del mundo o de unos principios filosóficos o religiosos, que llevan a determinar un sistema de normas.

### **Clasificación de los Servicios**

- **Servicios Públicos:** Tienen una dependencia económica del Estado, especialmente por la vía del cobro de los impuestos a las empresas y personas y están distribuidos a través de los distintos Ministerios de acuerdo a las perspectivas que permite el presupuesto anual.



- **Servicios Privados:** Se financian con los recursos de particulares y de los obtenidos a través de créditos otorgados por bancos o instituciones financieras. El campo de acción de los servicios privados es muy amplio; abarca los servicios comerciales, de transporte, de comunicaciones, banca, turismo, educacionales y de salud, entre muchos otros.
- **Con o Sin Fines de Lucro:** Las organizaciones de servicio privados, son por lo general, empresas con fines de lucro. Parten de un capital correspondiente a particulares que buscan la obtención de algún beneficio o ganancia en forma de dinero, es decir, la prestación de servicios va de la mano con el mejoramiento de la rentabilidad como empresas.
- **Otros Servicios Asociados a Empresas de Servicios:** Los servicios de apoyo son prestados generalmente por organizaciones externas, pero también las hay al interior de una entidad empresarial y tienen un propósito de apoyar el funcionamiento de una empresa.

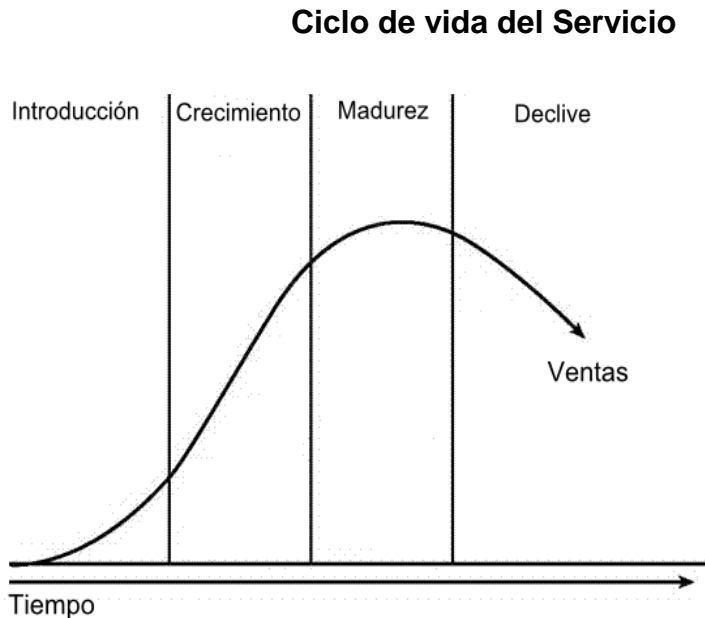
### **Importancia de los Servicios a Domicilio**

El futuro de muchos negocios está en llevarlos a la puerta de cada casa u hogar. El servicio a domicilio surge como una estrategia de marketing para estar más cerca de los clientes, facilitándoles el adquirir los productos desde la comodidad de su hogar o lugar de trabajo, haciendo, en muchos de los casos, la diferencia entre empresas competidoras y logrando la preferencia de los clientes.

- Hoy en día este tipo de servicio se ha convertido en algo común para empresas y consumidores debido a la globalización, el acceso a la información y la facilidad que tienen los empresarios para implementarlo. En consecuencia, los detalles que se brinden al cliente como parte de la estrategia de consentirlo y ofrecerle un plus, no solo son importantes sino que determinarán la elección final del mercado.

## Ciclo de Vida del Servicio

Todo producto o servicio pasa por un ciclo de vida de cuatro etapas que son Introducción, crecimiento, madurez y declinación



Capuz Rizo Salvador, Gómez Navarro Tomás. Ciclo de Vida para el Desarrollo producto

### **Introducción:**

Esta primera etapa del ciclo de vida del producto, se inicia cuando se lanza un nuevo producto al mercado, que puede ser algo innovador o puede tener una característica novedosa que dé lugar a una nueva categoría de producto.

### **Esta etapa se caracteriza por presentar el siguiente escenario:**

- Las ventas son bajas.
- No existen competidores, y en el caso que los haya son muy pocos.
- Los precios suelen ser altos en esta etapa, debido a que existe una sola oferta, o unas cuantas.
- Los gastos en promoción y distribución son altos.
- Las actividades de distribución son selectivas.

- Las utilidades son negativas o muy bajas.
- El objetivo principal de la promoción es informar.
- Los clientes que adquieren el producto son los innovadores.

**Crecimiento:**

Si una categoría de producto satisface al mercado y sobrevive a la etapa de introducción, ingresa a la segunda etapa del ciclo de vida del producto que se conoce como la etapa de crecimiento; en la cual, las ventas comienzan a aumentar rápidamente.

**Esta etapa suele presentar el siguiente escenario:**

- Las ventas suben con rapidez.
- Muchos competidores ingresan al mercado.
- Aparecen productos con nuevas características (extensiones de producto, servicio o garantía).
- Los precios declinan de manera gradual como un esfuerzo de las empresas por incrementar las ventas y su participación en el mercado.
- La promoción tiene el objetivo de persuadir para lograr la preferencia por la marca.
- La distribución pasa de ser selectiva a intensiva.
- Las utilidades aumentan, a medida que los costos unitarios de fabricación bajan y los costos de promoción se reparten entre un volumen más grande.
- Los clientes que adquieren el producto en esta etapa son los adoptadores tempranos.

**Madurez:**

Es en esta tercera etapa del ciclo de vida del producto, el crecimiento de las ventas se reduce y/o se detiene.

**Las características que distinguen esta etapa son las siguientes:**

- En una primera etapa, las ventas siguen aumentando, pero a ritmo decreciente, hasta que llega el momento en que se detiene.

- La competencia es intensa, aunque el número de competidores primero tiende a estabilizarse, y luego comienza a reducirse.
- Las líneas de productos se alargan para atraer a segmentos de mercado adicionales. El servicio juega un papel muy importante para atraer y retener a los consumidores.
- Existe una intensa competencia de precios.
- Existe una fuerte promoción (cuyo objetivo es persuadir) que pretende destacar las diferencias y beneficios de la marca.
- Las actividades de distribución son aún más intensivas que en la etapa de crecimiento.
- Las ganancias de productores y de intermediarios decaen principalmente por la intensa competencia de precios.
- Los clientes que compran en esta etapa son la mayoría media.

### **Declinación:**

En esta cuarta etapa del ciclo de vida del producto, la demanda disminuye, por tanto, existe una baja de larga duración en las ventas, las cuales, podrían bajar a cero, o caer a su nivel más bajo en el que pueden continuar durante muchos años.

### **Las características que permiten identificar esta etapa, son las siguientes:**

- Las ventas van en declive.
- La competencia va bajando en intensidad debido a que el número de competidores va decreciendo.
- Se producen recortes en las líneas de productos existentes mediante la discontinuación de presentaciones.
- Los precios se estabilizan a niveles relativamente bajos. Sin embargo, puede haber un pequeño aumento de precios si existen pocos competidores (los últimos en salir).
- La promoción se reduce al mínimo, tan solo para reforzar la imagen de marca o para recordar la existencia del producto.
- Las actividades de distribución vuelven a ser selectivos. Por lo regular, se discontinúan los distribuidores no rentables.

- Existe una baja en las utilidades hasta que éstos son nulos, e incluso, se convierten en negativos.
- Los clientes que compran en esta etapa, son los rezagados.

### **5.3 JUSTIFICACIÓN**

El cantón Milagro es un sector progresista que ha crecido a pasos agigantados en todos sus ámbitos, por lo tanto, existe una gran oportunidad de negocio con los servicios de: Plomería; albañilería; pintura; electricidad; carpintería, jardinería.

Para demostrar la viabilidad de la propuesta se utilizó una herramienta investigativa conocida con el nombre de la encuesta, donde se determinó con datos veraces que en este sector empresarial no existe una empresa que se dedique a prestar servicios de: Plomería; albañilería; pintura; electricidad; carpintería, jardinería lo cual garantiza el éxito del negocio, a pesar de existir personas que se dedican a esta práctica pero en forma individual realizando un trabajo de poca calidad que no satisface el mercado local.

Dentro la propuesta se fijó objetivos para establecer una estructura organizacional acorde de las nuevas tendencias que existe en el mercado para lograr a través de ella la permanencia y aceptación de la Microempresa en este casco comercial. Se realizó los respectivos manuales de funciones y procedimientos para fortalecer las actividades administrativas y operacionales de la entidad, además se ha realizado un estudio de mercado a través de las cinco fuerzas de Porter donde se determinó a nuestros posibles clientes, rivales internos, externos, los posibles sustitutos y proveedores para lograr una ventaja competitiva dentro de este sector comercial con los servicios ya mencionados.

Además de ejecutar un plan de marketing para emplear medios publicitarios que ayuden estratégicamente a difundir la presencia de esta nueva alternativa empresarial la cual tendrá como misión satisfacer las expectativas de la sociedad y lograr un posicionamiento respetable en esta franja comercial, enfocando su esfuerzo para defender las fuentes de trabajo de esta localidad.

La propuesta se fundamenta en la investigación realizada debido a las necesidades que presenta este sector comercial del cantón Milagro y a la alta demanda que tiene la prestación de los servicios antes mencionados.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la Propuesta**

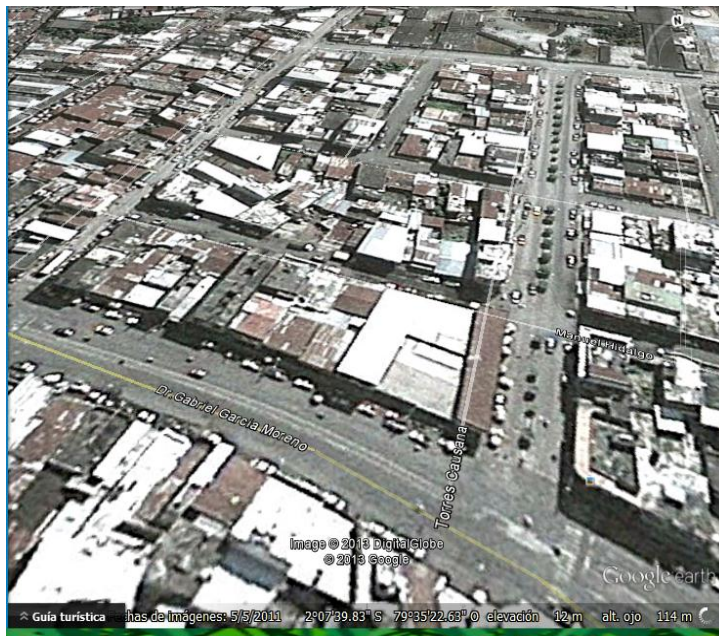
Establecer una estructura organizacional a través de herramientas competitivas, proyectando al mercado una propuesta diferente en la prestación de servicios a domicilio proporcionando servicios de calidad, para nuestros clientes, brindando excelente asistencia en el hogar, para compensar las necesidades de los usuarios, optimizando los recursos, y resaltando la capacidad y confianza en el personal que ejecuta el servicio, con la finalidad de posicionarla en este sector comercial.

### **5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta**

- Diseñar una filosofía corporativa cumpliendo con las exigencias del mercado mediante principios y valores empresariales.
- Realizar un plan de marketing con el fin de aplicar herramientas publicitarias adecuadas y así darnos a conocer en el mercado.
- Establecer plazas de trabajo que contribuya con la economía del cantón y que sustentado como talento humano se desarrolle bajo eficiencia absoluta a través de una adecuada selección de personal.
- Establecer garantías en la prestación del servicio doméstico a través de la aplicación de normas y lineamientos para el eficiente funcionamiento de las actividades.
- Analizar una proyección financiera que demuestre la viabilidad de esta propuesta a través de una adecuada distribución y manejo de los recursos financieros.

## 5.5 UBICACIÓN

Figura 7



Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

**País:** Ecuador

**Provincia:** Guayas

**Cantón:** Milagro

**Sector:** Cabecera central comercial del Cantón Milagro (mapa) calle García Moreno y Torres Causana

## 5.6 FACTIBILIDAD

### Factibilidad Administrativa

El diseño organizacional de la microempresa está compuesto por las siguientes áreas:

#### Área Administrativa

Se encarga de gestionar todo el funcionamiento de la microempresa, de la selección del personal, manejo de inventarios, contabilidad y la coordinación de las áreas operativas.

## **Área Operativa**

Se encarga de contactar a los proveedores y obtener los insumos según los requerimientos solicitados y del resto de la empresa. También se encarga de cumplir con el presupuesto de venta establecido. Para lograr un posicionamiento dentro de esta casca comercial será necesario contar con un personal idóneo que cumpla con los requerimientos solicitados por la administración, y de igual forma que sean personas que se identifiquen con la identidad de la empresa, los mismos que deben comprometerse con el desarrollo y establecimiento de la misma.

### **Factibilidad Presupuestaria.**

En cuestión a los presupuestos se realizará las respectivas cotizaciones de los activos que necesitará y los gastos y costos e ingresos, en los cuales incurrirá esta nueva alternativa de negocio.

### **Factibilidad Legal**

Para establecer este tipo de negocio en la Ciudad se toma en cuenta los siguientes requisitos a seguir para poder llevar a cabo todo legalmente y funcione.

#### **1.- Los Requisitos para la Escritura Pública de Constitución contendrán:**

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
3. El objeto social, debidamente concretado.
4. Su denominación y duración.
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital.
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado.
7. El domicilio de la compañía.
8. La forma de administración y las facultades de los administradores.



9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales.
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía.
11. Las normas de reparto de utilidades
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y la forma de proceder a la designación de liquidadores.

## **2.- Presentación de la Escritura de Constitución al Superintendente de Compañías**

Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el

Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse.

La escritura contendrá además:

- a) El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b) La denominación, objeto y capital social
- c) Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d) El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e) El plazo y condición de suscripción de las acciones;

- f) El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g) El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y
- h) El domicilio de la compañía.
- i) Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía. Dicha junta general se ocupará de:
- j) Comprobar el depósito bancario de las partes pagadas del capital suscrito;
- k) Examinar y, en su caso, comprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubieren obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a votar con relación a sus respectivas aportaciones en especie;
- l) Deliberar acerca de los derechos y ventajas reservados a los promotores;
- m) Acordar el nombramiento de los administradores si conforme al contrato de promoción deben ser designados en el acto constitutivo.
- n) Designar las personas que deberán otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.

El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañía, hay que afiliarse a la Cámara de

Comercio, en caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio.

### **Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC).**

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

Presentar el documento original del registro de la sociedad

- Copia de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionara la compañía.
- Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.
- Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.

El trámite para la obtención del registro único de contribuyentes no tiene ningún costo monetario.

El plazo para la obtención del RUC es de 30 días posteriores a la iniciación de actividades o constitución de una compañía. De acuerdo con la ley, éste deberá constar en matrículas, facturas, planillas de sueldos, declaraciones de tributos, etiquetas, envases, etc.

Además, el número de registro del RUC será exigido para conceder permisos de importación, pólizas de exportación, pedimentos de aduana, actuaciones ante notarios y registradores, concesión de matrículas de comercio, industrias o agricultura, tramitaciones de préstamos en instituciones financieras, concesión de visas, recepción de declaraciones y pago de tributos, entre otras diligencias.

### **Período Tributario (SRI)**

El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1º de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1º de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.

Las sociedades calcularán el impuesto causado aplicando la tarifa del 15% sobre el valor de las utilidades que reinviertan en el país y la tarifa del 25% sobre el resto de utilidades.

### **Obligación de Llevar Contabilidad**

Los artículos 20 y 21 de la Ley de Régimen Tributario Interno y el artículo 15 del

Reglamento de Aplicación del Impuesto a la Renta, determinan lo siguiente:

1. Todas las sociedades están obligadas a llevar contabilidad.
2. Las personas naturales también están obligadas a llevar contabilidad, aquellas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al primero de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado los 24.000 dólares, o cuyos ingresos brutos anuales del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 40.000 dólares.

### **3.- Permiso y Patente Municipal**

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la Muy Ilustre

Municipalidad del Cantón. Presentando la siguiente documentación:

- Registro único de (RUC). Contribuyentes
- Copia de la cedula de identidad del representante legal.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Formulario de declaración para obtener la patente.

### **4.- Permiso de Dirección de Higiene Municipal**

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deberán someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, mas aun

al tratarse de una empresa que provee a sus clientes productos consumo masivo y de primera necesidad. Además se deberá presentar la siguiente documentación:

- Especie de habilitación y funcionamiento.
- RUC.
- Copia de cédula del representante legal.
- Copia de papeleta de votación del representante legal.
- Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

### **5.- Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública**

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de Salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:

1. Permiso de dirección de Higiene Municipal.
2. Registro único de contribuyentes (RUC).
3. Copia de cedula del representante legal
4. Papeleta de votación del representante legal
5. Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
6. Documento de afiliación a la cámara de comercio.

