



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

ÁREA JURIDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TITULO:

“Factibilidad para la Implementación de una Empresa de Servicio de Reforma de Construcción en la Ciudad de Loja.”

TESIS PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL GRADO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

AUTOR

Jairo Raúl Barba Orellana

DIRECTOR:

Ing.Com Sergio Mauricio León Pineda. MAE

LOJA- ECUADOR

2017



**Educación
sinónimo de
Libertad**

CERTIFICACIÓN

Ing.Com Sergio Mauricio León Pineda, MAE

**DOCENTE DE LA UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA, ÁREA JURÍDICA,
SOCIAL Y ADMINISTRATIVA.**

CERTIFICA:

Que el presente trabajo de investigación titulado, **JAIRO RAÚL BARBA ORELLANA**, con cedula de identidad N°. 1104914963, la misma que se denomina: "**FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE REFORMA DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA.**", la cual cumple con los requisitos de fondo y forma estipulados en el Reglamento General de la Universidad Nacional de Loja, el mismo que ha sido coordinado y revisado durante todo el proceso de desarrollo dentro del cronograma establecido, desde su inicio hasta la culminación, por lo cual autorizo su presentación.

Es todo cuanto puedo certificar para los fines pertinentes

Loja, Diciembre del 2016



Ing.Com Sergio Mauricio León Pineda, MAE

DIRECTOR DE TESIS

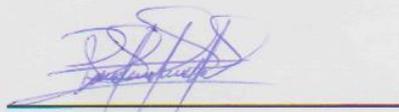
AUTORÍA

Yo, Jairo Raúl Barba Orellana declaro ser autor del presente trabajo de tesis y relevo expresamente a la Universidad Nacional de Loja; y a sus representantes, de posibles reclamos o acciones legales, por el contenido de la misma.

Adicionalmente acepto y autorizo a la Universidad Nacional de Loja, la publicación de mi tesis en el Repositorio Institucional – Biblioteca Virtual.

AUTOR: Jairo Raúl Barba Orellana

FIRMA:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jairo Raúl Barba Orellana', is written over a horizontal line.

CEDULA: 1104914963

FECHA: Loja, enero de 2017

CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, PRODUCCIÓN PARCIAL Y TOTAL, Y LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TEXTO COMPLETO

Yo, **Jairo Raúl Barba Orellana**, declaro ser la autora de la tesis titulada: **“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE REFORMA DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA.”** como requisito para obtener el grado de **Ingeniero en Administración de Empresas**; autorizo al Sistema Bibliotecario de la Universidad Nacional de Loja para que con fines académicos, muestre al mundo la producción intelectual de la Universidad, a través de la visibilidad de su contenido de la siguiente manera en el Repositorio Digital Institucional.

Los usuarios puedan consultar el contenido de este trabajo en el RDI, en las redes de información del país y del exterior, con los cuales tenga convenio la Universidad.

La Universidad Nacional de Loja, no se responsabiliza por el plagio o copia de la tesis que realice un tercero

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Loja, a 19 días del mes de enero del 2017, firma la autora.

FIRMA: _____

AUTOR: Jairo Raúl Barba Orellana

CEDULA: 1104898679

DIRECCION: Loja, El Valle

CORREO ELECTRÓNICO: jairobarba57@gmail.com

TELÉFONO: 0987612753

DATOS COMPLEMENTARIOS

DIRECTOR DE TESIS: Ing.Com Sergio Mauricio León Pineda, MAE

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Manfredo Jaramillo Luna (Presidente)

Mg. César Augusto Neira Hinostroza

DEDICATORIA

El presente trabajo va dedicado primeramente a Dios por haberme dado la vida, permitirme llegar hasta este momento, con sus bendiciones y darme lo necesario para seguir adelante día a día para lograr mis metas.

A mis padres y hermanas por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

Jairo Raúl Barba Orellana

AGRADECIMIENTO

Primeramente quiero expresar un sincero agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a todos mis maestros que me supieron compartir todos sus conocimientos para poder llegar a cumplir con mi proyecto de Grado.

A mis Padres

Que han estado en todo momento con su apoyo, sus consejos y motivación para culminar con este proyecto

A mis hermanas

Quienes me han comprendido, apoyado y motivado en todo momento.

A **todos mis amigos** por el apoyo que me supieron dar.

GRACIAS A TODOS

a. TÍTULO

**“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE
SERVICIO DE REFORMA DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA.”**

b. RESUMEN

El presente proyecto se realizó con el propósito de efectuar el tema titulado **"FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE REFORMA DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA."**, como una alternativa para que los habitantes de la localidad tengan un servicio de calidad que cumpla con, los requerimientos gustos y preferencias del cliente y contribuyendo de esta forma al desarrollo socio-económico de la ciudad de Loja.

El presente proyecto tiene por objetivo realizar un estudio de factibilidad para implementar una empresa de servicios de reforma de construcción, el cual está conformado por cuatro estudios como son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y estudio financiero.

Para realizar el proyecto se utilizó una metodología basada en los métodos: deductivo e inductivo, luego se tomó en cuenta la técnica de la encuesta, la misma que fue aplicada a la población de estudio de la ciudad de Loja con una muestra de 382 encuestas.

EL objetivo principal es determinar la factibilidad del proyecto, en base a los siguientes estudios; de mercado, técnico, administrativo y financiero, para lograr los objetivos nos basamos en lo siguiente:

En el Estudio de Mercado, se determinó la demanda y la oferta, mediante un análisis, que permitió determinar la demanda insatisfecha. Dándonos como resultado una demanda potencial de 53.998,49, una demanda efectiva de 47.579,09, un oferta de 106 dentro de ciudad, y mediante un

análisis permitió determinar una de manda insatisfecha en metros cuadrados de 11'641.851,02. Posterior a esto se realizó el plan de comercialización donde se establece las cuatro P's como son: producto, precio, plaza y promoción.

El estudio técnico se enfatiza en la capacidad Instalada de 324.120 metros cuadrados y utilizada de 76.960 metros cuadrados, la localización, tamaño de la planta, distribución de la planta, ingeniería del proyecto con la descripción de la maquinaria, equipo y herramientas requeridas, proceso productivo, flujo grama y diagramas y diagrama de procesos.

Además se ha establecido su organización Legal y administrativa con lo que se establece una Compañía Limitada, os diferentes niveles jerárquicos y las funciones que se debe desempeñar en cada uno de los puestos de trabajo en la empresa. Esta como tal, está estructurada y se ha previsto que la vida útil del proyecto sea de un período de cinco años, estando ubicada en la ciudad de Loja, cantón Loja.

El estudio financiero establece el monto de la inversión que es de \$410.665,27 dólares, el mismo que está conformado por el capital interno aportado por los dueños, y el capital externo obtenido a través de un crédito de \$150.000 dólares al Banco Nacional de Fomento con un interés del 15%. Como también se establece la estructura de los costos, el estado de pérdidas y ganancias, clasificación de costos y punto de equilibrio.

Al realizar la Evaluación Financiera del Proyecto, se obtuvo un Valor Actual Neto (VAN) de \$378.789,81 dólares; la Tasa Interna de Retorno (TIR) del

36.47%. La Relación Beneficio-Costo es \$ 1.90 centavos; el Periodo de Recuperación de Capitalice dará en 2 años, 3 meses y 10 días. Finalmente en lo que respecta al Análisis de Sensibilidad el estudio realizado nos determina que el proyecto resiste un incremento de 48,00% en los costos y una disminución del 25.00% en los ingresos.

Finalmente se concluye que el proyecto es factible como se lo demuestra matemáticamente por esta razón se recomienda su ejecución

Summary

The present project was carried out with the purpose of carrying out the theme entitled **"FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF A CONSTRUCTION REFORM SERVICE COMPANY IN THE CITY OF LOJA."**, As an alternative for the inhabitants of the locality to have a quality service Which complies with the customer's tastes and preferences and thus contributes to the socio-economic development of the city of Loja.

The present project aims to carry out a feasibility study to implement a construction reform services company, which is made up of four studies such as: market study, technical study, organizational study and financial study.

To carry out the project, a methodology based on the following methods was used: deductive and inductive, then the survey technique was taken into account, which was applied to the study population of the city of Loja with a sample of 382 surveys.

The main objective is to determine the feasibility of the project, based on the following studies; Market, technical, administrative and financial, to achieve the objectives we rely on the following:

In the Market Study, demand and supply were determined through an analysis, which allowed the determination of unsatisfied demand. Resulting in a potential demand of 53,998.49, an effective demand of 47,579.09, an offer of 106 within the city, and by means of an analysis it was possible to determine an unsatisfied demand in square meters of 11'641.851.02.

Subsequent to this was made the marketing plan where the four P's are established as: product, price, place and promotion.

The technical study emphasizes installed capacity of 324,120 square meters and used of 76,960 square meters, location, plant size, plant layout, engineering of the project with the description of the machinery, equipment and tools required, productive process, Gram flow and diagrams and process diagram.

In addition, it has established its Legal and administrative organization with what establishes a Limited Company, the different hierarchical levels and the functions that must be performed in each one of the jobs in the company. As such, it is structured and it is planned that the useful life of the project is of a period of five years, being located in the city of Loja, Canton Loja.

The financial study establishes the amount of the investment that is \$ 410.665,27 dollars, which is made up of the internal capital contributed by the owners, and the external capital obtained through a credit of \$150.000 dollars to the National Development Bank an interest of 15%. As well as establishing the structure of costs, the statement of profit and loss, classification of costs and break-even point.

When performing the Project Financial Assessment, a Net Present Value (NPV) of \$ 378,789.81 was obtained; The Internal Rate of Return (TIR) of 36.47%. The Benefit-Cost Ratio is \$ 1.90 cents; The Capitalization Recovery Period will give in 2 years, 3 months and 10 days. Finally, with respect to the Sensitivity Analysis, the study carried out determines that the

project resists a 48.00% increase in costs and a decrease of 25.00% in revenues.

Finally it is concluded that the project is feasible as shown mathematically for this reason its implementation is recommended

c. INTRODUCCIÓN

El desarrollo del país, indudablemente depende del trabajo de sus habitantes, sin embargo la centralización de las principales empresas en nuestro país, están localizadas en las ciudades de Quito y Guayaquil y en un menor grado en la ciudad de Cuenca, ya que la falta de iniciativa por parte del sector público como privado, la limitada inversión por parte de quienes estamos inmersos en el desarrollo empresarial en nuestra provincia de Loja, ha dado como resultado un limitado y bajo nivel de producción, contribuyendo a agudizar mayores niveles de pobreza por la falta de empleo, por ello es necesario que se adopten alternativas para que el sector privado pueda invertir y competir en iguales condiciones entre provincias.

La diversidad de producción permitió que las provincias como la de Loja se desarrolle en el campo empresarial, pasando de simples consumidoras a productoras, logrando eliminar la dependencia económica.

Teniendo conocimiento de la problemática ecuatoriana, se emprende en una verdadera alternativa y como mecanismo de diversificación de la producción de servicios planteando la necesidad de implementar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de reforma de construcción en la ciudad de Loja.