Emitido por la Cámara de Comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la Cámara de Comercio del cantón Milagro, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja.

### **6.- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos**

- Permiso que es emitido por el Benemérito Cuerpo de Bomberos del Cantón.
- Después que un grupo encargado haya inspeccionado las instalaciones, y revisado que se cuenta los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

**Nombre de la microempresa**

ServiHogar Milagro.

**Razón Social**

Compañía Ltda.

**Logotipo**

**Figura 8**



**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

**Slogan**

*Manteniendo Tu Hogar Eficientemente*

**FODA**

**CUADRO # 15**

<b>ServiHogar Milagro</b> <b>FODA</b>	
<b>Fortaleza</b>	<b>Oportunidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Únicos en el mercado objetivo.</li> <li>• Ubicación estratégica de la empresa.</li> <li>• Pioneros en esta alternativa en el mercado.</li> <li>• Contar con el personal de servicio idóneo.</li> <li>• Herramientas de trabajo adecuadas.</li> <li>• Tener buena relación con los clientes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe competencia constituida legalmente en este tipo de servicio.</li> <li>• La creación de la microempresa generará nuevas fuentes.</li> <li>• Darnos a conocer a nivel local por medio de publicidad y referencia el servicio ofertado.</li> <li>• Brindar servicio de calidad.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<b>Amenaza</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevos en el mercado laboral.</li> <li>• Endeudamiento (no se cuenta con capital propio por lo que se deberá recurrir a un financiamiento).</li> <li>• No hay experiencia en el mercado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inestabilidad económica del país</li> <li>• Aparición de nuevos competidores.</li> <li>• Creación de leyes o reglamentos por el gobierno que impidan este tipo de trabajo.</li> <li>• Desastres de la naturaleza.</li> </ul>

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

Foco de las acciones ofensivas.

CUADRO # 16

<b>Áreas de Iniciativa Estratégica Ofensiva</b>  <b>FO</b>  Nulo: 0   Bajo:3   Medio:6   Alto:9	<b>Oportunidades</b>	No existe competencia constituida legalmente en este tipo de servicio.	La creación de la microempresa generará nuevas fuentes.	Darnos a conocer a nivel local por medio de publicidad y referencia el servicio ofertado.	Brindar servicio de calidad.	<b>TOTAL</b>
<b>Fortalezas</b>						
Únicos en el mercado.		6	6	3	3	18
Ubicación estratégica de la empresa.		9	6	9	6	30
Pioneros en esta alternativa en el mercado		9	9	6	3	27
Contar con el personal de servicio idóneo.		6	9	6	9	30
Herramientas de trabajo adecuadas.		3	3	9	3	18
Tener buena relación con los clientes.		3	6	3	6	18
<b>TOTAL</b>		<b>36</b>	<b>39</b>	<b>36</b>	<b>30</b>	<b>141</b>

Foco de atención

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenia – MINA Marjorie



CUADRO # 17

<p>Áreas de Iniciativa Estratégica Defensiva</p> <p>FA</p> <p>Nulo: 0   Bajo:3   Medio:6   Alto:9</p>	AMENAZAS	Inestabilidad económica del país.	Aparición de nuevos competidores.	Creación de leyes o reglamentos por el gobierno que impidan este tipo de trabajo.	Desastres de la naturaleza.	TOTAL
		Fortalezas				
Únicos en el mercado.		3	6	3	3	15
Ubicación estratégica de la empresa.		3	9	3	6	21
Pioneros en esta alternativa en el mercado		3	6	6	3	18
Contar con el personal de servicio idóneo.		3	9	9	0	21
Herramientas de trabajo adecuadas.		3	6	3	3	15
Tener buena relación con los clientes.		3	6	3	0	12
<b>TOTAL</b>		<b>18</b>	<b>42</b>	<b>27</b>	<b>15</b>	<b>102</b>

Foco de atención

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

Foco de las acciones defensivas.

CUADRO # 18

Áreas de Iniciativa Estratégica Defensiva DO Nulo: 0   Bajo:3   Medio:6   Alto:9	Oportunidades	No existe competencia constituida legalmente en este tipo de servicio.	La creación de la microempresa generará nuevas fuentes.	Darnos a conocer a nivel local por medio de publicidad y referencia el servicio ofertado.	Brindar servicio de calidad.	TOTAL
		<b>Debilidades</b>				
Nuevos en el mercado laboral.		6	9	9	9	33
Endeudamiento (no se cuenta con capital propio por lo que se deberá recurrir a un financiamiento).		3	9	6	6	24
No hay experiencia en el mercado.		6	6	6	6	24
<b>TOTAL</b>		15	24	21	21	81

Foco de atención

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

CUADRO # 19

<p>Áreas de Iniciativa Estratégica Defensiva</p> <p>DA</p> <p>Nulo: 0   Bajo:3   Medio:6   Alto:9</p>	Amenazas	Inestabilidad económica del país reducirá la demanda de este tipo de servicio.	Aparición de nuevos competidores.	Creación de leyes o reglamentos por el gobierno que impidan este tipo de trabajo.	Desastres de la naturaleza.	TOTAL
		Debilidades				
Nuevos en el mercado laboral.		9	6	3	3	21
Endeudamiento (no se cuenta con capital propio por lo que se deberá recurrir a un financiamiento).		9	3	6	3	21
No hay experiencia en el mercado.		6	3	6	3	18
<b>TOTAL</b>		<b>36</b>	<b>27</b>	<b>21</b>	<b>12</b>	<b>96</b>

Foco de atención

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

**Estrategia FO-FA-DO-DA de ServiHogar Milagro**

**CUADRO # 20**

<p><b>FACTOR INTERNOS</b></p> <p><b>FACTOR EXTERNOS</b></p>	<p><b>Oportunidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• No existe competencia constituida legalmente en este tipo de servicio.</li> <li>• La creación de la microempresa generará nuevas fuentes.</li> <li>• Darnos a conocer a nivel local por medio de publicidad y referencia el servicio ofertado.</li> </ul>	<p><b>Amenazas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Inestabilidad económica del país reducirá la demanda de este tipo de servicio.</li> <li>• Aparición de nuevos competidores.</li> <li>• Creación de leyes o reglamentos por el gobierno que impidan este tipo de trabajo.</li> </ul>
<p><b>Fortaleza</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ubicación estratégica de la empresa.</li> </ul>	<p><b>FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dar a conocer a la ciudadanía Milagreña donde estará ubicada la Empresa, empleando para ello estrategias publicitarias aprovechando que no existe competencia constituida legalmente con esta clase de servicio</li> </ul>	<p><b>FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El contar con un personal de servicio idóneo nos ayudara a captar más el mercado con la aparición de nuevos competidores debido a que las personas prefieren un trabajo bien hecho y ver resultados satisfactorio.</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>•Pioneros en esta alternativa en el mercado.</li> <li>•Contar con el personal de servicio idóneo.</li> </ul>	<p>que se ofrece para la ciudadanía.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•El ser Pioneros en esta alternativa de mercado nos permitirá darnos a conocer a nivel local por medio de diferentes alternativas promocionales que impacten en las personas y que aporten al crecimiento organizacional de la microempresa.</li> <li>•El contar con un personal idóneo y herramientas adecuadas nos ayuda a captar más el mercado y tener clientes permanentes brindando un buen servicio a los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Aunque se presente una estabilidad económica en el país, los administradores habrán captado gran parte del mercado asegurando una amplia cartera de clientes ya que somos pioneros en esta alternativa de mercado pues no tenemos competencia directa, logrando así una ventaja competitiva.</li> <li>•El contar con herramientas de trabajo adecuadas y un personal totalmente capacitado garantizara nuestra permanencia y posicionamiento en el mercado, a pesar de que existan nuevas Creación de leyes o reglamentos por el gobierno que impidan este tipo de trabajo.</li> </ul>
<p><b>Debilidades</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nuevo en el mercado laboral</li> </ul>	<p><b>DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•A pesar de ser nuevos en el mercado se debe contratar un personal altamente capacitado y brindar los servicio de mantenimiento a domicilio</li> </ul>	<p><b>DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>•El ser nuevos en el mercado nos ayuda a realizar un trabajo de calidad y cómodos precio que garantice nuestro posicionamiento en el mercado en esta</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Endeudamiento</li>   <li>• No hay experiencia en el mercado</li> </ul>	<p>de calidad y así poder tener una gran acogida a nivel local puesto que esto depende en gran parte de nuestro posicionamiento en el mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El endeudamiento se podrá evitar a través de un buen apalancamiento financiero en el cual nos ofrezcan tasas de interés bajas y un pago de capital acorde a las necesidades de la empresa y es importante analizar el mercado bancario y escoger la mejor propuesta para bien de la empresa así poder generar nuevas fuentes de trabajo.</li> <li>• La inexperiencia en realizar estrategias para este tipo de mercado se la podrá fortalecer por medio de estrategias promocionales y así darnos a conocer a nivel local por medio de publicidad y referencia el servicio ofertado.</li> </ul>	<p>plaza comercial, además de lograr la lealtad de nuestros clientes y así de esa manera no nos afectara la aparición de nuevos competidores al mercado.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecer precios accesibles al cliente y mano de obra totalmente capacitada en la prestación de servicio a domicilio con el único objetivo de satisfacer las necesidades de los clientes y expectativa del cliente.</li>   <li>• Es importante realizar un trabajo de calidad ya que somos nuevos en el mercado y así poder incrementar los niveles de rentabilidad de la empresa.</li> </ul>
---	---	--

**Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie**

## Marketing Mix

### Producto

Se brindará los servicios de albañilería, pintura, gasfitería, y electricidad, jardinería a toda clase de sectores, en horarios establecidos de 08h00 a 18h00 de lunes a viernes y se emplearán contratos de trabajo con maestros informales calificados, estableciendo compromisos en la ejecución de los servicios; garantizando así la honestidad y calidad de la obra realizada.

### Lista de los servicios

#### CUADRO # 21

Servicios
<b>ALBAÑIL</b>
<b>CONTRATO DE ALBAÑILERIA BASICA</b> Instalación Sanitarias Instalación de Ventanas Instalación de fregaderos Reparación y reconstrucción de elementos constructivos
<b>CONTRATO DE ALBAÑILERIA MEDIANA</b> Conformación de muros Techo Losas Pisos Columnas Cerramiento de vivienda Pegado de loseta o piedra con aplanado y recubrimiento de superficie
<b>CONTRATO DE ALBAÑILERIA COMPLEJO</b> Construcción de vivienda
<b>PLOMERIA</b>
<b>CONTRATO DE PLOMERIA BASICA</b> Cambios de juntas de grifos y tuberías Sustitución de colillas en las uniones de grifos Limpieza de drenajes
<b>CONTRATO DE PLOMERIA MEDIANO</b> Instalación de calefacción Reparaciones de tuberías, desagües, roturas de bajantes, desatascos, filtraciones
<b>CONTRATO PLOMERIA COMPLEJO</b> Instalación completa de tuberías en la

vivienda
<b>PINTURA</b>
CONTRATO DE PINTADO BASICA Pintado de ventanas y puertas
CONTRATO PINTADO MEDIANO Pintado de paredes del interior de la casa
CONTRATO DE PINTADO COMPLEJO Pintado interior y exterior de casa
<b>ELECTRICITA</b>
CONTRATO DE ELECTRICISTA BASICA Instalación de líneas eléctricas, reparador de electrodomésticos, electricista general o realizando otras tareas de mantenimiento.
CONTRATO DE ELECTRICISTA MEDIANO Realiza instalaciones eléctricas provisionarias y definitivas Instalación de botoneras de comando de equipos Suelda todo tipo de terminales para conductores Cambio de cableado en la vivienda
CONTRATO DE ELECTRICISTA COMPLEJO Instalación eléctricas del interior y exterior de toda la vivienda
<b>JARDINERIA</b>
CONTRATO DE JARDINERIA SENCILLA Mantenimiento del jardín Acondiciona la tierra para la siembra de plantas.
CONTRATO DE JARDINERIA MEDIANO Fumiga y aplica tratamiento con productos químicos a plantas y árboles para protegerlos de hongos y plagas
CONTRATO DE JARDINERIA COMPLEJO Remodela las áreas verdes, siembra plantas ornamentales y crea motivos artísticos en las zonas verdes

**Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie**



## Precio

Aunque el proceso de ponderación del valor del servicio debe a las propias realidades del Sector, se estima indispensable calibrar varios factores antes de tomar una decisión.

Para ello valoraremos

- Calidad (determinación de equipos e insumos a utilizarse)
- Tiempo empleado en la obra.
- Horarios (el tiempo en que se ejecuta el servicio y los horarios)
- Además como referencial se tomará precios fijados por la competencia.

### CUADRO # 22 Lista de precio

Servicios	PVP
<b>ALBAÑIL</b>	
<b>CONTRATO DE ALBAÑILERIA BASICA</b> Instalación Sanitarias Instalación de Ventanas Instalación de fregaderos Reparación y reconstrucción de elementos constructivos	35,00
<b>CONTRATO DE ALBAÑILERIA MEDIANA</b> Conformación de muros Techo Losas Pisos Columnas Cerramiento de vivienda Pegado de loseta o piedra con aplanado y recubrimiento de superficie	300,00
<b>CONTRATO DE ALBAÑILERIA COMPLEJO</b> Construcción de vivienda	1.800,00
<b>PLOMERIA</b>	
<b>CONTRATO DE PLOMERIA BASICA</b> Cambios de juntas de grifos y tuberías Sustitución de colillas en las uniones de grifos Limpieza de drenajes	35,00
<b>CONTRATO DE PLOMERIA MEDIANO</b> Instalación de calefacción Reparaciones de tuberías, desagües, roturas de bajantes, desatascos, filtraciones	150,00
<b>CONTRATO PLOMERIA COMPLEJO</b>	250,00

Instalación completa de tuberías en la vivienda	
<b>PINTURA</b>	
CONTRATO DE PINTADO BASICA Pintado de ventanas y puertas	40,00
CONTRATO PINTADO MEDIANO Pintado de paredes del interior de la casa	280,00
CONTRATO DE PINTADO COMPLEJO Pintado interior y exterior de casa	450,00
<b>ELECTRICITA</b>	
CONTRATO DE ELECTRICISTA BASICA Instalación de líneas eléctricas, reparador de electrodomésticos, electricista general o realizando otras tareas de mantenimiento.	40,00
CONTRATO DE ELECTRICISTA MEDIANO Realiza instalaciones eléctricas provisionarias y definitivas Instalación de botoneras de comando de equipos Suelda todo tipo de terminales para conductores Cambio de cableado en la vivienda	300,00
CONTRATO DE ELECTRICISTA COMPLEJO Instalación eléctricas del interior y exterior de toda la vivienda	600,00
<b>JARDINERIA</b>	
CONTRATO DE JARDINERIA SENCILLA Mantenimiento del jardín Acondiciona la tierra para la siembra de plantas.	30,00
CONTRATO DE JARDINERIA MEDIANO Fumiga y aplica tratamiento con productos químicos a plantas y árboles para protegerlos de hongos y plagas	60,00
CONTRATO DE JARDINERIA COMPLEJO Remodela las áreas verdes, siembra plantas ornamentales y crea motivos artísticos en las zonas verdes	140,00

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

## **Plaza**

La microempresa de servicios generales a domicilio ofrecerá su servicio en el Cantón Milagro. La generalización usual que se hace sobre distribución del servicio es la venta directa que es el método más frecuente, los canales son cortos lo que facilita a la propuesta a que su salida sea exitosa y conveniente.

## **Publicidad**

La propuesta se dará a conocer por medio de volantes, dado que será un nuevo establecimiento dentro de la ciudad, estas serán entregadas en las avenidas y calles principales, la distribución de estos se hará con la ayuda de las personas que laboran en el establecimiento y se realizaran anuncios publicitarios en radio.

Se utilizará un material publicitario para obtener reconocimiento y posicionamiento en la localidad, como son lo siguiente:

- ✓ Publicidad por los principales medios escritos del cantón, los cuales son de circulación semanal como es el periódico “Prensa la Verdad”.
- ✓ También se ofrecerá publicidad por medio de la principal radio de la ciudad como es la radio “La voz de Milagro”.
- ✓ Entrega de hojas volantes dos semanas antes de la apertura del local, los mismo que serán distribuidos en puntos estratégicos del cantón.
- ✓ Entrega de Tarjetas de presentación a las diferentes microempresas de la localidad, se espera captar la atención de microempresarios para que nos tengan presente para cualquier servicio que requieran.