El presente proyecto en su primera parte se realizó la Introducción, donde se da una breve descripción de todo el trabajo investigativo; seguidamente se encuentra la Revisión de Literatura, que contiene los diferentes temas

relacionados con los estudios que son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional, estudio financiero y evaluación financiera. Así también consta de una Metodología, donde se detalla los diferentes métodos y técnicas utilizados para el análisis y recopilación de datos. Seguidamente tenemos los Resultados, en las cuales se encuentran las encuestas, que servirá para determinar la demanda y oferta.

Para demostrar la factibilidad de ejecución del presente proyecto, se lo ha estructurado de tal manera que inicie con la descripción del servicio, luego se expone en forma técnica el estudio del mercado mediante el análisis de demanda total, la demanda efectiva y la oferta del servicio, que permite nos permite determinar la demanda insatisfecha del servicio de reforma de construcción, además se analizó los factores de mercado como: producto, precio, plaza y promoción para elaborar el plan de comercialización.

Seguidamente se tiene el estudio técnico, donde se determinó el tamaño y localización en su macro y micro localización; ingeniería del proyecto con la descripción de maquinaria equipo y herramientas requeridas; distribución de la planta; descripción del proceso productivo; Flujo grama y diagrama de procesos.

En el estudio administrativo se define la estructura organizativa legal determinada como Compañía Limitada; así como también los organigramas posicional y estructural; el manual de funciones en el cual se determina las actividades del personal en la empresa.

El estudio financiero, en el cual se determinó la inversión y financiamiento del proyecto, además la evaluación del proyecto, para establecer su

conveniencia y ejecución, para lo que se analizó los siguientes indicadores como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Relación Beneficio Costo, Periodo de Recuperación de Capital, Análisis de Sensibilidad: con el incremento en los costos y disminución en los ingresos.

Finalmente se plantea las Conclusiones y Recomendaciones, a las que se llegó después de realizar el presente trabajo, las mismas que se pretenden sean válidas para ejecutar el proyecto.

d. REVISIÓN DE LITERATURA

1. MARCO REFERENCIAL

1.1. Historia de la construcción

A continuación, se da a conocer una breve historia de la evolución de la construcción, desde sus comienzos.

1.1.1. Historia de la construcción de edificios. Primitivo edificio: la

Edad de Piedra

Los cazadores-recolectores de la Edad de Piedra tardía, que se trasladó sobre una amplia zona en busca de alimentos, construyeron refugios temporales que aparecen en el registro arqueológico. Las excavaciones en un número de sitios en Europa antes de fecha de la circular 12.000aC muestran los anillos de piedras que se cree que han formado parte de esos refugios. Pudieron tener chozas hechas de postes de madera o han ponderado las paredes de tiendas de campaña hechas de pieles de animales, presumiblemente apoyado por postes centrales.

Una tienda de campaña ilustra los elementos básicos de control del medio ambiente que se ocupan de la construcción de edificios. La tienda de campaña crea una membrana a una nave en la lluvia y la nieve, el agua fría sobre la piel humana absorbe el calor del cuerpo. La membrana que reduce la velocidad del viento y del aire sobre la piel humana, también promueve la pérdida de calor. Que controla la transferencia de calor por el mantenimiento de los rayos calientes del sol y el aire caliente confinamiento en clima frío. También bloquea la luz y proporciona visuales privacidad. La

membrana debe ser apoyada contra las fuerzas de gravedad y el viento, una estructura que es necesaria. Las membranas de los cueros son fuertes en tensión (impuestas por las fuerzas de estiramiento), pero se debe añadir postes para tomar compresión (impuestas por las fuerzas de compactación). De hecho, gran parte de la historia de la construcción de edificios es la búsqueda de soluciones más sofisticadas a los mismos problemas básicos que la tienda se expone a resolver.

La revolución agrícola, con fecha a alrededor de 10.000 AC, dio un gran impulso a la construcción de edificios. La gente ya no viajó en busca de juego o sus rebaños, pero seguido se quedó en un lugar para cuidar sus campos. Las viviendas empezaron a ser más permanente. Registros arqueológicos son escasos, pero en el Oriente Medio se encuentran los restos de pueblos enteros de viviendas ronda llamada tholoi, cuyas paredes están hechas de arcilla envasados; todos los rastros de los techos han desaparecido. En Europa, tholoi fueron construidos de piedra en seco establecido con techos abovedados, todavía hay ejemplos (de más reciente construcción) de estas estructuras de colmena en los Alpes. Más tarde en Oriente Medio, el tholoi era una antecámara o salón de entrada parecida, que se adjunta a la circular de la cámara -los primeros ejemplos de la forma en planta rectangular edificio-. Aún después, la forma circular se abandonó en favor del rectángulo, como las viviendas fueron divididas en habitaciones, más y más viviendas fueron colocadas juntos en los asentamientos. El tholoi marcó un paso importante en la búsqueda de la

durabilidad, sino que fueron el comienzo de la construcción de mampostería.

Pruebas de construcción de edificios compuestos de arcilla y la madera, también se encuentran en Europa y el Oriente Medio. Las paredes fueron hechas de cañas o pequeños árboles jóvenes, que eran fáciles de cortar con herramientas de piedra. Ellos fueron levantados del suelo, atadas lateralmente con fibras vegetales y, a continuación, con un mayor lucido en arcilla húmeda para otorgar mayor rigidez e impermeabilización. Los techos no han sobrevivido, pero fueron probablemente las estructuras cubiertas con paja o crudo agrupados cañas. Ambas formas redondas y rectangulares se encuentran, por lo general con fogones centrales.