Letrero

Figura 9



Elaborado por: AVILEZ Cenia – MINA Marjorie  
Tarjeta de presentación

Figura 10



Elaborado por: AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

## Volantes

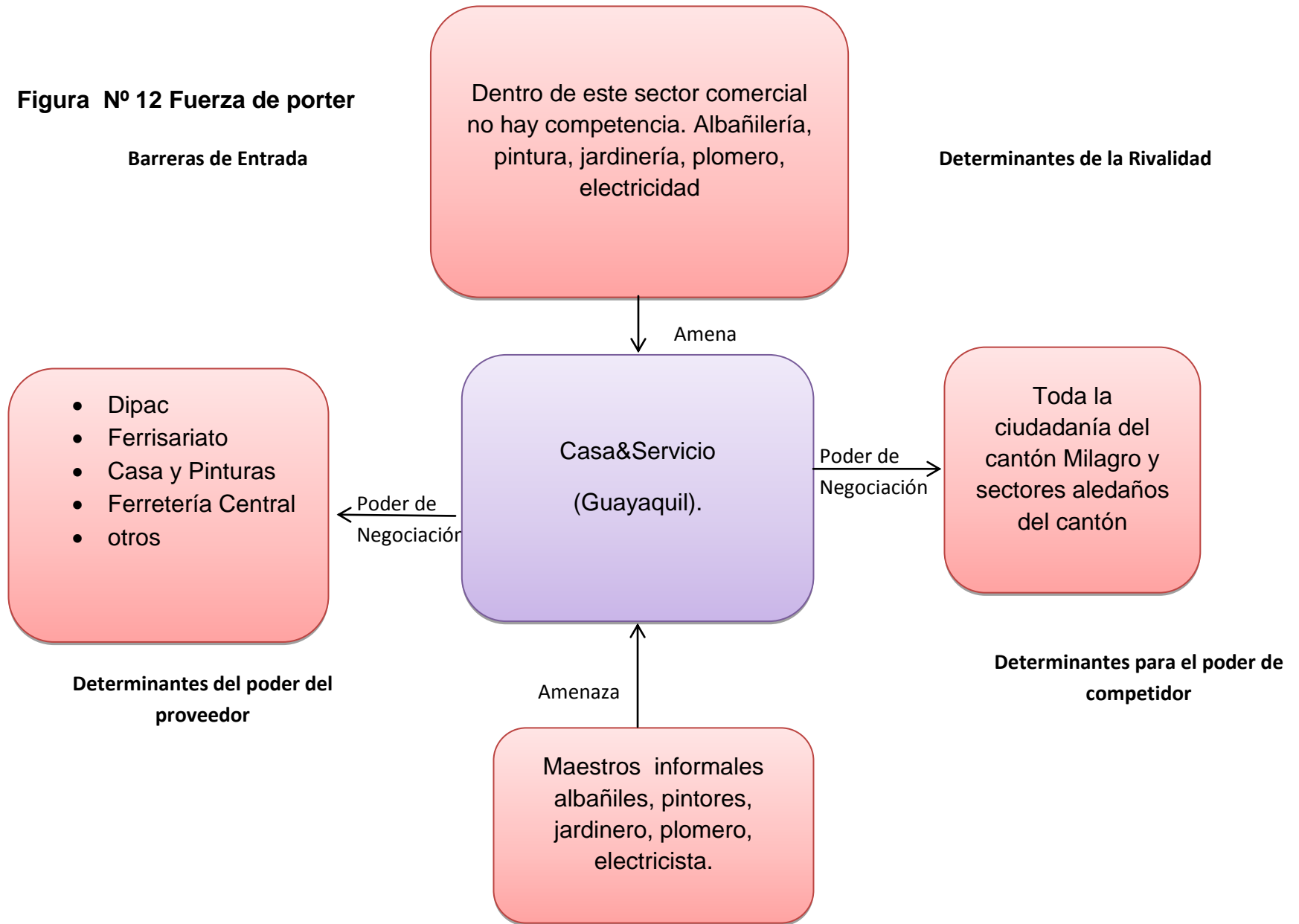
Figura 11 Volantes



**Elaborado por:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

**Promoción.-** Las estrategias promocionales como apertura de la empresa dentro de un tiempo de 6 meses se harán descuentos del 5% de descuentos en toda clase de servicios ofrecidos.

**Figura Nº 12 Fuerza de porter**



Elaborado por: AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

## **Análisis del perfil competitivo del sector de las Microempresa ServiHogar Milagro**

Para conocer el mercado en el cual incursionará la microempresa de servicios ServiHogar Milagro se ha aplicado el modelo de las cinco fuerzas competitivas de MICHAEL PORTER, el cual manifiesta que existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a corto plazo en el mercado o en el segmento que deseamos ingresar, la idea es entonces que la empresa debe evaluar sus objetivos y recursos disponibles frente a esta herramienta que rigen la competencia del sector comercial.

Para lograr un mejor análisis del entorno de la microempresa, es importante identificar el sector al cual estará inmersa, a través de las cinco fuerzas de ese modo, en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas existentes en el mercado.

### **F1. Amenaza de entrada de potenciales competidores**

Se refiere a la pretensión que tiene una empresa de ingresar al mercado con el fin de obtener una participación y acogida en el sector comercial. Ingresar en él, dependerá de una serie de barreras creadas por los competidores existentes, el mercado o segmento será atractivo si dichas barreras son fáciles o no de atravesar por los nuevos participantes que tienen la intención de apoderarse de un segmento de mercado.

**Interpretación:** Podemos observar en el gráfico que para la creación de la microempresa se requiere una inversión en distintos recursos (infraestructura, equipos, capital de trabajo, publicidad, entre otros.); siendo entonces relativamente difícil entrar en este sector, debido a que son pocas las personas que cuentan con esta cantidad de dinero por lo que se ven en la necesidad de acudir a un financiamiento externo. A pesar de esta barrera no es imposible, puesto que todo dependerá de encontrar una buena fuente de financiamiento con una tasa accesible.

Para poder iniciar a funcionar el negocio de servicios a domicilio se requiere disponer de mucha tecnología pero por los avances tecnológicos ya no es imposible poder adquirir las maquinarias necesarias y con facilidad de pago por lo que esta barrera no representa una dificultad para ingresar en este mercado.

En los últimos años el mercado de los servicios de electricidad, pintura gasfitería, albañilería y electricidad mantienen un alto movimiento. Existiendo entonces una oportunidad de negocio que podemos aprovechar y explotar. En consecuencia el sector tiene la capacidad de poder absorber a nuevos participantes.

## **F2. Rivalidad Entre Empresas Competidoras.**

Para una empresa será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Un mercado o segmento no es atractivo si existen servicios sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad.

En cuanto al marketing, la rivalidad es fuerte cuando no se está satisfecho con la posición en el mercado y se realizan estrategias más agresivas (aumento de publicidad, promover precios especiales), entre otros. Asimismo la intensidad de la rivalidad entre estos competidores depende de varios factores como:

- Número y tamaño de competidores
- Crecimiento del sector
- Diferenciación del servicio
- Barreras de salida



- A continuación se realiza un análisis de lo antes descrito, pero aplicado a nuestro proyecto:

**Interpretación:** Es importante manifestar que en el sector que se pretende ingresar no existe una competencia tan directa, si lo observamos desde el punto de vista del servicio que ofreceremos, es muy competitivo, sin embargo existe mucha competencia informal.

Dentro de esta localidad no existen empresas o microempresas que se dediquen a brindar el servicio de electricidad, albañilería, pintura, plomería, y jardinería Sin embargo existen maestros informales que se dedican a ofrecer esta clase de servicio.

### **F3. Amenaza De Productos Sustitutos**

Para una empresa será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

**Interpretación:** Se hace referencia a la entrada potencial o existencia de empresas que ofrecen esta clase de servicios que pueden desempeñar la misma función o en su caso ser alternativos a los del sector objeto de estudio, es decir pueden llegar a satisfacer de manera similar las necesidades de los clientes, pero difieren en características específicas. En un sector el sustituto del servicio puede imponer un límite a los precios de estos servicios.

Podemos manifestar que en el sector empresarial que se pretende ingresar no existe un sustituto directo en relación a los servicios múltiples, sin embargo, el mercado tiene un potente participante como la empresa CASA & SERVICIOS.

El sector de los servicios de mantenimiento en su mayoría están distribuidor por maestros informales, es decir unos brindan el servicio de albañilería, pintura y

electricidad, de una manera informal. Debido a la ausencia de un competidor que ofrezca este tipo de servicios a través de una organización bien estructurada, esto representa una oportunidad de negocio rentable presente en el mercado.

#### **F4. Poder De Negación De Los Compradores/Clientes**

Se refiere a la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o clientes sobre sus proveedores, esto se puede originar cuando existe una cantidad de compradores limitada, cuando sucede esto su capacidad de negociación es mayor, ya que al no haber mucha demanda de productos, ellos pueden exigir precios bajos. Asimismo es importante mencionar que el poder del cliente depende de varios factores o circunstancias:

- Cuando los clientes compran el servicio a la empresa.
- Los costos de cambiar de proveedor son bajos.
- Los clientes tienen conocimiento de los costos y precios de los servicios ofrecidos por el proveedor.

**Interpretación:** En el sector empresarial, podemos referir que existe una cantidad importante de compradores potenciales que estarían dispuestos a solicitar nuestro servicio, esto lo podemos corroborar al analizar las encuestas donde observamos que un 57% de la población encuestada le gustaría que exista una empresa que brinde servicio de mantenimiento a domicilio como son albañilería, electricista, plomería, pintura jardinería.

En el momento de adquirir el servicio de manteniendo a domicilio el poder de comprarlo lo tienen los clientes, debido a la poca existencia de este tipo de negocio, sin embargo, los propietarios de esta clase de negocios deberán seguir trabajando e investigando para añadirle un valor agregado al servicio, para mantenerse en el mercado.

## **F5. Poder De Negociación De Los Proveedores**

Se consideran una amenaza cuando están en capacidad de imponer el precio que una compañía debe pagar por el insumo o reducir la calidad en los bienes suministrados, disminuyendo en consecuencia la rentabilidad de esta. Entonces, los proveedores son más poderosos cuando una empresa depende de estos para desarrollar sus actividades, pero por sí mismos no dependen de la organización; en estas condiciones, representan una amenaza. Los proveedores son más fuertes en las siguientes circunstancias:

- Cuando el servicio que venden tiene pocos sustitutos y es importante para la compañía.
- Cuando la empresa no es un cliente importante para los proveedores.
- En tales instancias, su bienestar no depende de la compañía y ellos tienen pocos incentivos para reducir precios y mejorar la calidad.
- Cuando a fin de aumentar los precios los suministradores pueden usar la amenaza de integrarse verticalmente hacia adelante dentro de la empresa y competir de forma directa con su cliente.

**Interpretación:** Para poder mantener un variado stock de los insumos administradores del negocio deben establecer alianzas con dos o tres proveedores fijos que ofrezcan precios accesibles y productos de calidad, así se logrará tener cierto grado de ventaja ante la competencia, y a su vez mantener una buena relación con ellos para poder acceder a la mercadería.

## **Misión**

Somos una empresa dedicada a prestar servicios de calidad, para nuestros clientes, ofreciendo la mejor asistencia de mantenimiento, para satisfacer las necesidades del mercado, optimizando los recursos, y enfatizando la capacidad y confianza en nuestro talento humano.

## **Visión**

Ser a mediano plazo una de las empresas más sólidas y confiables para la prestación de servicios de mantenimiento, que se distinga por proporcionar un servicio de calidad y dirigir este sector hacia la formalidad para de esta manera contribuir positivamente a la sociedad.

## **Principios y Valores de la Empresa:**

### **Principios**

- **La responsabilidad:** este principio es uno de los más importantes para la microempresa, ya que mediante el Cumplimos con los compromisos adquiridos, reconociendo, aceptando y respondiendo por las acciones y decisiones generadas de los contratos por servicios.
- **Una buena atención al cliente:** crear una alternativa ágil para la solución de problemas o quejas, permitirá obtener una buena relación con los clientes.
- **Cuidar la imagen de la microempresa:** a través del talento humano se cuidara y desarrollará la microempresa.
- **Vocación de Servicio:** Continuamente demostramos disposición a cuidar los intereses y satisfacer las necesidades de nuestros clientes tanto internos como externos, nos anticipamos a conocerlas y respondemos de manera efectiva con un servicio de alta calidad.

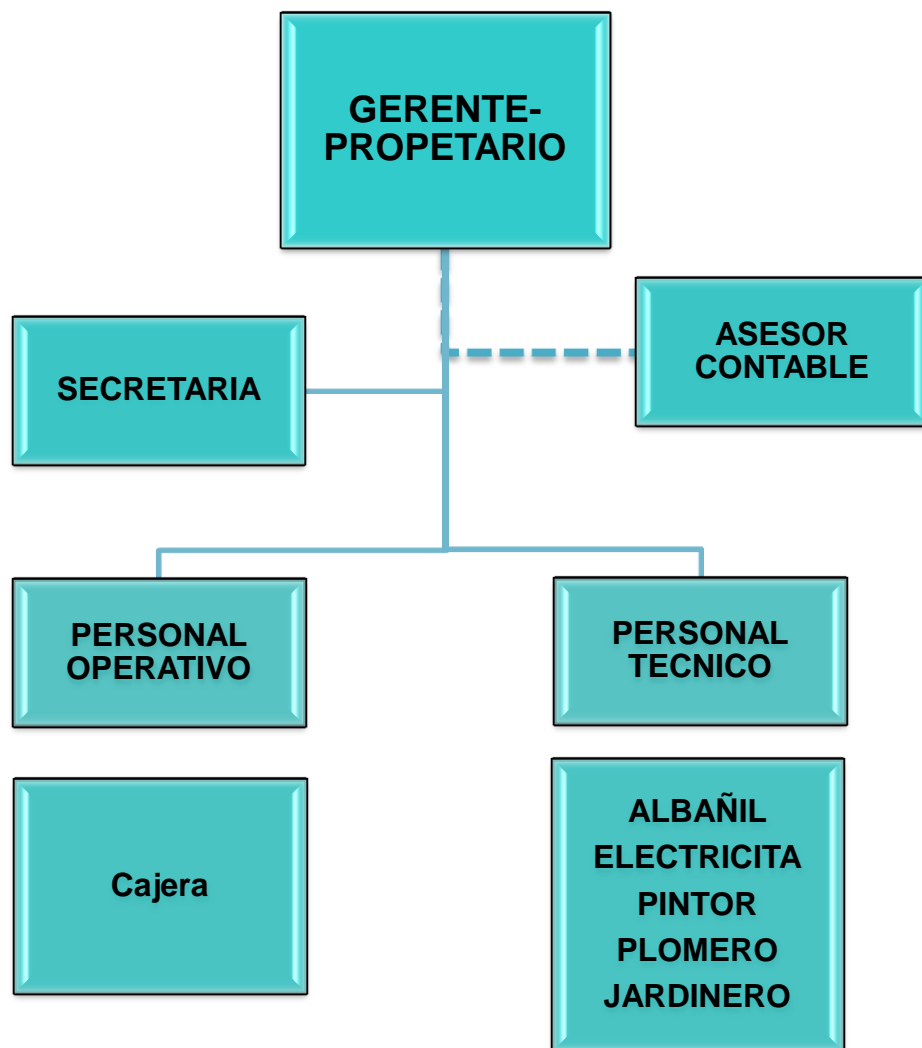
## Valores

- **Honestidad:** realizar cada una de las actividades dentro de la microempresa con transparencia y rectitud; Trabajando de manera honrada, cuidando de manera justa y razonable los recursos asignados y, actuando con rectitud en todo momento.
- **Respeto:** Actuamos reconociendo los derechos, opiniones y la dignidad de los demás, absteniéndose de ofenderlos y cuidando de no ir más allá de los límites establecidos.
- **Transparencia:** Actuamos con claridad, sin ambigüedades y siguiendo permanentemente las políticas y normas de la empresa, facilitando la vigilancia y monitoreo en el desempeño organizacional.
- **Solidaridad:** Sentimos como propias las necesidades que tienen nuestro público objetivo y trabajamos en función de ellos.
- **Ética profesional:** debe estar reflejada en cada uno de los trabajos a realizarse ya que de eso depende la confiabilidad de los clientes.
- **Cooperación:** es importante la ayuda y compañerismo dentro de la microempresa que permitirá la obtención de buenos resultados y la solución de problemas de manera más ágil al trabajar en equipo.

## Factibilidad Técnica

### Estructura Organizacional

Figura 13.- Organigrama de la empresa ServiHogar Milagro.