Edificios de madera de peso también apareció en el Neolítico culturas, a pesar de las dificultades de los grandes árboles cortados con herramientas de piedra se limitan a la utilización de maderas para grandes marcos. Estos cuadros fueron generalmente de planta rectangular, con una fila de columnas de apoyo a un soporte rígido y se pongan en venta las filas de columnas a lo largo de las paredes largas; las vigas se disponían a partir del soporte rígido contra vigas de la pared. La estabilidad lateral de la imagen se ha conseguido al enterrar las columnas en las profundidades de la tierra; el soporte rígido y las vigas fueron atados a las columnas con fibras vegetales. El material fue habitual tejados de paja: los pastos secos o cañas atadas juntas en pequeños paquetes, lo que a su vez estaban atadas en la superposición de un patrón a la luz que abarcó postes de madera entre las

vigas. Los techos horizontales producían fugas como consecuencia de la lluvia, pero, si se colocan en el ángulo, el agua de lluvia se drenaba antes de que hubiese tiempo para absorberse a través de los techos. Los primitivos constructores pronto determinaron la altura del techo que arrojar el agua pero no la paja. Muchos tipos de relleno se han utilizado en las paredes de estas casas marco, incluida la arcilla, cortezas de árboles (favorecida por los indios de América Bosque), y la paja. En la Polinesia e Indonesia, donde todavía están esas casas construidas, que se plantean sobre el nivel del suelo sobre pilotes para la seguridad y la sequedad, la cubierta es a menudo hecha de hojas y las paredes son en gran medida abiertas para permitir el movimiento del aire de enfriamiento natural. Otra variación de la imagen fue encontrada en Egipto y el Oriente Medio, donde la madera se ha sustituido por bloques de cañas. (Construmatica, 2007)

1.1.2. Reseña histórica de la construcción en el Ecuador

La industria de la construcción está como en las demás artes envuelta en la más completa obscuridad. Las referencias que se tienen son pocas, apenas suministran un conocimiento elemental de algunas características físicas de los asentamientos y edificaciones. Los primeros asentamientos según vestigios existentes obedecen a factores naturales y culturales que produjeron cierta variedad, en el tipo y localización de los asentamientos, fortificados y no fortificados, mientras que las dispersiones asumieron múltiples formas, desde cuevas, cobertizos, troncos de árboles y ramaje, estos fueron los primeros albergues que el hombre pudo fabricar con su propia mano.

De los Aborígenes que hoy llamamos Ecuador, usaron habitaciones, cavernas y agujeros en la tierra, o construcciones ligeras hechas de madera, cobertizos de árboles y hojas, para que los abandonaban en sus emigraciones, el arte de construir se puede decir que era desconocido en estos pueblos primitivos.

De los monumentos preincaicos ecuatorianos que se puede considerar dentro del campo de la construcción son sepulcros abiertos en la roca en forma de fosas, a mediados del siglo XV se introdujo en el país el arte de construir de manera más sólida, siendo el material predominante la piedra. (Ruinas de Inga pirca)

En la época republicana 1830-1860, no existía arquitectos titulados sino aficionados en el arte de construir como el del señor cónsul de Bélgica que en varias ocasiones dirigió construcciones de ladrillo y de cal, en cuyas fachadas habían pilastras, cornisas de coronación, y cornisas sobre las puertas y ventanas.

El presidente García Moreno tomo mayor interés por el adelanto material del país tanto en vías de comunicación como en edificios públicos, hizo venir profesores de la Escuela Politécnica dos arquitectos de nacionalidad inglesa y alemana, empezando la época de la verdadera arquitectura. Durante el gobierno de Eloy Alfaro y Leónidas Plaza se dio un cambio de estilo, del alemán al italiano lo cual se consiguió con la venida de profesionales de la construcción de nacionalidad Italiana. (Velastegui, 2014)

1.2. Reforma

Reforma es la acción y efecto de reformar o reformarse. Este verbo, por su parte, refiere a volver a formar, rehacer, modificar algo, enmendar o corregir la conducta de una persona.

La reforma suele ser una iniciativa o un proyecto que busca implantar una innovación o lograr una mejora en algún sistema o una estructura. Dicha reforma puede concretarse sobre algo físico y concreto (como una casa), o sobre una cuestión simbólica o abstracta (una ley, un modo de organización, etc.).

1.2.1. Tipos de reformas

- La reforma de vivienda puede incluir la construcción de un nuevo ambiente, el cambio del revestimiento del suelo, la aplicación de pinturas en las paredes y el techado de un ambiente exterior.
- Para reformar una legislación, se requiere la puesta en marcha de diversos mecanismos según el país o la región. Por lo general se necesita de un consenso social amplio y del acuerdo entre distintos sectores políticos. (Definiciones.de, 2011)

1.3. Construcciones

Del latín constructiō, construcción es la acción y efecto de construir. Este verbo hace mención a edificar, fabricar o desarrollar una obra de ingeniería o de arquitectura.

1.3.1. Tipos de construcciones

- **Clase A:** Las construcciones de este tipo de clase poseen una estructura soportante de acero, entrepisos de perfiles de acero o losas de hormigón armado.
- **Clase B:** Estas son aquellas edificaciones con estructura soportante de hormigón armado o con estructura mixta de acero con hormigón armado.
- **Clase C:** Construcción con muros soportantes de albañilería de ladrillo, confinado entre pilares y cadenas de hormigón. Entrepisos de losas de hormigón armado o entramados de madera.
- **Clase D:** Es una construcción con muros soportantes de albañilería de bloques o de piedra, confinado entre pilares y cadenas de hormigón armado. Entrepisos de losas de hormigón armado o entramados de madera.
- **Clase E:** Construcciones con estructura soportante de madera. Paneles de madera, de fibrocemento de yeso, cartón, o similares, incluidas las tabiquerías de madera. Los entrepisos son de madera.
- **Clase F:** Construcciones de adobe, tierra, cemento u otros materiales livianos aglomerados con cemento. Los entrepisos son de madera.
- **Clase G:** Construcciones prefabricadas con estructura metálica. Paneles de madera, prefabricados de hormigón, yeso cartón o relacionadas.

- **Clase H:** Son construcciones prefabricadas de madera. Paneles del mismo material, yeso cartón, fibrocemento o similares.
- **Clase I:** Construcción de placas o paneles de polietileno. Paneles de hormigón liviano, fibrocemento o paneles de poliestireno entre malla de acero para recibir mortero proyectado. (Definiciones.de, 2011)

1.4. Reforma de construcción

Reforma es el nombre que se da a un proceso de cambio de aspecto, de funcionalidad de una estructura (entendido en sentido amplio), o sea, una modificación en la forma o en el tamaño de la misma, o una ampliación, con fines de re modelamiento y adaptación a otros usos, incluyendo casi siempre también tareas de preservación y mantenimiento (tratamientos contra la acción de los elementos, pintura, impermeabilización, etc.).

En el área de la arquitectura, reforma en muchos casos implica reconstrucción total o parcial de una edificación, por estar la misma en estado ruinoso y de abandono, o por la necesidad de reparaciones necesarias para mantener mejorar, o para adaptar lo existente a un nuevo proyecto.

Cuando nos referimos a una reforma generalmente aludimos a un proceso total o parcial de modernización o readaptación de una vivienda unifamiliar, o de un negocio, o de una edificio de renta, pero también pudimos referirnos a un barrio entero o a toda una ciudad o poblado; en ese caso, el término más adecuado sería el de renovación urbana.

Una reforma en una vivienda, local, casa u oficina, consiste en realizar una serie de modificaciones o cambios, en los elementos que conforman la/s estancia/s, objeto de la reforma. Para llevar a cabo una reforma, se hace necesario contratar empresas especialistas en cada elemento de reforma.

Al realizar una reforma se pretende conseguir una mejora, de cada elemento a reformar y por tanto una mayor comodidad, confort y seguridad. Básicamente, todos los locales objeto de reforma, constan de los mismos elementos. Principalmente son los siguientes: la cocina, el cuarto baño/s, la calefacción y/o aire acondicionado, paredes, techos, suelos y puertas. Para realizar una reforma, en función de su envergadura, debemos tener en cuenta una serie de consideraciones de organización, contratación y legales.

Planificar la reforma

Planificar la reforma que vamos a realizar significa evitar sobresaltos y pérdidas de tiempo innecesarias, consiguiendo una mayor eficacia organizativa.

Tenemos que conjugar tres aspectos que se entrelazan entre si y sobre los cuales no puede haber ningún fallo de coordinación.

El cliente/s, el profesional/es y los materiales.

El cliente, persona que contrata los profesionales para la ejecución de la reforma, el profesional, persona que ejecuta la reforma.

Materiales, elementos empleados en la reforma

Una vez concretado que profesionales van a realizar la reforma y los materiales que hemos elegido para la misma, y disponemos de una fecha para el inicio de la misma, debemos tomar una serie de consideraciones que nos evitarán problemas y quebraderos de cabeza.

Principalmente existen 7 tipos de reformas en una vivienda, aplicables a cualquier local y que se suelen ejecutar por grupos, todas a la vez o independientes.

Estas reformas afectan a la cocina, baños, paredes, suelos, techos, ventanas y confort. (Seco, 2007)

Según (TECOPY) el proceso de edificación, acometer una reforma en una vivienda o local de negocio resulta un proceso laborioso que incluye la contratación de técnicos (arquitecto superior y arquitecto técnico para proyecto y dirección de obra), tramitación de licencias previas, contratación del constructor y posibles subcontratistas, seguimiento del proceso constructivo, seguimiento económico de la obra, tramitación de licencias de obra y urbanísticas, permisos, modificaciones en acometidas y suministros, etc.

Con el fin de liberar al cliente de cualquier tipo de gestión o molestia, pero con un contacto permanente con el mismo, y a fin de lograr un producto óptimo, adecuado a sus necesidades y con un coste económico optimizado.

1.4.1. Características del servicio

Las características del servicio de reforma de construcción que brindará la empresa, son:

Contacto con el cliente y toma de datos exhaustiva de las necesidades y objetivos perseguidos con la reforma.

En este contacto se brinda al cliente un asesoramiento completo sobre todos los aspectos que van a afectar al proceso de reforma teniendo en cuenta el inmueble del que se dispone y el resultado final deseado, especialmente si va a existir un cambio de uso, su posibilidad de realización y los aspectos normativos y técnicos a tener en cuenta.

- **Levantamiento arquitectónico del inmueble a reformar**, incluyendo la medición completa del mismo y la redacción de un levantamiento gráfico (plantas, secciones y alzados de estado actual).
- **Propuesta de diseño inicial** a partir de las premisas impuestas por el cliente, incluyendo un anteproyecto con planos arquitectónicos (plantas, alzados y secciones) y un reportaje infográfico completo del resultado final, con imágenes foto realísticas del resultado.
Asimismo se presenta una valoración económica inicial del inmueble, para que el cliente pueda tener una idea previa del coste de su proyecto.
- **Puesta en común del anteproyecto con el cliente**, para acometer las modificaciones o mejoras requeridas por el mismo en el diseño, o modificaciones para acomodarse al presupuesto deseado.
- **Estudio económico de costes reales de construcción**, y **optimización** de los mismos.