Elaborado por AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

## **Manual de Funciones**

### **Función del cargo: Gerente – Propietario**

#### **Perfil Del Puesto**

- Ser una persona creativa en cada una de sus actividades.
- Tener cualidades de liderazgo, don de mando y solucionar problemas.
- Capacidad para administrar al talento humano.
- Estar dispuesto a enfrentar dificultades y adversidades futuras.

#### **Función Básica**

Planear, dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los departamentos, con el objetivo de tener mejor desarrollo organizacional y cumplimiento de metas.

#### **Funciones Específicas**

- Representante legal de la empresa
- Velar por la correcta marcha de la empresa
- Remover, contratar o sancionar al personal
- Realizar contratos con los clientes
- Elaborar planes estratégicos para el mejoramiento de la empresa
- Establecer políticas para poder cumplir los objetivos trazados
- Identificar y Solucionar problemas de los diferentes departamentos.
- Motivar al Personal.
- Analizar políticas de Empresa.
- Evaluar el Rendimiento del empleado en base a lo establecido.
- Contratar personal.
- Despedir el Personal.
- Aprobar estados financieros, registros contables, informes, control de asistencia del personal
- Realizar Pagos a Proveedores.

- Realiza pago de sueldos y salarios.
- Elaborar y evaluar las políticas de la empresa.

### **Perfil del Cargo**

- Edad: 28 a 35 años
- Sexo: Indistinto
- Estado Civil: Indistinto

### **Competencias Conductuales**

- Iniciativa y talento para los negocios
- Modalidad de contacto
- Competencia analítica
- Pensamiento Estratégico
- Trabajo en Equipo

### **Entrenamiento en el Puesto:**

- De 15 a 20 días para conocer el mercado y su estructura organizacional.

### **Conocimiento de Idiomas:**

- Ingles Intermedio

### **Ambiente de Trabajo**

- Oficina acondicionada.

### **Especificaciones**

- Autoridad para tomar decisiones
- Autorizar gastos Administrativos y de Personal en sujeción al Presupuesto asignado a cada departamento.

### **Tipo de Supervisión Recibida**

- No aplica. (Gerente Propietario).



### **Relaciones Interpersonales Internas**

- Con todos los departamentos para la resolución de problemas y requerimientos de necesidades

### **Relaciones Interpersonales Externas**

- Proveedores para establecer o mantener relaciones de negocios.
- SRI (Servicios de Rentas Internas)
- Instituciones Financieras
- Clientes.

### **Situación Típica**

- Optimizar gastos de las empresas.
- Resolver los problemas que se presenten en la Empresa.
- Mantener un buen Ambiente en la Organización.

### **Procesos en los que Interviene**

- Pago de Proveedores.
- Control de Asistencia.
- Revisión de los Estados Financieros.
- Pago de Sueldo.

## **Función del cargo: Secretaria**

### **Función Básica**

Colaborar y cumplir con las funciones delegadas por el Gerente, para un mejor desarrollo y administración de la Empresa.

### **Función Específica**

- Recibe llamadas telefónicas y lleva la agenda de trabajo.
- Custodiar los documentos internos de la empresa.
- Anota datos especiales e importantes de la microempresa.
- Realiza oficios, convocatoria, memos.
- Mantener un buen trato con los clientes.
- Pago de servicios básicos (agua, luz, teléfono)
- Atención al clientes y proveedores
- Presentación oportuna de información y atención a los clientes.
- Establecer cronogramas de disposición del personal.
- Recepción y entrega de documentos
- Organizar y mantener actualizado el archivo
- Prevenir oportunamente la falta de algún material sea esta de oficina o dentro de la bodega

### **Perfil del Puesto**

- Edad: 23 a 30 años
- Sexo: Femenino
- Estado Civil: Indistinto
- Responsabilidad y discreción de los manejos administrativos de la Empresa.
- Tener iniciativa, criterio y ética profesional.
- Mantener excelentes relaciones públicas.
- Tener calidad humana y buena disposición.

## **Competencias Conductuales**

- Negociación
- Calidad del trabajo
- Habilidad analítica
- Conocimiento de la industria y el mercado
- Aprendizaje continuo
- Trabajo en equipo

## **Competencias Técnicas**

- Educación: Estudios Superiores de Administración de Empresas o carreras afines. (Cursando Tercer año en adelante).
- Instrucción: Título profesional de secretaria.
- Experiencia: Un año en labores afines.

## **Cursos Especiales**

- Cursos generales:
- Word
- Excel
- Power Point
- Project

## **Cursos de Especialización**

- Ética y comportamiento humano
- Calidad en atención y Servicio al Cliente
- Técnicas de archivo

## **Entrenamiento del Puesto**

- De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la Empresa.

## **Conocimiento de Idiomas**

- Requiere inglés intermedio

- Ambiente de Trabajo
- Oficina compartida y acondicionada.

### **Autoridad para Tomar Decisiones**

- Autoridad para tomar decisiones
- Organización de su trabajo diario.
- Realización de Pago a Proveedores

### **Tipo de Supervisión Recibida**

- Directa pero frecuente de Gerente.

### **Relaciones Interpersonales Internas**

- Con departamentos de operaciones para comunicar y recibir requerimientos dados por el Gerente.

### **Relaciones Interpersonales Externas**

- Proveedores para establecer o mantener relaciones de negocios
- SRI (Servicios de Rentas Internas).
- Instituciones Financieras
- Clientes, para tomar órdenes de pedidos

### **Situación Típica.**

- Optimizar gastos y recursos de la Empresa.
- Resolver los requerimientos presentados por los departamentos.
- Dar solución a problemas operativos y administrativos de la Empresa.
- Contactos con Proveedores y Clientes.

### **Procesos en los que Interviene**

- Pago servicios básicos.

## **Función del cargo: Asesor Contable**

### **Perfil Del Puesto**

- Responsabilidad en el manejo de información contable y financiera.
- Sólidos conocimientos de contabilidad, Leyes Tributarias, Laborales y otras normas legales.
- Tener iniciativa.
- Tener capacidad de afrontar dificultades.
- Tener calidad humana y buena disposición
- Ser una persona honrado, trabajar con ética profesional
- Estudios superior en contabilidad Experiencia mínima de 2 años
- Sólidos conocimientos de contabilidad, Leyes Tributarias, laborales y otras normas legales.
- Capacidad para trabajar bajo presión
- Excelencia capacidad e iniciativa de liderazgo

### **Requisitos**

- Instrucción: Título profesional de Contador Público Autorizado - CPA.
- Experiencia: Dos año en labores afines

### **Funciones**

- Desarrollar la contabilidad de la empresa.
- Preparar y presentar Estados Financiero.
- Declaración y pago de impuestos y tributos
- Supervisar el cumplimiento de las obligaciones legales.
- Presentar información contable – financiera en forma oportuna y verás.

## **Función del cargo: Personal Operativo.**

### **Función Básica**

Atender de forma personalizada al cliente, realizando los trabajos en el tiempo que se ha determinado en el contrato de trabajo.

### **Funciones Específicas**

- Establecer un Nexo entre Cliente y la empresa.
- Contribuir a la solución de problemas.
- Administrar su territorio o zona de trabajo.
- Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa que representa.
- Realiza informe del trabajo realizado.

### **Perfil del cargo**

- Edad: 18 a 25 años
- Sexo: Indistinto
- Estado Civil: Indistinto

### **Competencias Conductuales**

- Capacidad para aprender
- Dinamismo y Energía
- Productividad
- Responsabilidad
- Modalidad de contacto
- Tolerancia a la presión

### **Competencias Técnicas**

- **Educación:** Bachiller.
- **Experiencia:** No indispensable

### **Entrenamiento en el Puesto:**

- De 15 días para conocer el mercado, estructura y organización de la Empresa.

**Conocimiento de Idiomas:**

- No indispensable.

**Ambiente de Trabajo**

- Área compartida y acondicionada.

**Especificaciones**

- Autoridad para tomar decisiones
- Organización de su trabajo diario.

**Tipo de Supervisión Recibida**

- Directa pero frecuente de Jefe Inmediato.

**Relaciones Interpersonales Internas**

- Con el jefe operativo.

**Situación Típica**

- Satisfacer las necesidades de los clientes.
- Contactos con clientes.

**Procesos en los que Interviene**

- Atención y Servicio al Cliente.

## **5.7 DESCRICION DE LA PROPUESTA**

### **Objetivo general de la Microempresa**

Ofrecer a la ciudadanía Milagreña una nueva alternativa empresarial que brinde un trabajo de calidad en la asistencia de los servicios de electricidad, gasfitería, pintura, albañilería, jardinería, para compensar las necesidades de los clientes, con el fin de establecer un posicionamiento respetable en el mercado del cantón Milagro.

### **Objetivos Específicos de la Microempresa**

- Establecer la misión y visión de la empresa.
- Definir los cargos jerárquicos a través de la elaboración de un Organigrama estructural.
- Realizar un plan de marketing, con el fin de aplicar herramientas publicitarias adecuadas.
- Realizar un análisis de mercado a través de las cinco fuerzas de Porter, para conocer más de cerca la competencia informal sobre este servicio.
- Brindar a la ciudad un óptimo servicio, con el fin de posicionarnos en el mercado.
- Efectuar una proyección financiera que demuestre la factibilidad financiera de esta propuesta
- Establecer conclusiones y recomendaciones



### 5.7.1 Actividades

- **Determinar aspectos legales de la empresa**

.**Cuadro 23.-** Proceso de la consecución de permisos legales de la Microempresa ServiHogar Milagro.

<b>PASOS</b>	<b>PROCESOS</b>
1ro	Determinar los pasos necesarios para la constitución de la empresa.
2do	Diseñar estatus de la empresa y su alcances
3ro	Trámite y gestión de crédito
4to	Buscar información de requisitos para la obtención de permisos de funcionamiento y ambientales de la microempresa

**Elaborado por:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

- **Diseño del presupuesto que se requiere para la instalación y operatividad de la Microempresa ServiHogar Milagro.**

**Cuadro 24.-** Proceso de la selección del sitio de la Microempresa ServiHogar Milagro.

<b>PASOS</b>	<b>PROCESOS</b>
1ro	Estudio de la ubicación estratégica de la microempresa
2do	Lista de los proveedores de los materiales para la microempresa.
3ro	Presupuesto de la inversión necesaria para la adquisición de los bienes inmuebles y muebles.
4to	Contacto con los proveedores.
5to	Adecuaciones del local. (Instalaciones eléctricas, pintado entre otros).
6to	Compra de equipos, materiales e insumos.

**Elaborado por:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

- **Definir proceso de selección del talento humano necesario para la operatividad de la Microempresa ServiHogar Milagro.**

**Cuadro 25.-** Proceso de la selección del recurso humano.

<b>PASOS</b>	<b>PROCESOS</b>
1ro	Diseño del organigrama de la microempresa ServiHogar Milagro.
2do	Determinar el manual de funciones de los colaboradores de la Microempresa.
3ro	Determinar los cargos del personal de la microempresa.
4to	Proceso de reclutamiento y selección del personal.
5to	Reunión con el talento humano seleccionado, para explicarles como funcionara la microempresa acorde a sus cargos.
5to	Presupuestar los costos administrativos de la empresa.

**Elaborado por:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

- **Definir inversión inicial de la propuesta de la Microempresa ServiHogar Milagro.**

**Cuadro 26.-** Proceso de consecución del recurso económico para la instalación de la de la Microempresa ServiHogar Milagro.

<b>PASOS</b>	<b>PROCESOS</b>
1ro	Establecer el patrimonio inicial de la empresa.
2do	Planificar el presupuesto necesario para las instalaciones de la microempresa.
3ro	Identificar fuentes de financiamiento y condiciones de crédito.
4to	Contabilizar los movimientos económicos.

**Elaborado por:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

- **Diseño de la metodología técnica aplicable al proceso de producción de la de la Microempresa ServiHogar Milagro.**

**Cuadro 27.-** Proceso del diseño estructura y técnico I de la de la Microempresa ServiHogar.

<b>PASOS</b>	<b>PROCESOS</b>
1ro	Determinar la ubicación de la microempresa ServiHogar Milagro
2do	Análisis sobre los medios publicitarios que se emplearán para dar a conocer la empresa.
3ro	Inauguración de la microempresa.

**Elaborado por:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

- **Plan de marketing.**

**Cuadro 28.-** Proceso del diseño estructural de la de la Microempresa ServiHogar.

<b>PASOS</b>	<b>PROCESOS</b>
1ro	Realizar estrategias publicitarias
2do	Establecer políticas de precios, producto, distribución y promoción
3ro	Establecer las promociones de los servicios ofertados.
4to	Formas y facilidades de pagos

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

### **5.7.2 Recursos, Análisis Financieros**

Las inversiones efectuadas antes de la puesta en marcha del proyecto de activos fijos, son todas aquellas que se realizan en los bienes tangibles que se utilizarán en el proceso de transformación de insumos, o que sirven de apoyo a la operación normal del proyecto. Constituyen los activos fijos los terrenos, el equipamiento de oficina, servicios básicos (agua, luz, teléfono).

Cuadro # 29 Activos Fijos

<b>DETALLE DE ACTIVOS</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>C. UNITARIO</b>	<b>C. TOTAL</b>
	<b><u>MUEBLES Y ENSERES</u></b>		
3	ESCRITORIO	\$ 100,00	\$ 300,00
3	SILLAS DE ESCITORIO	\$ 40,00	\$ 120,00
2	SILLAONES DE ESPERA	\$ 90,00	\$ 180,00
1	ARCHIVADOR	\$ 70,00	\$ 70,00
2	PERCHA	\$ 65,00	\$ 130,00
1	UTILES DE OFICINA	\$ 45,00	\$ 45,00
	<b><u>TOTAL DE MUEBLES Y ENSERES</u></b>		<b>845,00</b>
	<b><u>EQUIPOS DE OFICINA</u></b>		
2	TELEFONO EN LINEA	\$ 120,00	\$ 240,00
2	CELULAR	\$ 45,00	\$ 90,00
	<b><u>TOTAL DE EQUIPOS DE OFICINA</u></b>		<b>330,00</b>
	<b><u>EQUIPOS DE COMPUTO</u></b>		
2	COMPUTADORA	\$ 600,00	\$ 1.200,00
1	IMPRESORA	\$ 100,00	\$ 100,00
1	SISTEMA OPERATIVO	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
	<b><u>TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO</u></b>		<b>2.600,00</b>
	<b><u>MAQUINAS Y EQUIPOS</u></b>		
2	COMPRESOR	\$ 150,00	\$ 300,00
2	PISTOLA	\$ 50,00	\$ 100,00
2	CORTADORA DE PARED	\$ 1.200,00	\$ 2.400,00
2	CORTADORA DE AZULEJO	\$ 100,00	\$ 200,00
3	SIERRAS	\$ 90,00	\$ 270,00
4	GRADUAORAS	\$ 10,00	\$ 40,00
4	BROCHAS	\$ 5,00	\$ 20,00
2	TJERAS	\$ 5,00	\$ 10,00
1	PODADORA	\$ 100,00	\$ 100,00
2	CAJA DE HERRAMIENTA DEL PLOMERO	\$ 200,00	\$ 400,00
1	HERRAMIENTAS DEL ELECTRICITA	\$ 380,00	\$ 380,00
	<b><u>TOTAL DE MAQUINAS Y EQUIPOS</u></b>		<b>4.220,00</b>
	<b><u>VEHICULO</u></b>		
1	CAMIONETA Chevrolet Dmax	\$ 18.900,00	\$ 18.900,00
	<b><u>TOTAL DE VEHICULO</u></b>		<b>\$ 18.900,00</b>
	<b><u>TOTAL DE ACTIVOS</u></b>		<b>26.895,00</b>

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.

**Cuadro # 30 Depreciación de los activos Fijos**

<b>DEPRESIACION</b>				
<b>DESCRIPCION</b>	<b>VALOR DE ACTIVO</b>	<b>PORCENTAJE DE DEPRECIACION</b>	<b>DEPRECIACION MENSUAL</b>	<b>DEPRECIACION ANUAL</b>
MUEBLES Y ENSERES	845,00	10%	7,04	84,50
EQUIPOS DE OFICINA	330,00	10%	2,75	33,00
EQUIPOS DE COMPUTO	2.600,00	33,33%	72,22	866,58
MAQUINAS Y EQUIPOS	4.220,00	10%	35,17	422,00
VEHICULO	18.900,00	20%	315,00	3780,00
<b>TOTAL DE DEPRECIACION</b>			<b>432,17</b>	<b>5186,08</b>

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

**Cuadro # 31 Inversión del proyecto**

<b>INVERSION DEL PROYECTO</b>	
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>	2.600,00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	845,00
<b>MAQUINARIAS Y EQUIPOS</b>	4.220,00
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>	330,00
<b>VEHICULO</b>	18.900,00
<b>CAJA BANCO</b>	7.500,00
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>34.395,00</b>

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

**Inversión en capital de trabajo**

Para efectos de evaluación del proyecto, el capital del trabajo inicial constituirá una parte de las inversiones a largo plazo (70%) y la otra parte se constituirá por aporte propio (30%), necesario para asegurar la operación del proyecto.

**Cuadro # 32 Financiamiento del proyecto**

<b>FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO</b>		
<b>INVERSION TOTAL</b>	100%	34.395,00
<b>FINANCIADO</b>	70%	24.076,50
<b>APORTES PROPIOS</b>	30%	10.318,50

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

**Cuadro # 33 Tasa**

<b>TASA</b>		
<b>TASA ANUAL DE INTERES PRESTAMO</b>		14,00%

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

<b>Importe</b>	<b>VP=</b>	24.076,50
<b>Cantidad de Cuotas</b>	<b>n =</b>	60
<b>tasa de interés anual</b>	<b>i =</b>	14,00%
<b>periodos en el año</b>	<b>m =</b>	12,00
<b>Interes Mensual</b>		0,0117
<b>Cuota de Pago o Anualidad</b>	<b>C/P =</b>	401,28

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

El capital de trabajo será financiado por medio de un préstamo, como se detalla a continuación:

Financiamiento del capital de trabajo.

**Monto:** \$24.076,50

**Plazo:** 5 años

**Tasa:** 14

**Cuadro # 34 Tabla de amortización**

<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>PERIODO</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>INTERES</b>	<b>PAGO</b>	<b>SALDO</b>
0				24.076,50
1	4.815,30	3.061,73	7.877,03	19.261,20
2	4.815,30	2.387,59	7.202,89	14.445,90
3	4.815,30	1.713,44	6.528,74	9.630,60
4	4.815,30	1039,30	5854,60	4.815,30
5	4.815,30	365,16	5180,46	<b>0,00</b>

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.

#### **GASTOS ADMINISTRATIVOS.**

Las inversiones en activos intangibles son todas aquellas que se realizan sobre activos constituidos por los servicios o derechos adquiridos, necesarios para la puesta en marcha del proyecto, entre estos están:

- **Sueldos.-** Son los salarios y beneficios sociales del personal administrativo tales como el gerente, secretaria, asesor, contador; estos aumentan con respecto a la inflación.
- **Suministros y materiales.-** Incluye los útiles de oficina necesarios para este proyecto considerando la inflación
- **Servicios Básicos.-** Dentro de este rubro se considera el consumo de agua, luz, y teléfono considerando la inflación.
- **Gasto de Publicidad.-** Incluye anuncios y folletos.

**Cuadro # 35 Gastos administrativos y generales**

<b>DETALLES DE GASTOS</b>						
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>ENERO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
1 GERENTE	550,00	6.600,00	6.930,00	7.276,50	7.640,33	8.022,34
1 CONTADOR	500,00	6.000,00	6.300,00	6.615,00	6.945,75	7.293,04
1 SECRETARIA	318,00	3.816,00	4.006,80	4.207,14	4.417,50	4.638,37
1 ALBAÑILES	480,00	5.760,00	6.048,00	6.350,40	6.667,92	7.001,32
1 PLOMEROS	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
1 PINTORES	450,00	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
1 JARDINERO	400,00	4.800,00	5.040,00	5.292,00	5.556,60	5.834,43
1 ELECTRICISTA	480,00	5.760,00	6.048,00	6.350,40	6.667,92	7.001,32
APORTE PATRONAL	434,73	4.823,14	5.064,30	5.317,52	5.583,39	5.862,56
DECIMO CUARTO		2.336,00	2.452,80	2.575,44	2.704,21	2.839,42
DECIMO TERCERO		3.578,00	3.756,90	3.944,75	4.141,98	4.349,08
<b>TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	<b>4.012,73</b>	<b>53.673,14</b>	<b>56.356,80</b>	<b>59.174,64</b>	<b>62.133,37</b>	<b>65.240,04</b>
			56.356,80	59.174,64	62.133,37	65.240,04
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>ENERO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
ENERGÍA ELÉCTRICA	25,00	300,00	315,00	330,75	347,29	364,65
AGUA POTABLE	8,00	96,00	100,80	105,84	111,13	116,69
TELÉFONO	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
ARRIENDO	200,00	2.400,00	2.520,00	2.646,00	2.778,30	2.917,22
OTROS GASTO	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
PUBLICIDAD	50,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
SERVICIO DE INTERNET	25,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
DEP. MUEBLES Y ENSERES	7,04	84,50	84,50	84,50	-	-
DEP. DE EQUIPO DE COMP.	72,22	866,58				
DEP. DE EQUIPO DE OFICINA	2,75	33,00				
DEP. DE EQUIPO YMAQU.	35,17	422,00	422,00	422,00	422,00	422,00
DEP. DE VEHICULO	315,00	3.780,00	3.780,00	3.780,00	3.780,00	3.780,00
<b>TOTAL DE GASTOS GENERALES</b>	<b>810,17</b>	<b>9.722,08</b>	<b>9.034,30</b>	<b>9.256,69</b>	<b>9.405,70</b>	<b>9.650,88</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>	<b>ENERO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
TRANSPORTE	55,00	660,00	693,00	727,65	764,03	802,23
PUBLICIDAD	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
<b>TOTAL GASTOS DE VENTAS</b>	<b>135,00</b>	<b>1.620,00</b>	<b>1.701,00</b>	<b>1.786,05</b>	<b>1.875,35</b>	<b>1.969,12</b>
<b>TOTAL GASTOS INDIRECTOS</b>	<b>4.957,90</b>	<b>65.015,22</b>	<b>67.092,10</b>	<b>70.217,38</b>	<b>73.414,43</b>	<b>76.860,05</b>
<b>GASTOS DE FLUJO DE CAJA</b>	<b>4.575,69</b>	<b>60.428,72</b>	<b>62.505,60</b>	<b>65.630,88</b>	<b>68.912,43</b>	<b>72.358,05</b>
<b>GASTOS GENERALES</b>	<b>353,00</b>	<b>4.236,00</b>	<b>4.447,80</b>	<b>4.670,19</b>	<b>4.903,70</b>	<b>5.148,88</b>
			<b>4.447,80</b>	<b>4.670,19</b>	<b>4.903,70</b>	<b>5.148,88</b>
<b>DEPRECIACIONES</b>	<b>457,17</b>	<b>5.486,08</b>	<b>4.586,50</b>	<b>4.586,50</b>	<b>4.502,00</b>	<b>4.502,00</b>
<b>DEPRECIACION ACUMULADA</b>	<b>457,17</b>	<b>5.486,08</b>	<b>10.072,58</b>	<b>14.659,08</b>	<b>19.161,08</b>	<b>23.663,08</b>

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.



**Cuadro # 36 Detalle de costo de venta**

<b>DETALLE DE COSTO DE VENTA</b>								
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>VALOR TOTAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
GIGANTOGRAFIAS	2	180,00	360,00	4.320,00	4.536,00	4.762,80	5.000,94	5.250,99
PUBLICIDAD EN RADIO	4	30,00	120,00	1.440,00	1.512,00	1.587,60	1.666,98	1.750,33
PUBLICIDAD EN DIARIO	4	70,00	280,00	3.360,00	3.528,00	3.704,40	3.889,62	4.084,10
VOLANTES(250)	1	15,00	15,00	180,00	189,00	198,45	208,37	218,79
MATERIALES DE ALBAÑILERIA	1	800,00	800,00	9.600,00	10.080,00	10.584,00	11.113,20	11.668,86
MATERIALES DE PLOMERO	1	450,00	450,00	5.400,00	5.670,00	5.953,50	6.251,18	6.563,73
MATERIALES DE ELECTRICITA	1	1000,00	1.000,00	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
MATERIALES DE JARDINERO	1	250,00	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
MATERIALES DE PINTURA	1	600,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
		<b>3.395,00</b>		<b>46.500,00</b>	<b>48.825,00</b>	<b>51.266,25</b>	<b>53.829,56</b>	<b>56.521,04</b>

**Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.**

**PRESUPUESTO DE INGRESO.**

Constituyen todos los ingresos por servicios prestados de la empresa que representa las entradas reales de caja, estos servicios tienen los precios detallados en el siguiente cuadro:

## Cuadro # 37 Presupuesto de ingresos

PRESUPUESTO DE VENTAS								
INGRESO DE VENTAS	CANTIDAD	PVP	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ALBAÑIL</b>								
<b>CONTRATO DE ALBAÑILERIA BASICA</b> Instalación Sanitarias; Instalación de Ventanas Instalación de fregaderos; Reparación y reconstrucción de elementos constructivos	10	35,00	350,00	4.200,00	4.410,00	4.630,50	4.862,03	5.105,13
<b>CONTRATO DE ALBAÑILERIA MEDIANA</b> Conformación de muros; Techo; Losas; Pisos; Columnas; Cerramiento de vivienda Pegado de loseta o piedra con aplanado y recubrimiento de superficie.	4	300,00	1.200,00	14.400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29
<b>CONTRATO DE ALBAÑILERIA COMPLEJO</b> Construcción de vivienda	1	1.800,00	1.800,00	21.600,00	22.680,00	23.814,00	25.004,70	26.254,94
<b>PLOMERIA</b>								
<b>CONTRATO DE PLOMERIA BASICA</b> Cambios de juntas de grifos y tuberías; Sustitución de colillas en las uniones de grifos; Limpieza de drenajes.	8	35,00	280,00	3.360,00	3.528,00	3.704,40	3.889,62	4.084,10
<b>CONTRATO DE PLOMERIA MEDIANO</b> Instalación de calefacción Reparaciones de tuberías, desagües, roturas de bajantes, desatascos, filtraciones.	4	150,00	600,00	7.200,00	7.560,00	7.938,00	8.334,90	8.751,65
<b>CONTRATO PLOMERIA COMPLEJO</b> Instalación completa de tuberías en la vivienda	1	250,00	250,00	3.000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52
<b>PINTURA</b>								
<b>CONTRATO DE PINTADO SENCILLO</b> Pintado de ventanas y puertas.	8	40,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
<b>CONTRATO PINTADO MEDIANO</b> Pintado de paredes del interior de la casa	6	280,00	1.680,00	20.160,00	21.168,00	22.226,40	23.337,72	24.504,61
<b>CONTRATO DE PINTADO COMPLEJO</b> Pintado de paredes del interior y exterior de una casa	2	450,00	900,00	10.800,00	11.340,00	11.907,00	12.502,35	13.127,47
<b>ELECTRICITA</b>								
<b>CONTRATO DE ELECTRICISTA BASICA</b> Instalación de líneas eléctricas, reparador de electrodomésticos, electricista general o realizando otras tareas de mantenimiento.	8	40,00	320,00	3.840,00	4.032,00	4.233,60	4.445,28	4.667,54
<b>CONTRATO DE ELECTRICISTA MEDIANO</b> Realiza instalaciones eléctricas provisionarias y definitivas; Instalación de botoneras de comando de equipos; Suelda todo tipo de terminales para conductores; Cambio de cableado en la vivienda	6	300,00	1.800,00	21.600,00	22.680,00	23.814,00	25.004,70	26.254,94
<b>CONTRATO DE ELECTRICISTA COMPLEJO</b> Instalación eléctricas del interior y exterior de toda la vivienda	2	500,00	1.000,00	12.000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08
<b>JARDINERIA</b>								
<b>CONTRATO DE JARDINERIA SENCILLA</b> Mantenimiento del jardín Acondiciona la tierra para la siembra de plantas.	6	30,00	180,00	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
<b>CONTRATO DE JARDINERIA MEDIANO</b> Fumiga y aplica tratamiento con productos químicos a plantas y árboles para protegerlos de hongos y plagas	3	60,00	180,00	2.160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
<b>CONTRATO DE JARDINERIA COMPLEJO</b> Remodela las áreas verdes, siembra plantas ornamentales y crea motivos artísticos en las zonas verdes.	1	140,00	140,00	1.680,00	1.764,00	1.852,20	1.944,81	2.042,05
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>			<b>11.000,00</b>	<b>132.000,00</b>	<b>138.600,00</b>	<b>145.530,00</b>	<b>152.806,50</b>	<b>160.446,83</b>

**Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.**

## ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El Estado de Pérdidas y Ganancias muestran la utilidad neta obtenida en cada periodo relacionando los ingresos y todos los costos y gastos necesarios para producir dichos ingresos.

A continuación se muestra la proyección del Estado de Pérdidas y Ganancias.

**Cuadro # 38 Estado de Pérdidas y Ganancias**

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VENTAS</b>	\$ 132.000,00	\$ 138.600,00	\$ 145.530,00	\$ 152.806,50	\$ 160.446,83
(-)COSTO DE PRODUCCION	\$ 46.500,00	\$ 48.825,00	\$ 51.266,25	\$ 53.829,56	\$ 56.521,04
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 85.500,00</b>	<b>\$ 89.775,00</b>	<b>\$ 94.263,75</b>	<b>\$ 98.976,94</b>	<b>\$ 103.925,78</b>
(-)GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 53.673,14	\$ 56.356,80	\$ 59.174,64	\$ 62.133,37	\$ 65.240,04
(-)GASTOS GENERALES	\$ 9.722,08	\$ 9.034,30	\$ 9.256,69	\$ 9.405,70	\$ 9.650,88
(-)GASTOS DE VENTAS	\$ 1.620,00	\$ 1.701,00	\$ 1.786,05	\$ 1.875,35	\$ 1.969,12
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 20.484,78</b>	<b>\$ 22.682,90</b>	<b>\$ 24.046,37</b>	<b>\$ 25.562,51</b>	<b>\$ 27.065,74</b>
(-)GASTOS FINANCIEROS	\$ 3.061,73	\$ 2.387,59	\$ 1.713,44	\$ 1.039,30	\$ 365,16
<b>UTILIDAD ANTES DE PART. DE TRAB</b>	<b>\$ 17.423,05</b>	<b>\$ 20.295,31</b>	<b>\$ 22.332,92</b>	<b>\$ 24.523,21</b>	<b>\$ 26.700,58</b>
PARTICIPACION DE EMPLEADOS	\$ 2.613,46	\$ 3.044,30	\$ 3.349,94	\$ 3.678,48	\$ 4.005,09
<b>UTILIDAD ANTES DE IMP.</b>	<b>\$ 14.809,59</b>	<b>\$ 17.251,02</b>	<b>\$ 18.982,99</b>	<b>\$ 20.844,73</b>	<b>\$ 22.695,49</b>
IMPUESTO	\$ 3.702,40	\$ 4.312,75	\$ 4.745,75	\$ 5.211,18	\$ 5.673,87
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 11.107,19</b>	<b>\$ 12.938,26</b>	<b>\$ 14.237,24</b>	<b>\$ 15.633,55</b>	<b>\$ 17.021,62</b>

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.

## FLUJO DE CAJA

El siguiente flujo de caja muestra los ingresos y gastos reales, es decir los que representa entrada y salida de dinero.

El resultado final, flujo neto, constituye el efectivo que generaras el proyecto y el cual se verá reflejado en el balance General.