Revisión de las calidades de acabados e instalaciones para la adaptación a las necesidades del cliente y el presupuesto disponible.

- **Contratación de las obras de construcción** a partir del Proyecto de Ejecución o proyecto constructivo definitivo.
- **Dirección de Obra** por parte del equipo de Arquitectos Técnicos y Arquitectos Superiores (se asigna un especialista de cada grupo) y seguimiento exhaustivo durante todo el proceso constructivo, con control 100% de materiales, ensayos y ejecución de las unidades constructivas, con el fin de obtener un producto óptimo.
- **Realización de las gestiones posteriores a la construcción** (Proyecto Final de Obra, licencias, acometidas, recepción, y en su caso proyecto de actividad si ha cambiado ésta) y asesoramiento en los procesos posteriores a llevar a cabo por el cliente (modificaciones registrales o catastrales).
- **Entrega de llaves** al cliente del inmueble reformado y sin defectos, y en situación de legalidad con todos los trámites gestionados.

2. MARCO CONCEPTUAL

2.1. Administración de empresas

Proceso social que lleva consigo la responsabilidad de planear, coordinar, controlar y evaluar en forma eficiente los recursos humanos, materiales y económicos de una organización para de esa manera lograr un fin común.

2.2. Empresa

Es un conjunto de actividades llevadas a cabo por el empresario para la producción e intercambio de bienes y servicios, con el objeto de obtener un beneficio máximo, o por lo menos satisfactorio. (Fernández, 2012)

2.3. Proyecto

Proyecto es el conjunto de actividades planificadas, ejecutadas y supervisadas que, con recursos finitos tiene como objeto crear un producto o servicio único. (slideshare., 2012)

3. ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado, es uno de los estudios más importantes y complejos que debe realizar para la evaluación de proyectos, ya que, define el medio o entorno del proyecto, la demanda la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudia el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad- pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir, en cuanto al costo/ beneficio que cada una de estas variables pudiesen tener sobre la evaluación de proyectos, ya que detecta situaciones que condicionan los demás estudios. (Cordova, 2012).

3.1. Mercado

Entendemos por mercado el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar la transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no consumiéndolos aún, podrían hacerlo en el presente inmediato o en el futuro.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero. En un sentido económico general, mercado es un grupo de compradores y vendedores que están en un contacto lo suficientemente próximo para las transacciones entre cualquier par de ellos, afecte las condiciones de compra o de venta de los demás. (Menene, 2014)

3.2. Segmentación de mercado

La segmentación de mercado divide el mercado en grupos con características y necesidades semejantes para poder ofrecer una oferta diferenciada y adaptada a cada uno de los grupos objetivo. Esto permite optimizar recursos y utilizar eficazmente nuestros esfuerzos de marketing. (Espinosa, 2013)

3.3. Análisis de la demanda

“La demanda es el deseo que se tiene de un determinado producto pero que está respaldado por una capacidad de pago”.

"La demanda es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes, además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido".

Conocer la demanda es uno de los requisitos más importantes de mercadeo, pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes o servicios y a qué precio. En el análisis de la demanda, se deben estudiar aspectos tales como:

Los tipos de consumidores a los que se quiere vender los productos o servicios; segmentados por actividad, edad, sexo ubicación geográfica, ingresos, etc. (KOTLER)

3.4. Demanda

Gregory Mankiw, autor del libro "Principios de Economía", define la demanda como "la cantidad de un bien que los compradores quieren y pueden comprar" (GREGORY, 2010).

3.4.1. Demanda Potencial

La Demanda Potencial es el volumen máximo que podría alcanzar un producto o servicio monetarios. La Demanda Potencial del Mercado es la hipótesis respecto a cuantos individuos son posibles compradores del producto y se forma a partir de demandas individuales. (ALVAREZ)

3.4.2. Demanda Real

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que se consumen o utilizan de un producto, en el mercado.

3.4.3. Demanda Efectiva

La cantidad de bienes o servicios que en la práctica son requeridos por el mercado ya que existen restricciones producto de la situación económica, el nivel de ingresos u otros factores que impedirán que puedan acceder al producto aunque quisieran hacerlo.

3.4.4. Demanda Insatisfecha

Está constituida por la cantidad de bienes y servicios que hacen falta en el mercado para satisfacer las necesidades de la comunidad. (Marcial, 2011)

3.5. Oferta

Oferta o cantidad ofrecida, como "la cantidad de un bien que los vendedores quieren y pueden vender. (MANKIW, 2009)

3.6. Plan de comercialización

Consiste en tomar decisiones coherentes con la conclusiones y estrategias que se han desprendido del estudio de mercado previo. Podemos decir que el plan comercial se hace para resolver la cuestion base del marketing sobre como poner a la epresa en disposición de satisfacer las neseidades de los clientes obteniendo un beneficio economico.

3.6.1. Producto

Es la unión características que constituyen un elemento dispuesto a ser reconocido. Los productos tienen dos denominaciones los tangibles y los

intangibles. Los tangibles son los que podemos tocar, como por ejemplo un celular, un auto, un computador, etc. Los productos intangibles son los que no podemos palpar como: un estudio, el mantenimiento de un auto, etc. A esta clase de productos se les denominan servicios. En las clases de productos a veces se encuentran unos que son tangibles e intangibles como sería el caso de ir a una pizzería. (ACUÑA, 2013)

3.6.1.1. Producto principal

Es un producto o conjunto de productos, servicios y otros elementos de marketing que la empresa ofrece y presenta a un mercado para satisfacer las necesidades de los demandantes, también se lo puede denominar producto base al que se le agrega publicidad, envase, precio, marca entre otras. (Lafuente., 2012)

3.6.1.2. Producto sustituto

Los bienes sustitutos son bienes que compiten en el mismo mercado. Se puede decir que dos bienes son sustitutos cuando satisfacen la misma necesidad.