### Cuadro # 39 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA PROYECTADO							
	AÑO 0	ENE.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS OPERATIVOS</b>							
VENTAS		11.000,00	132.000,00	138.600,00	145.530,00	152.806,50	160.446,83
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>		<b>11.000,00</b>	<b>132.000,00</b>	<b>138.600,00</b>	<b>145.530,00</b>	<b>152.806,50</b>	<b>160.446,83</b>
<b>EGRESOS OPERATIVOS</b>							
INVERSION INICIAL	<b>34.395,00</b>						
GASTO DE ADMINISTRATIVOS		4.012,73	53.673,14	56.356,80	59.174,64	62.133,37	65.240,04
GASTO DE VENTAS		135,00	1.620,00	1.701,00	1.786,05	1.875,35	1.969,12
GASTOS GENERALES		353,00	4.236,00	4.447,80	4.670,19	4.903,70	5.148,88
COSTOS DE VENTAS		3.875,00	46.500,00	48.825,00	51.266,25	53.829,56	56.521,04
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS		282,93	2.613,46	3.044,30	3.349,94	3.678,48	4.005,09
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA		400,82	3.702,40	4.312,75	4.745,75	5.211,18	5.673,87
<b>TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>34.395,00</b>	<b>9.059,48</b>	<b>112.345,00</b>	<b>118.687,65</b>	<b>124.992,82</b>	<b>131.631,65</b>	<b>138.558,05</b>
<b>FLUJO OPERATIVO</b>	<b>-34.395,00</b>	<b>1.940,52</b>	<b>19.655,00</b>	<b>19.912,35</b>	<b>20.537,18</b>	<b>21.174,85</b>	<b>21.888,78</b>
<b>INGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
PRESTAMO BANCARIO	24.076,50						
<b>TOTAL ING. NO OPERATIVOS</b>	<b>24.076,50</b>						
<b>EGRESOS NO OPERATIVOS</b>							
<b>INVERSIONES</b>							
PAGO DE CAPITAL		401,28	4.815,30	4.815,30	4.815,30	4.815,30	4.815,30
PAGO DE INTERESES		280,89	3.061,73	2.387,59	1.713,44	1.039,30	365,16
<b>TOTAL EGRESOS NO OPERATIVO</b>	<b>-</b>	<b>682,17</b>	<b>7.877,03</b>	<b>7.202,89</b>	<b>6.528,74</b>	<b>5.854,60</b>	<b>5.180,46</b>
<b>FLUJO NETO NO OPERATIVO</b>	<b>24.076,50</b>	<b>-682,17</b>	<b>-7.877,03</b>	<b>-7.202,89</b>	<b>-6.528,74</b>	<b>-5.854,60</b>	<b>-5.180,46</b>
<b>FLUJO NETO</b>	<b>-10.318,50</b>	<b>1.258,36</b>	<b>11.777,97</b>	<b>12.709,46</b>	<b>14.008,44</b>	<b>15.320,25</b>	<b>16.708,32</b>
<b>SALDO INICIAL</b>	<b>7.500,00</b>	<b>7.500,00</b>	<b>7.500,00</b>	<b>19.277,97</b>	<b>31.987,43</b>	<b>45.995,87</b>	<b>61.316,12</b>
<b>FLUJO ACUMULADO</b>	<b>7.500,00</b>	<b>8.758,36</b>	<b>19.277,97</b>	<b>31.987,43</b>	<b>45.995,87</b>	<b>61.316,12</b>	<b>78.024,44</b>

**Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.**

### BALANCE GENERAL

En el Balance General aparece el grupo de activos conformados por activos corrientes, activos Fijo y se considera también las depreciaciones acumuladas; el grupo de los pasivos conformados por el corriente y el pasivo a Largo plazo y finalmente por el capital

Por el lado de los pasivos tenemos el préstamo que se obtuvo para poder financiar el proyecto; en el patrimonio se encuentra el capital de los accionistas y la utilidad acumulada del ejercicio.

**Cuadro # 40 Balance General**

<b>DETALLE BALANCE GENERAL</b>						
<b>BALANCE GENERAL</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>CUENTAS</b>						
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>						
CAJA -BANCOS	7.500,00	19.277,97	31.987,43	45.995,87	61.316,12	78.024,44
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	7.500,00	19.277,97	31.987,43	45.995,87	61.316,12	78.024,44
ACTIVOS FIJOS	26.895,00	26.895,00	26.895,00	26.895,00	26.895,00	26.895,00
DEPRECIAC. ACUMULADA		5.486,08	10.072,58	14.659,08	19.161,08	23.663,08
<b>TOTAL DE ACTIVO FIJO</b>	26.895,00	21.408,92	16.822,42	12.235,92	7.733,92	3.231,92
<b>TOTAL DE ACTIVOS</b>	<b>34.395,00</b>	<b>40.686,89</b>	<b>48.809,85</b>	<b>58.231,79</b>	<b>69.050,04</b>	<b>81.256,36</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>PASIVO CORRIENTE</b>						
PRESTAMO	24.076,50	19.261,20	14.445,90	9.630,60	4.815,30	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR						
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR						
<b>TOTAL PASIVO</b>	24.076,50	19.261,20	14.445,90	9.630,60	4.815,30	0,00
<b>PATRIMONIO</b>						
APOORTE CAPITAL	10.318,50	10.318,50	10.318,50	10.318,50	10.318,50	10.318,50
UTILIDAD DEL EJERCICIO		11.107,19	12.938,26	14.237,24	15.633,55	17.021,62
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES			11.107,19	24.045,45	38.282,69	53.916,24
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	10.318,50	21.425,69	34.363,95	48.601,19	64.234,74	81.256,36
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMON</b>	<b>34.395,00</b>	<b>40.686,89</b>	<b>48.809,85</b>	<b>58.231,79</b>	<b>69.050,04</b>	<b>81.256,36</b>

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.

**Cuadro # 41 índice financiero**

<b>INDICES FINANCIEROS</b>						
<b>DESCRIPCION</b>	<b>INV. INICIAL</b>	<b>AÑO1</b>	<b>AÑO2</b>	<b>AÑO3</b>	<b>AÑO4</b>	<b>AÑO5</b>
Flujos netos	<b>-34.395,00</b>	19.655,00	19.912,35	20.537,18	21.174,85	21.888,78
<b>TASA DE DESCUENTO</b>						
TASA DE DESCUENTO		30,00%				

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.

## CALCULO PARA EL ANÁLISIS DE LA RENTABILIDAD.

### VAN

El valor actual neto mide la rentabilidad del proyecto en valores monetarios que exceden a la rentabilidad deseada después de recuperar toda la inversión.

**VAN del proyecto:** \$15.163,70

**TIR: 51,35%**

La Tasa Interna de Retorno es la rentabilidad del proyecto medida en porcentaje, evaluado los flujos netos en función de inversión inicial, da como resultado lo siguiente:

**TIR del proyecto: 51,35%**

**Cuadro # 42 Tasa de rendimiento**

<b>TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO</b>	<b>MAYOR AL 12%</b>
SUMATORIA DE FLUJOS	103.168,16
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	34.395,00
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	59,99%

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		49.558,70
VAN	<b>POSITIVO</b>	<b>15.163,70</b>
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	3,27
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	226,82
<b>TASA INTERNA DE RETORNO</b>		<b>51,35%</b>

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.

**Cuadro # 43 Ratios Financiero**

<b>RATIOS FINANCIEROS</b>	
VENTAS	132000,00
COSTO DIRECTO	46.500,00
COSTO INDIRECTO	65015,22
FLUJO NETO	11777,97
PAGO DE DIVIDENDOS	4815,30
GASTOS FINANCIEROS	3061,73
GASTOS PERSONAL	53673,14
ACTIVOS FIJOS NETOS	40.686,89

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.

**Cuadro # 44 punto de equilibrio**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	
EN DOLARES	100374,38
EN PORCENTAJE	76,04%

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

**Cuadro # 45 Capital de trabajo**

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
	<b>POSITIVO</b>	11777,97
INDICE DE LIQUIDEZ	MAYOR A 1	3,45
VALOR AGREGADO SOBRE VENTAS	MENOR A 50%	42,98%
INDICE DE EMPLEO		1,32

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

**Cuadro # 46 Datos**

<b>DATOS</b>	
ACTIVO CORRIENTE	19.277,97
ACTIVOS TOTALES	40.686,89
UTILIDAD NETA	11.107,19

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.

**Cuadro # 47 Rendimiento de Liquidez**

<b>RENDIMIENTO DE LIQUIDEZ</b>			
RIESGO DE LIQUIDEZ	MENOR AL 50%	0,5262	52,62%

<b>RENDIMIENTO CORRIENTE</b>			
RENDIMIENTO CORRIENTE	MAYOR A 12%	0,2730	27,30%

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenia – MINA Marjorie

**Cuadro # 48 Razones**

<b>RAZONES</b>	
UTILIDAD OPERATIVA	20.484,78
GASTOS FINANCIEROS	3.061,73
INVERSION INICIAL	34.395,00
UTILIDAD NETA	11.107,19
VALOR DEL CREDITO	24.076,50
VENTAS	132.000,00
COSTO DE VENTA	46.500,00
TOTAL DEL ACTIVO FIJO	21.408,92

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.

**Cuadro # 49 Estructura de Liquidez**

<b><u>ESTRUCTURA DE LIQUIDEZ:</u></b>			
<b>CAPITAL DE TRABAJO =</b>	<b>AC - PC</b>		
CAPITAL DE TRABAJO =	19.277,97	-19.261,20	16,77
CAPITAL DE TRABAJO =	\$ 16,77		
<b>INDICE DE LIQUIDEZ =</b>	<b><u>AC</u></b>		
	<b><u>PC</u></b>		
INDICE DE LIQUIDEZ =	<u>19.277,97</u>		
	19.261,20		
INDICE DE LIQUIDEZ =	1,00		
<b>PRUEBA DE ACIDO =</b>	<b><u>ACTIVOS CIRCULANTE - INVENTARIO</u></b>		
	<b><u>PC</u></b>		
PRUEBA DE ACIDO =	<u>19.277,97</u>	0,00	19.277,97
	19.261,20		19.261,20
PRUEBA DE ACIDO =	1,00		

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.



**Cuadro # 50 Estructura De Endeudamiento**

<b><u>ESTRUCTURA DE ENDEUDAMIENTO:</u></b>		
<b>ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO</b>	<b><u>PC</u></b>	<b>x 100</b>
	<b>ACTIVOS</b>	
<b>ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO</b>	<u>19.261,20</u>	100
	40.686,89	
<b>ENDEUDAMIENTO A CORTO PLAZO</b>		47,34 %
<b>ENDEUDAMIENTO CON PATRIMONIO</b>	<b><u>PATRIMONIO</u></b>	<b>x 100</b>
	<b>ACTIVOS</b>	
<b>ENDEUDAMIENTO CON PATRIMONIO</b>	<u>21.425,69</u>	100
	40.686,89	
		52,66 %

**Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenia – MINA Marjorie.**

**Cuadro # 51 Estructura de Rentabilidad**

<b><u>ESTRUCTURA DE RENTABILIDAD:</u></b>	
<b>ROA =</b>	<b><math>\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{ACTIVOS}}</math></b>
ROA =	$\frac{11.107,19}{40.686,89}$
ROA =	0,27 %
<b>ROE =</b>	<b><math>\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}</math></b>
ROE =	$\frac{11.107,19}{21.425,69}$
ROE =	0,52 %

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie.

### **5.7.3 Impacto**

Dentro de la circunscripción social del cantón Milagro el implementar este tipo de Microempresas generaría una reacción positiva en la comunidad.

ServiHogar Milagro es una Microempresa pionera en ofrecer servicios de manteniendo a domicilio genera un gran impacto ya que ofrecemos buscamos acaparar el mercado del Cantón Milagro contribuyendo de forma directa a la disminución del índice de desempleo, proporcionando plazas de trabajo y capacitación adecuada de la misma, esto permitirá un crecimiento de los índices económicos de los Milagreños y dará la facilidad de adquirir el servicio.

Las empresas contarán con un espacio físico íntegro libre de impurezas polvos desechos y otros que mejoran la confianza de las personas a quienes tienen como usuarios o compradores, al observar la integridad de limpieza del establecimiento.

Los usuarios obtendrán la confianza necesaria en solicitar el servicio de mantenimiento puesto que la seguridad que ofrecemos, es en dotar de personal capacitado y de confianza para realizar todo tipo de tarea en su hogar.

#### 5.7.4 Cronograma

**Cuadro # 52 cronograma de actividades**

ACTIVIDADES	DURACION	COMIENZO	FIN
Determinar aspectos legales de la empresa	3 dias	Lun 6/05/2013	Juev 9/05/2013
adecuacion de local	8 dias	Vier 10/05/2013	Vier 18/05/2013
Definir proceso de selección del talento humano necesario para la operatividad de la Microempresa <b>ServiHogar Milagro</b>	3 dias	Lun 19/05/2013	Mier 22/05/2013
Diseño del presupuesto que se requiere para la instalación y operatividad de la Microempresa ServiHogar Milagro.	2 dias	Jue 23/05/2013	Sab 25/05/2013
Contacto con los proveedores	7 dias	Lun 27/05/2013	Lun 03/06/2013
Plan de Marketing	2 dias	Mart 4/06/2013	Juev 6/06/2013
Adquisición de Activo Fijo	5 dias	Vier 7/06/2013	Mier 12/06/2013
inaguracion de la Microempresa	3 dias	Jue 13/06/2013	Lun 17/06/2013

**Elaborado por las Autoras:** AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

Cuadro # 53 Cronograma de ejecución de la tesis.

ACTIVIDADES	Meses					
	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Recolección de información sobre el tema planteado a través de la encuesta.						
Selección de la información.						
Realización de cuestionario de preguntas para una encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña						
Recopilación de la información.						
Tabulación de la información.						
Presentación del borrador.						
Presentación final						

Elaborado por las Autoras: AVILEZ Cenía – MINA Marjorie

## 6. CONCLUSIONES

Después de haber realizado los estudios pertinentes para comprobar la factibilidad del negocio y sus niveles de rentabilidad se llegó a las siguientes conclusiones que ayudarán a posicionar la empresa en un sitio respetable en este mercado.

- Mediante el estudio de diagnóstico situacional se pudo concluir que existe una gran demanda en los servicios especializados de: jardinería, plomería, albañilería, electricidad, pintura.
- Las personas no se sienten totalmente satisfechos con la prestación de servicios actualmente y ésta a su vez es escasa.
- En la Ciudad de Milagro no se encuentra una Microempresa que brinde esta clase de servicios, por lo que la Ciudadanía se ha acostumbrado a utilizar personas que se dediquen a estos trabajos sin contar con la debida seguridad y garantía del trabajo efectuado.
- Este mercado no es explotado empresarialmente, limitándose esta clase de servicios a manos de maestros o personas con escasos conocimientos técnicos en esta actividad comercial.
- Realizado el estudio Económico se establece que la inversión prevista se recupera en 5 años.
- Se concluye que, a pesar de existir en el presente proyecto una demanda considerable, la inversión no se recupera en un tiempo factible. Esto se debe a que los posibles clientes que requerirían de estos servicios ya cuentan con personas conocidas de estas ramas de trabajo.

## 7. RECOMENDACIONES

- Aprovechar al máximo la oportunidad de la demanda potencial existente, por ser temas actuales y poca competencia
- Establecer estrategias publicitarias que proyecten la imagen de la empresa a través de sus principales características como: experiencia, conocimientos técnicos y recurso humano de calidad para esta clase de servicio.
- Establecer estrategias promocionales que se ajusten a las expectativas de los clientes tomando en cuenta, descuentos y garantías, para lograr la credibilidad y lealtad de las personas, tomándonos como primera opción cuando tengan problemas relacionados a la actividad de la empresa.
- Tratar de involucrar al capital humano más idóneo que pueda prestar sus servicios en la oficina de consultoría que se proyecta implantar.
- Realizar un trabajo de calidad empezando con el cumplimiento del tiempo determinado en la culminación del servicio que soliciten, para que nuestros clientes noten de nuestro compromiso y responsabilidad en la labor ejecutada, satisfaciendo así sus necesidades y exigencias.
- Además de los servicios que se ofrecen, se podría intentar implementar materiales para la venta de albañilería, pintura, electricidad, plomería; jardinería.

## BIBLIOGRAFIA.

- ✓ <http://www.tormo.com> Sector\_ Servicio\_ a\_ domicilio\_ las\_ franquicias\_ entran\_ en\_ el\_ hogar. htm.
- ✓ [www.amidomicilio.es](http://www.amidomicilio.es) historia de servicio a domicilio.
- ✓ JÁCOME Walter, 2005, El estudio de mercado pág. 99
- ✓ ARBOLEDA VÉLEZ, Germán *el Mercado* pág. 47, año 2001
- ✓ Econ. Luís Barreno “Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos” 2004.
- ✓ [fuenteswww.promonegocios.net/mercadotecnia/tipos de ventas](http://www.promonegocios.net/mercadotecnia/tipos_de_ventas).(revista electrónica )
- ✓ PÁEZ Roberto N. (2008) en su obra Desarrollo de la Mentalidad Empresarial pág. 3.
- ✓ MÉNDEZ MORALES, José Silvestre (2007) en su libro La Economía en la Empresa Pág. 19.
- ✓ RODRÍGUEZ, Joaquín, libro Administración de Pequeñas Y Medianas empresas; pág. 73; edición 2002.
- ✓ Datos de talleres dictados por CEDECOOP.
- ✓ MONTEROS, Edgar; (2005) Manual de Gestión Microempresaria pág. 16
- ✓ CHIAVENATO, Alberto; Administración de recursos humano 5ta edición 2004 pág. 76 Editorial: Editora McGraw-Hill.
- ✓ CHIAVENATO, I. EN: Gestión del Talento Humano, Editorial McGraw Hill, Colombia 2.005 pág. 3-51 y 463-473.
- ✓ Desarrollo estratégico del recurso humano. En <http://www.PsicologiaCientifica.com>.



- ✓ Según FRED R, David (2008) en su obra Conceptos de Administración estratégica. pág. 13.
- ✓ AMARU, Antonio C. (2009) Fundamentos de Administración, La planificación estratégica pág. 183.
- ✓ CONTÓ Harold "La administración según, 2003.
- ✓ FRIEND Graham y ZEHLE Stefan (2008) en su obra Plan de Negocios pág., 15.
- ✓ PORTER, Michael (2006) enfoque al análisis de cadena de valor.
- ✓ LOVELOCK, Christopher, y WIRTZ Jochen. (2009), Marketing de Servicios pág. 15.
- ✓ Capuz Rizo Salvador, Gómez Navarro Tomás Ingeniería Del Ciclo de Vida para el Desarrollo de Productos Sostenibles; edición 2002.
- ✓ Origen del comportamiento humano, por Manuel Domínguez Rodrigo. [www.desarrollohumano.org.mx](http://www.desarrollohumano.org.mx).
- ✓ Asamblea constituyente del Ecuador año 2008
- ✓ Ley de compañías de ecuador.
- ✓ Fuente código de trabajo ecuador.

# **Anexos**

**ANEXO # 1**



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS**

**DISEÑO DE PROYECTO PREVIO A LA OPTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERÍA  
COMERCIAL**

**OBJETIVO:** El objetivo de la encuesta es conocer necesidades y expectativas y preferencias por las personas que solicitan los servicios de plomería, albañilería, pintura, y electricidad; jardinería entre otros.

**ENTREVISTADOS:** Encuesta dirigida a la población existente en el cantón Milagro, Provincia del Guayas.

**ENTREVISTADOR:** Cenía Avilez Solórzano

Marjorie Mina Chacón.

**Fecha:**      **Sector:**      **Actividad:**      **Edad:**      **Sexo:** F  M

**Nombre:**

**1.- ¿Usted conoce o ha escuchado hablar de alguna empresa que brinde servicios de mantenimientos en la ciudad de Milagro?**

Si       No       Tal vez

**2.- ¿Le gustaría encontrar una empresa que preste servicios especializados de mantenimiento en su hogar sin necesidad de contratar cada servicio por separado (ejemplo: electricista, albañil, pintor, plomero, jardinero entre otros)?**

Definitivamente me gustaría  Probablemente me gustaría  no me gustaría

**3.- ¿Qué servicio de mantenimiento a domicilio le gustaría utilizar regularmente?**

Plomería       Albañilería       Pintura   
Electricidad       Carpintería       Jardinería  ros

**4.- ¿Cómo considera usted que en la Ciudad de Milagro cuente con un establecimiento que brinde un servicio de calidad en Electricidad, albañilería, Pintura, Plomero, Jardinero entre otros?**

Muy importante  Importante  Poco importante   
No es importante

**5.- ¿Ha necesitado en algún momento los servicios de Plomería Electricidad, albañilería, mejoramiento de jardines, etc.?**

Si  No  Tal vez

**6.- ¿Si recibió el servicio de mantenimiento en su hogar como califica la atención?**

Excelente  Buena  Mala  Regular

**7.- ¿Qué es lo que considera más importante al contratar un servicio de Mantenimiento a domicilio?**

Precio  Garantía  Rapidez  Calidad

**8.- ¿Por cuál de estas razones es por la que se ha sentido inconforme al momento de elegir el servicio?**

Precio  Actitud del técnico  Calidad de servicio  Robo

Servicio fuera de la ciudad

**9.- ¿Cómo califica el servicio de mantenimiento que le brinda un trabajador informal para alguna reparación dentro de su hogar?**

Excelente  Buena  Mala  Regular

**10.- ¿Le gustaría contar con alternativas al momento de cancelar el servicio de mantenimiento? (si la respuesta es si cuales de las alternativas escogería)**

Sí  No

**En relación a la pregunta anterior si la respuesta es sí cuales de las alternativas escogería)**

Efectivo  Débito Bancario  Transferencia a la Cuenta  Carta de Crédito

# ANEXO # 2

## Permiso de Funcionamiento



Solicitud para Registro de Patente  
Personas Naturales

Especie Valorada \$ 1.00

Nº 019259

\*\*\*\*\*  
GOBIERNO AUTÓNOMO  
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN  
SAN FRANCISCO DE MILAGRO

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No. \_\_\_\_\_

DÍA	MES	AÑO
-----	-----	-----

PRIMERA VEZ  RENOVACIÓN

DATOS DEL CONTRIBUYENTE				No. CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS		NOMBRES		
INTERNO	MATERNO	1er. NOMBRE	2do. NOMBRE	R.U.C.

DATOS DEL SOLICITANTE				
DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO		TELÉFONO (S)	FAX	CASILLA
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD		FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MILAGRO		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO)
SI <input type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>	MES	DÍA	AÑO
				\$.

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN MILAGRO

CLASE A.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE B.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE C.	NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>

ACTIVIDAD	PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA
COMERCIAL <input type="checkbox"/> INDUSTRIAL <input type="checkbox"/> OTROS <input type="checkbox"/> FINANCIERA <input type="checkbox"/> ARTESANAL <input type="checkbox"/> ESPECIFIQUE _____ ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL: _____	No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN _____ FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN _____

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA	
ESTA AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE PRODUCCIÓN? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> AGRICULTURA <input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/> INDUSTRIA <input type="checkbox"/> COMERCIO <input type="checkbox"/> PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/> ARTESANÍA <input type="checkbox"/>	CANTIDAD DE TRABAJADORES 1 - 20 <input type="checkbox"/> 201 - 501 <input type="checkbox"/> 21 - 50 <input type="checkbox"/> MAS DE 501 <input type="checkbox"/> 51 - 200 <input type="checkbox"/>

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)		
DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRICTAMENTE A LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.	LIQUIDADADO POR:	RELIQUIDADADO POR:
SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL	_____	_____

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS:  
 1. PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LA LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.  
 2. CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVACIÓN.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.

# ANEXO # 3

## Reglamento de funcionamiento

Gaceta Oficial N°1

Enero de 2011... 10

- d) Dirección del domicilio y del establecimiento;
- e) Tipo de actividad económica a la que se dedica;
- f) Monto del capital con el que opere el establecimiento;
- g) Indicación si el local es propio, arrendado o anticrético;
- h) Año y número del registro y patente anterior;
- i) Fecha de iniciación de la actividad;
- j) Informe si lleva o no contabilidad; y
- k) Firma del sujeto pasivo o de su representante legal.

Una vez obtenida la patente, todas las personas estarán en la obligación de exhibir la patente en un lugar visible del establecimiento o local.

**Art. 9.- DETERMINACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE.-** La base del impuesto será la siguiente:

- a) Para las personas naturales o jurídicas o sociedades de hecho, que estén obligadas a llevar contabilidad la base del impuesto será el total del activo del año inmediato anterior, menos el pasivo corriente. Para tal efecto deberán entregar una copia del balance general presentado en los organismos de control a más de esto para el caso de personas jurídicas deberán presentar copia del balance sellados por la Superintendencia de Compañías o por la Superintendencia de Bancos, según corresponda;
- b) Para las personas naturales o jurídicas que tengan sucursales o agencias en el cantón Milagro, la base imponible se determinará en relación al porcentaje de participación en el cantón;
- c) Para las personas naturales que no estén obligados a llevar contabilidad, la base imponible será el total del activo o en su defecto el total de ingresos menos el total de gastos declarados para el impuesto a la renta, conforme a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC), excluyendo terrenos y edificios; y si el caso lo amerita en forma presuntiva;
- d) Para las actividades nuevas, el capital de operación será el inicial o de apertura de la actividad;
- e) Para las personas naturales o jurídicas que están sujetas al Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) se debe tomar en cuenta la base imponible declarada en el SRI;
- f) Para el caso que se demuestre que los pasivos corrientes sean mayores que los activos totales, y por consiguiente el resultado de la diferencia entre los activos totales y pasivos corrientes sea un valor en negativo; la base imponible a tomarse será la del año inmediato anterior; y,
- g) Los sujetos pasivos que no se inscriben en el registro de patentes municipales, y los que no hagan la declaración formal dentro del plazo estipulado, se procederá a la determinación del impuesto en forma presuntiva, según el Art. 92 del Código Tributario.

**Art. 10.- CUANTÍA DEL IMPUESTO ANUAL DE PATENTE.-** Conforme a lo señalado en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad), se establece la siguiente tabla para la determinación del impuesto:

TABLA PARA EL CÁLCULO DEL IMPUESTO DE PATENTES

Fracción básica	Fracción excedente	Impuesto sobre Fracción básica	Impuesto sobre Fracción excedente
0,00	0,00	0,00	0,00%
0,00-01	2.000,00	20,00	1,00%
2.000-01	8.000,00	40,00	1,00%
8.000-01	10.000,00	42,00	1,00%
10.000-01	20.000,00	70,00	1,00%
20.000-01	50.000,00	100,00	1,00%
50.000-01	100.000,00	150,00	1,00%
100.000-01	200.000,00	200,00	1,00%
200.000-01	500.000,00	250,00	1,00%
500.000-01	1.000.000,00	300,00	1,00%
1.000.000-01	2.000.000,00	350,00	1,00%
2.000.000-01	Por excedente	40.000,00	1,00%

**Art. 11.- REDUCCIÓN DEL IMPUESTO POR PÉRDIDAS O DESCENSO EN LAS UTILIDADES.-** Estas se aplicarán de acuerdo al contenido del Art. 549 el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad).

**Art. 12.- DEL AUMENTO DE CAPITAL.-** En caso de aumento de capital, cambio de propietario y/o accionistas, cambio de domicilio o de denominación del establecimiento, deberá ser comunicado de manera inmediata al Departamento de Rentas Municipal para su actualización en el respectivo catastro, asumiendo el contribuyente la responsabilidad legal ante el Municipio del Cantón Milagro con su firma en el correspondiente formulario, adquirido en la Tesorería. Un representante de la Jefatura de Rentas podrá efectuar las inspecciones del caso, con el fin de verificar los cambios notificados por el contribuyente.

**Art. 13.- DE LA LIQUIDACIÓN.-** En caso de liquidación de las actividades económicas que causen las obligaciones de los tributos materia de esta ordenanza, deberá comunicarse al Departamento de Rentas Municipales, dentro de treinta (30) días contados a partir de la finalización de las operaciones, cumpliendo el siguiente procedimiento:

- a) Cancelación de valores adeudados y presentación de la copia de este comprobante; y
- b) Solicitud de eliminación del catastro.

Comprobado dicho caso se procederá a la cancelación de la inscripción, y a suprimir el nombre del catastro; de otro modo se entenderá que el negocio continúa hasta la fecha de su aviso.

**Art. 14.- PAGO INDEPENDIENTE DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD.-** El impuesto a la patente se deberá pagar durante el tiempo que se desarrolla la actividad o desde la obtención del Registro Único de Contribuyentes, aunque la actividad no se haya efectuado.

En el caso que el contribuyente no hubiere notificado a la Administración Tributaria Municipal, dentro de los 30 días siguientes a la finalización de la actividad gravada, se considerará como ejercida, por lo cual el sujeto pasivo deberá pagar por patente anual, el valor establecido desde la fecha de finalización de la actividad hasta la fecha de notificación a la Administración. Sin embargo, de existir documentos que justifiquen plenamente que la actividad económica no fue ejercida, el sujeto pasivo pagará por concepto de impuesto de patente anual diez dólares (US\$ 10,00) por cada año, desde la fecha de finalización de la actividad a la fecha de notificación de la Administración.

**Art. 15.- PAGO INDIVIDUAL POR CADA ACTIVIDAD.-** Cuando varias personas naturales o sociedades ejerzan conjunta o individualmente, en un mismo establecimiento, más de una actividad económica, cada una de ellas declarará y pagará el impuesto de patentes, según la actividad que realice.

Si una persona natural tiene más de un local, para el ejercicio de su actividad económica, en el cantón Milagro, para la determinación del impuesto de patentes, deberá consolidar los capitales que se distribuyen en cada establecimiento, siempre y cuando correspondan al mismo tipo de actividad.

**Art. 16.- DE LA EMISIÓN DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO.-** En base al catastro de patentes, los títulos de crédito por patente municipal se emitirán el primer día laborable de cada año, sin perjuicio de los resultados que arrojen las verificaciones de las declaraciones y sea necesario retribuir. En este evento, se emitirán los títulos complementarios que fueron menester.

**Art. 17.- DE LOS RECLAMOS.-** En casos de errores en la determinación del impuesto, el contribuyente tiene derecho a solicitar al Director Financiero, la revisión del proceso de determinación y por ende la verificación de la cuantía del impuesto a que hubiera lugar, también podrá solicitar la exclusión de su nombre del registro de contribuyentes de este impuesto; en los casos de enajenación, liquidación o cierre definitivo del negocio.

**Art. 18.- CLAUSURA.-** Se procederá a la clausura del establecimiento, cuando los sujetos pasivos de este impuesto incurran en uno o más de los siguientes casos:

- a) Falta de declaración por parte de los sujetos pasivos, en las fechas y plazo establecidos, aún cuando la declaración no origine tributos;
- b) No facilitar la información requerida por la Administración Municipal;
- c) Incumplimiento en el pago de títulos emitidos por patentes y notificaciones realizadas por el Departamento de Rentas, sin perjuicio de la acción coactiva;
- d) Impedir a los funcionarios autorizados por la Administración Tributaria Municipal a efectuar las inspecciones o verificaciones tendientes al control del impuesto de patentes exhibiendo la información y documentos que los fueran solicitados;
- e) Proporcionar falsa información a los Inspectores del Departamento de Rentas;
- f) Inobservancia a las citaciones realizadas por la Jefatura de Rentas.

Previo a la clausura la Administración Tributaria a través de la Comisaría Municipal notificará al sujeto pasivo, concediéndole un término de 15 días para que cumpla con las obligaciones tributarias y documentalmente justifique su incumplimiento. De no haberlo, la Dirección Financiera ordenará la clausura del establecimiento.

**Art. 19.- DESTRUCCIÓN DE SELLO.-** La destrucción de sellos que impliquen la inactividad de actividades sin autorización y/o la oposición a la clausura, dará lugar a iniciar las acciones legales pertinentes, por Asesoría Jurídica Municipal.

**Art. 20.- EXENCIONES.-** Estarán exentos del pago de patentes municipales, los artesanos calificados como tales por la Junta Nacional de Defensa del Artesano quienes deberán justificar su calidad de tales en la Dirección Financiera Municipal.

**Art. 21.- NORMAS SUPLETORIAS.-** En todo lo que no estuviese prescrito en la presente ordenanza se sujetará a las disposiciones del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad) y el Código Tributario.

**Art. 22.- DEROGATORIA.-** La presente ordenanza deroga la aprobada por el Concejo Cantonal de Milagro en sesiones ordinarias del 14 y 22 de abril del 2005, y todas aquellas que se opongan a la presente.

**ART. 23.- VIGENCIA.-** La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado y firmado en la sala de sesiones del Ilustre Concejo Municipal de Milagro, a los 21 días del mes de diciembre del año 2010.

Ing. Juan Basillas Aguirre, VICE-ALCALDE DEL CONCEJO  
Ing. Pilar Rodríguez Quinto, SECRETARIA DEL CONCEJO

**SECRETARÍA MUNICIPAL.-** La infrascrita Ing. Pilar Rodríguez Quinto, Secretaria del Concejo, CERTIFICA: Que la presente "ORDENANZA SUSTITUTIVA PARA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECALCULACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL DE TODA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL CANTÓN MILAGRO" fue discutida y aprobada por el Ilustre Concejo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro en Sesiones Ordinarias del 14 y 21 de diciembre de 2010, en primer y segundo debate respectivamente.

# ANEXO # 4

## Reglamento de funcionamiento

Gaceta Oficial N°1

Enero de 2011... 9

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en sus artículos 546 al 551 establece a favor de los municipios el derecho del impuesto de patentes municipales y metropolitanas a todos los comerciantes e industriales y todas las personas que ejerzan permanentemente cualquier actividad de orden económico dentro del cantón respectivo;

Que, la norma legal antes mencionada en su Art. 548, dispone que el Concejo mediante Ordenanza establecerá la tarifa del impuesto anual en función del patrimonio de los sujetos pasivos de este impuesto dentro del cantón, siendo la tarifa mínima de diez dólares (US 10.00) y la máxima de veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (US 25,000.00);

Que, el Art. 492 del COOTAD dice que las municipalidades y distritos metropolitanos reglamentarán por medio de ordenanzas el cobro de sus tributos;

Que, el Art. 57 del COOTAD, dice que entre las atribuciones del concejo municipal le corresponde regular, mediante ordenanza, la aplicación de tributos previstos en la ley a su favor;

Que, es necesario actualizar y armonizar la Ordenanza antes mencionada con el nuevo Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

En virtud de las atribuciones que le confiere las disposiciones legales transcritas:

EXPIDE:

### LA "ORDENANZA SUSTITUTIVA PARA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL DE TODA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL CANTÓN MILAGRO".