Con el avance tecnológico el sustituto se va posicionando sobre el otro hasta sacar al producto original del mercado.

Un ejemplo claro se ve en el área de la tecnología, donde los walkmans fueron reemplazados en principio por los discmans, y estos a su vez por los MP3, MP4

Al analizar o elegir un mercado en el cual queremos posicionar nuestro producto se debe tener en cuenta los riesgos que presentan en éste segmento los demás sustitutos.

Un segmento no es atractivo si existen sustitutos reales o potenciales del producto. Estos limitan los precios y utilidades esperadas que se pueden obtener en un segmento. La empresa tiene que observar muy de cerca las tendencias de los precios en los sustitutos. Si la tecnología avanza o la competencia aumenta en estas industrias sustitutas, es probable que los precios y utilidades disminuyan en el mercado. (SANTILLAN, 2012)

3.6.1.3. Producto complementario.

Un producto complementario es aquel que el consumidor adquiere para dar uso con el producto principal, es decir, se interrelacionan para satisfacer una necesidad y se complementa con el otro producto para encontrar un producto final.

3.6.2. Precio

Atribuye el poder adquisitivo al dinero pagado por cualquier grado de calidad que una empresa elija para producir. Una de las competencias más ardua en el mundo empresarial es la competitividad por precio de los productos, la cual se da en el comercio en donde hay mucha competencia por la poca diferenciación de características de un producto, cuando se da esta clase de competencia la predominación en el mercado las empresas tienen muy pocas utilidades, debido a las pocas ventas debido a la gran competencia, y por eso siempre se busca cambiar el mercado haciendo el

producto más competitivo mediante características diferenciadoras. Para ser competitivos en el precio una empresa debe de hacer un sin número de estrategias con él para reducir el precio de los productos, median rebaja de costos sin disminuir la calidad. Un ejemplo de lo anterior es cuando se hacen rebajas en los productos que se les suministran a los distribuidores para incentivarlos a vender a menor precio y a mayor cantidad.

3.6.3. Promoción

Son las estrategias que la empresa tiene realizar para que el público quiera consumir y comprar los productos se ofrezcan, esto es el convencimiento mediante la exaltación de las características del producto que se disponga.

La promoción se puede hacer por medio de una distribución de información que seda mediante la publicidad con sus respectivos medios, pero la promoción también incluye otras variables como por ejemplo las ventas, ofertas y relaciones públicas, las cuales son igual de impactadoras como la anterior promoción. Uno de los mejores medios de promoción es la sugerencia de un cliente satisfecho a otro individuo. Las empresas pueden implementar cualquier estrategia de promoción que mejor les parezca pero esta debe tener siempre como objetivo al cliente y a atraer más con la promoción de se realice.

3.6.4. Plaza

Se le denominan a los canales de distribución de los productos. Es la manera por la cual la compañía hace llegar un producto hasta el cliente. La distribución tiene diferentes canales por los cuales el consumidor obtiene

los productos, los cuales pueden ser: el directo, comprador mayorista y tiendas de retail, entre otras maneras de distribución. (ACUÑA, 2013)

4. ESTUDIO TÉCNICO

El objetivo del estudio técnico consiste en analizar y proponer diferentes alternativas de proyecto para producir el bien que se desea, verificando la factibilidad técnica de cada una de las alternativas. A partir del mismo se determinarán los costos de inversión requeridos, y los costos de operación que intervienen en el flujo de caja que se realiza en el estudio económico-financiero. Este incluye: tamaño del proyecto, localización. (SANTOS S. T., 2008).

4.1. Capacidad Instalada

Está determinada por el rendimiento o producción máxima que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Está en función de la demanda a cubrir durante el periodo de vida de la empresa.

Se mide en el número de unidades producidas en una determinada unidad de tiempo.

4.2. Capacidad Utilizada

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se hace trabajar la maquinaria, esta capacidad está determinada por el nivel de demanda que se desea cubrir durante un periodo determinado. En proyectos nuevos esta normalmente es inferior a la capacidad instalada en los primeros años

y generalmente luego de transcurrido medio periodo de vida de la empresa se estabiliza y es igual a la capacidad instalada. (Marcial, 2011).

4.3. Tamaño del proyecto

Hace relación a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante un periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto de que se trate, se refiere a la capacidad instalada y se mide en unidades producidas por año.

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se debe considerar aspectos fundamentales como: demanda existente, la capacidad a instalar, la capacidad a utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de la mano de obra, etc. El tamaño óptimo elegido debe ser aceptado únicamente si la demanda es inmensamente superior a la capacidad de producción ya que ello implicaría menor riesgo de mercado para el proyecto. (Marcial, 2011)

4.4. Localización del proyecto

Significa ubicar geográficamente el lugar en el que se implementara la nueva unidad productiva, para lo cual debe analizarse ciertos aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación; estos factores no son solamente los económicos, sino también aquellos relacionados con el entorno empresarial y de mercado.

4.4.1. Micro localización.

En este punto y apoyados preferentemente en la representación gráfica (planos urbanísticos) se indica el lugar exacto en el cual se implementara la empresa dentro de un mercado local.