**Art. 1.- OBJETO DEL IMPUESTO (MATERIA IMPONIBLE).** Establécese el impuesto de patente anual municipal que se aplicará sobre las actividades comerciales, industriales, financieras, de servicios y económicas en general, expresada en el valor de la base imponible.

**Art. 2.- SUJETOS PASIVOS.** Son sujetos pasivos del impuesto de patentes municipales, todas las personas naturales, jurídicas, sociedades de hecho y propietarios de negocios individuales, nacionales, extranjeros, y todos los profesionales, que permanentemente ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras y de servicios, que obligatoriamente deberán registrarse en el catastro de patente anual municipal.

Son sujetos pasivos en calidad de contribuyentes las personas naturales; en calidad de responsables:

- Los Directores, Presidentes, Gerentes o representantes de las personas jurídicas y directivos de las colectivos con personalidad legalmente reconocida;
- Los representantes legales de menores no emancipados y los tutores o curadores con administración de negocios de los demás incapaces;
- Los que directos, indirectos o tengan la disponibilidad de negocios de empresas colectivas que forman de personalidad jurídica;
- Los mandatarios, apoderados, apoderados o gestores voluntarios respecto de los negocios que administran o dispongan;
- Los adquirentes de negocios o empresas por los impuestos de patentes municipales que se hallan otorgando el vendedor, generados en la actividad de dichos negocios o empresas que se transfieren, por el año que se realice la transferencia y por los dos años anteriores, responsabilidad que se limitará al valor de esos bienes;
- Las sociedades que sustituyan a otras, haciéndose cargo del activo y el pasivo en todo o en parte, sea por fusión, transformación, absorción o cualquier otra forma. La responsabilidad comprenderá a los impuestos de patentes municipales adeudados por aquellas hasta la fecha del respectivo acto;
- Los sucesores a título universal, respecto de los impuestos de patentes municipales adeudados por el causante; y
- Los donatarios y los sucesores a título singular, respecto de los impuestos de patentes municipales adeudados por el donante o causante correspondiente a los negocios legados o donados.

**Art. 3.- OBLIGACIONES DE LOS SUJETOS PASIVOS.** Los sujetos pasivos del impuesto de patentes están obligados a cumplir con los deberes formales establecidos en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), el Código Tributario, en todo cuanto se relacione con este impuesto; y experimentando con lo siguiente:

- Inscribirse en el catastro del impuesto de patentes que para la determinación de este impuesto llevará la Oficina de la Jefatura de Rentas;
- Presentar la declaración de su patrimonio de operación de la actividad económica, en los formularios entregados por la Administración Tributaria Municipal, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;
- Facilitar a los funcionarios autorizados de la Administración Tributaria Municipal las inspecciones o verificaciones tendientes al control o a la determinación del impuesto de patentes municipales, exhibiendo las declaraciones, informes, libros, registros y demás documentos proporcionados para tales efectos y formular las declaraciones que les fueren solicitadas; y,

d) Convenir a las oficinas de la Administración Tributaria Municipal, cuando su presencia sea requerida por la administración.

**Art. 4.- DEL DOMICILIO TRIBUTARIO.** Para todos los efectos tributarios relativos al impuesto de patentes municipales, se tendrá como domicilio:

- Para las personas naturales, cualquier lugar ubicado dentro de la jurisdicción del cantón Milagro donde residan habitualmente o permanentemente ejerzan sus actividades económicas;
- Para las personas jurídicas, el lugar señalado en el contrato social o en los respectivos estatutos; y, en su defecto, cualquier lugar de la jurisdicción de este cantón donde permanentemente ejerzan sus actividades económicas;
- Para sociedades de hecho cualquier lugar de la jurisdicción del cantón Milagro donde funcionen permanentemente sus negocios; y,
- Las personas domiciliadas en el exterior, naturales o jurídicas que mantuvieren actividades económicas dentro de la jurisdicción del cantón Milagro y que por tanto, son contribuyentes del impuesto de patentes municipales, están obligados a instituir representantes y fijar domicilio en el cantón Milagro; y, comunicar del particular a la Administración Tributaria Municipal.
- Si omitieren tales deberes, se tendrá como representante a las personas que ejecutaren tales actividades.

**Art. 5.- SUJETO ACTIVO DEL IMPUESTO.** El sujeto activo del impuesto de patente anual es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Francisco de Milagro, administrada por la Dirección Financiera Municipal a través del Departamento de Rentas.

**Art. 6.- FACULTADES DEL SUJETO ACTIVO.** A la Dirección Financiera Municipal se le otorga las siguientes facultades:

- Solicitar a la Superintendencia de Compañías, de Bancos y otras entidades, la lista actualizada de las compañías, entidades financieras, cooperativas y asociaciones cuyo domicilio se halle en el cantón Milagro;
- Solicitar a los diversos gremios empresariales del cantón, la nómina actualizada de sus afiliados, con indicación de la actividad económica, dirección, representante legal, domicilio y patrimonio;
- Requerir al Servicio de Rentas Internas copia del registro único de contribuyente, así como de las declaraciones del impuesto a la renta de los contribuyentes que se requiera; y,
- Solicitar a terceros cualquier información relacionada con la realización del hecho generador de este impuesto.

**Art. 7.- PLAZO PARA DECLARAR Y OBTENER LA PATENTE.** Para ejercer permanentemente una actividad comercial, industrial, financiera, de servicio o de carácter económico en general, dentro de la jurisdicción del cantón Milagro, se requiere la obtención de la patente anual, previa la inscripción en el registro municipal, que para estos efectos, mantendrá la Oficina de la Jefatura de Rentas.

La patente anual se deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que se inician las actividades gravadas con este impuesto, o durante el mes de enero de cada año para los negocios ya establecidos y para las personas jurídicas o obligados a llevar contabilidad lo harán hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la Renta. El incumplimiento a esta norma se sancionará con una multa que será equivalente al tres por ciento (3%) por cada mes o fracción de mes de retraso en la presentación de la declaración y pago, misma que se calculará sobre el impuesto causado según la respectiva declaración; multa que no excederá del 100% de dicho impuesto a la patente anual. Esta sanción será determinada, liquidada y pagada por el sujeto pasivo, sin necesidad de resolución administrativa previa, caso de no hacerlo, la Municipalidad las cobrará aumentadas en un 20%, sin perjuicio de los intereses de mora que origina el incumplimiento y, en caso de concurrencia de infracciones, se aplicarán las sanciones que procedan según lo previsto en el Libro IV del Código Tributario.

**Art. 8.- DEL REGISTRO Y CATASTRO DEL IMPUESTO DE PATENTE ANUAL.** El sujeto pasivo del impuesto de patentes municipales, deberá presentar al Departamento de Rentas Municipales, los siguientes documentos:

Las personas naturales:

- Formulario de declaración de patente;
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación; y,
- Copia del registro único de contribuyente o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE).

Las sociedades:

- Formulario de declaración de patente;
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal;
- Copia del acta o resolución de constitución de la compañía original y copia;
- Original y copia de los balances y declaraciones presentados a la Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos y/o Servicio de Rentas Internas.

La Oficina Municipal de Rentas, llevará el catastro de patente anual, donde se registrará la información consignada en el formulario de declaración que fuere el contribuyente, formulario valorado que será adquirido en la Tesorería Municipal y será llenado por el interesado, con los siguientes datos:

- Nombres y apellidos completos del sujeto pasivo o razón social;
- Número de cédula de ciudadanía o pasaporte;
- Nacionalidad;

**ANEXO # 5**

**Pago de predios urbanos**

**COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA**

MES: ABR DIA: 27 AÑO: 2011 C.A. No: 14 No: 000283451

CONTRIBUYENTE: ILUSTRE M. MILAGRO MENDOZA SAQUISILI MARIA ROSARIO  
 Direccion: CALLE MIGUEL VALVERDE ENTRE INGLATERRA Y PEDRO VI  
 CECUCA - R.L.C. - CODIGO CATASTRAL: 1105-25-77-0-0-0-0  
 CODIGO TRANSACC.: URB

**PAGO DE PREDIOS URBANO Y ADICIONALES 2011**  
 TITULO DE CREDITO No. O 62934  
 Avaluo Prop. Urb. \$ 79 687,18  
 CUERPO DE BOMBEROS 11,95

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$ *****11,95
CHEQUES	\$ *****0,00
N/C y/o TRANSFER	\$ *****0,00
<b>TOTAL RECIBIDO</b>	<b>\$ *****11,95</b>

0248822

MUNICIPALIDAD DE TESOALCAYA  
 27 ABR 2011  
 11:40:20  
 SELLO Y FIRMAS DEL CAJERO  
**PAGADO**

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] TESORERO MUNICIPAL: [Firma] JEFE DE RENTAS: [Firma]

**ANEXO # 6**

**Pago de patente anual municipal**

**COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA**

MES: NOV DIA: 24 AÑO: 2010 C.A. No: 8 No: 000011831

CONTRIBUYENTE: BERNANDEZ FRANCO ZOILA ELIZABETH  
 Direccion: TORRES CAUSANA Y ENRIQUE VALDEZ  
 CERULA - R.L.C. - CODIGO CATASTRAL: 0008084599001  
 CODIGO TRANSACC.: PAT

**PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL Y ADICIONALES 2010**  
 TITULO DE CREDITO No. P-2321

IMP. PATENTE	37,00
REG. SANITARIO	2,00
FORMULARIOS	6,00
EMISION	5,00
<b>Total</b>	<b>50,00</b>

Ingresos: 2,95 Multas y sanciones: 0,00 Costos: 0,00

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$ *****50,95
CHEQUES	\$ *****0,00
N/C y/o TRANSFER	\$ *****0,00
<b>TOTAL RECIBIDO</b>	<b>\$ *****50,95</b>

018380


MUNICIPALIDAD DE TESOALCAYA  
 24 NOV 2010  
 11:25:52  
 SELLO Y FIRMAS DEL CAJERO

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] TESORERO MUNICIPAL: [Firma] JEFE DE RENTAS: [Firma]



## ANEXO # 7

### Título de crédito para uso de sueldos

	<p>★★★★★ GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN <b>SAN FRANCISCO DE MILAGRO</b></p>	
<p>DIRECCION DE URBANISMO, ARQUITECTURA Y CONSTRUCCION D.U.A.C</p>		
<p><i>ORDEN DE PAGO</i></p>		
<p>MEMORANDUM N°: GADCM- DUAC-2011-2629-M Fecha 31 de octubre de 2011</p>		
PARA:	Ec. Fabian Andrade <b>DIRECTOR FINANCIERO</b>	
ASUNTO :	ordenes de pago	
<hr/>		
<p>Agradeceré ordenaría emisión de un título de crédito por el valor de \$2,00 (DOS DOLARES) por concepto de certificado uso de sueldo para SPORT ZONE ubicado en la calle 5 de junio y Rocafuerte a nombre de Cuervo Gustavo</p>		
<p>Atentamente</p>		
<p>Arq. Jorge Bahamonde M. <b>DIRECTOR DE LA D.U.A.C</b></p>		

# ANEXO # 8

## Certificados de usos de sueldos

		GOBIERNO AUTÓNOMO DEPARTAMENTAL DEL CAJÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO <b>COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA</b>			MES NOV	DIA 14	AÑO 2011	CAJA No. 5	No. 000010675										
CONTRIBUYENTE CHAFLA TENESACA MAGDALENA					CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL			CODIGO TRANSACC. VAR											
<b>CERTIFICADOS DEUSOS DE SUELO, LINEA DE FABRICA,</b> CERTIFICADOS DE LINEA DE FABRICA Y NORMAS DE CONSTRUCCION CLAVE CATASTRAL: 03-02-47-08 Dirección : CDLA. LOS CAÑAVERALES					<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>VALOR RECIBIDO</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>EFFECTIVO</td> <td>\$ .....4.00</td> </tr> <tr> <td>CHEQUES</td> <td>\$ .....0.00</td> </tr> <tr> <td>N/C y/o TRANSFER</td> <td>\$ .....0.00</td> </tr> <tr> <td><b>TOTAL RECIBIDO</b></td> <td><b>\$ .....4.00</b></td> </tr> </tbody> </table>						VALOR RECIBIDO	EFFECTIVO	\$ .....4.00	CHEQUES	\$ .....0.00	N/C y/o TRANSFER	\$ .....0.00	<b>TOTAL RECIBIDO</b>	<b>\$ .....4.00</b>
	VALOR RECIBIDO																		
EFFECTIVO	\$ .....4.00																		
CHEQUES	\$ .....0.00																		
N/C y/o TRANSFER	\$ .....0.00																		
<b>TOTAL RECIBIDO</b>	<b>\$ .....4.00</b>																		
					GOBIERNO AUTÓNOMO DEPARTAMENTAL DEL CAJÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO DIRECCIÓN FINANCIERA - TESORERIA 0314341 14 NOV 2011 10:59:45 PLORES Y FIRMA DEL CAJERO														
 DIRECTOR FINANCIERO		 TESORERO MUNICIPAL		 JEFE DE RENTAS		<b>PAGADO</b>													

## ANEXO # 9

### Fotos con los entrevistados



# ANEXO # 10

## Cuadro # 54

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PERIODO	CAPITAL	INTERES	PAGO	SALDO
				<b>21.416,60</b>
1	356,94	249,86	606,80	21.059,66
2	356,94	245,70	602,64	20.702,71
3	356,94	241,53	598,47	20.345,77
4	356,94	237,37	594,31	19.988,83
5	356,94	233,20	590,15	19.631,88
6	356,94	229,04	585,98	19.274,94
7	356,94	224,87	581,82	18.918,00
8	356,94	220,71	577,65	18.561,05
9	356,94	216,55	573,49	18.204,11
10	356,94	212,38	569,32	17.847,17
11	356,94	208,22	565,16	17.490,22
12	356,94	204,05	561,00	17.133,28
1	<b>4.283,32</b>	<b>2.723,48</b>	<b>7.006,80</b>	<b>17.133,28</b>
13	356,94	199,89	556,83	16.776,34
14	356,94	195,72	552,67	16.419,39
15	356,94	191,56	548,50	16.062,45
16	356,94	187,40	544,34	15.705,51
17	356,94	183,23	540,17	15.348,56
18	356,94	179,07	536,01	14.991,62
19	356,94	174,90	531,85	14.634,68
20	356,94	170,74	527,68	14.277,73
21	356,94	166,57	523,52	13.920,79
22	356,94	162,41	519,35	13.563,85
23	356,94	158,24	515,19	13.206,90
24	356,94	154,08	511,02	12.849,96
2	<b>4.283,32</b>	<b>2.123,81</b>	<b>6.407,13</b>	<b>12.849,96</b>
25	356,94	149,92	506,86	12.493,02
26	356,94	145,75	502,70	12.136,07
27	356,94	141,59	498,53	11.779,13
28	356,94	137,42	494,37	11.422,19
29	356,94	133,26	490,20	11.065,24
30	356,94	129,09	486,04	10.708,30
31	356,94	124,93	481,87	10.351,36
32	356,94	120,77	477,71	9.994,41
33	356,94	116,60	473,54	9.637,47
34	356,94	112,44	469,38	9.280,53
35	356,94	108,27	465,22	8.923,58
36	356,94	104,11	461,05	8.566,64
3	<b>4.283,32</b>	<b>1.524,15</b>	<b>5.807,47</b>	<b>8.566,64</b>
37	356,94	99,94	456,89	8.209,70
38	356,94	95,78	452,72	7.852,75
39	356,94	91,62	448,56	7.495,81
40	356,94	87,45	444,39	7.138,87
41	356,94	83,29	440,23	6.781,92
42	356,94	79,12	436,07	6.424,98
43	356,94	74,96	431,90	6.068,04
44	356,94	70,79	427,74	5.711,09
45	356,94	66,63	423,57	5.354,15
46	356,94	62,47	419,41	4.997,21
47	356,94	58,30	415,24	4.640,26
48	356,94	54,14	411,08	4.283,32
4	<b>4.283,32</b>	<b>924,48</b>	<b>5.207,80</b>	<b>4.283,32</b>
49	356,94	49,97	406,92	3926,38
50	356,94	45,81	402,75	3569,43
51	356,94	41,64	398,59	3212,49
52	356,94	37,48	394,42	2855,55
53	356,94	33,31	390,26	2498,60
54	356,94	29,15	386,09	2141,66
55	356,94	24,99	381,93	1784,72
56	356,94	20,82	377,77	1427,77
57	356,94	16,66	373,60	1070,83
58	356,94	12,49	369,44	713,89
59	356,94	8,33	365,27	356,94
60	356,94	4,16	361,11	0,00
5	<b>4.283,32</b>	<b>324,82</b>	<b>4.608,14</b>	<b>0,00</b>