4.4.2. Macro localización.

Tiene relación con la ubicación de la empresa dentro de un mercado a nivel local, frente a un mercado de posible incidencia regional, nacional e internacional. Para su representación se recurre al apoyo de mapas geográficos y políticos.

4.5. Factores de localización.

Constituyen todos aquellos aspectos que permitirán el normal funcionamiento de la empresa, entre los factores tenemos: abastecimiento de materia prima, vías de comunicación adecuadas disponibilidad de mano de obra calificada, servicios básicos indispensables (agua, luz, teléfono y alcantarillado, etc.), y; fundamentalmente el mercado hacia el cual está orientado el producto. (Marcial, 2011)

4.6. Ingeniería de proyectos

Es el conjunto de cálculos, especificaciones y dibujos que sirven para construir un aparato o un sistema. Es una actividad cíclica y única para tomar decisiones, en la que el conocimiento de las bases de la ciencia de ingeniería, la habilidad matemática y la experimentación se conjugan para poder transformar los recursos naturales en sistemas y mecanismos que satisfacen las necesidades humanas. (BACA URBINA, 2013)

4.6.1. Procesos de producción

Esta parte describe el proceso mediante el cual se obtendrá el producto o generara el servicio, es importante indicar cada una de las bases del proceso aunque no al detalle, pues en muchos casos aquello constituye información confidencial para manejo interno. Posteriormente debe incluirse el flujograma de proceso, es decir representa gráficamente el mismo, indicando el tiempo necesario para cada fase; además es importante incluir lo relacionado con el diseño del producto, indicando las principales características del mismo tales como: estado, color, peso, empaque, forma, ciclo de vida, etc.

4.7. Componente tecnológico

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de demanda a satisfacer. Para su determinación es punto clave la información sobre la demanda insatisfecha y su porcentaje de cobertura.

4.8. Infraestructura

Se relaciona exclusivamente con la parte física de la empresa, se determinan las áreas requeridas para el cumplimiento de cada una de las actividades en la fase operativa. En esta parte del estudio debe siempre contarse con el asesoramiento de los profesionales de la construcción; al igual que la tecnología debe guardar relación con el mercado y sus posibilidades de expansión.

4.9. Distribución de la planta

La distribución del área física así como la maquinaria y equipo debe brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Una buena distribución debe considerar los siguientes aspectos:

1. Control, todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.
2. Movilización, todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.
3. Distancia, el flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.
4. Seguridad, toda operación debe ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador.
5. Espacio, el espacio de trabajo debe ser considerado no solo en dos dimensiones, sino en forma tridimensional, esto es largo, ancho y alto.
6. Flexibilidad, la distribución debe ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo reunieran, sin entorpecer o imposibilitar el trabajo.
7. Globalidad, la distribución debe permitir la integración de todos los componentes del proceso en un mismo ambiente. (Marcial, 2011)

4.10. Flujograma

“EL Flujograma o Diagrama de Flujo, consiste en representar gráficamente hechos, situaciones, movimientos o relaciones de todo tipo, por medio de símbolos.

El Flujograma o Flujograma, es un diagrama que expresa gráficamente las distintas operaciones que componen un procedimiento o parte de este, estableciendo su secuencia cronológica. Según su formato o propósito, puede contener información adicional sobre el método de ejecución de las operaciones, el itinerario de las personas, las formas, la distancia recorrida el tiempo empleado, etc. (Adolfo, 2010)

4.11. Estructura organizativa empresarial

4.11.1. Estructura organizacional

Parte fundamental en la etapa de operaciones de la empresa es, la estructura organizativa conque esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforma la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompaña con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

4.11.2. Base Legal

Toda empresa para su libre operación debe reunir ciertos requisitos exigidos por la Ley, entre ellos tenemos:

1. Acta constitutiva.- Es el documento certificado de la conformación legal de la empresa, en él se debe incluir los datos referidos de los socios con los cuales se constituye la empresa.

2. La razón social o denominación.- Es el nombre bajo el cual una empresa operara, el mismo debe estar acuerdo al tipo de empresa conformada y conforme lo establece la Ley.

3. Domicilio.- Toda empresa en su fase de operación estará sujeta a múltiples situaciones derivadas de la actividad y del mercado, por lo tanto deberá indicar claramente la dirección domiciliaria en donde se la ubicara en caso de requerirlo los clientes u otra persona natural o jurídica.

4. Objeto de la sociedad.- Al constituirse una empresa se lo hace con un objeto determinado, ya sea: producir o generar o comercializar bienes o servicios, ello debe estar claramente definido, indicando además el sector productivo en el cual emprenderá la actividad.

5. Capital social.- Debe indicarse cuál es el monto del capital con que inicia sus operaciones la nueva empresa y la forma como este se ha conformado.

6. Tiempo de duración de la sociedad.- Toda actividad tiene un plazo de vida para el cual se planifica y sobre el cual se evalúa posteriormente para medir los resultados obtenidos frente a los esperados, por ello la empresa debe así mismo indicar para que tiempo o plazo operara.

7. Administradores.- Ninguna necesidad podrá ser eficiente si la administración general no es delegada o encargada a un determinado número de personas o una persona será quien responda por las acciones de la misma.

4.11.3. Estructura empresarial

Parte fundamental de la empresa en la etapa de operación de la empresa es, la estructura organizativa con que esta cuenta, ya que una buena organización permite asignar funciones y responsabilidades a cada uno de los elementos que conforman la misma. Esto hará posible, que los recursos, especialmente el Talento Humano sea manejado eficientemente. La estructura organizativa se representa por medio de los organigramas a los cuales se acompañan con el manual de funciones, en ella se establece los niveles jerárquicos de autoridad.

4.11.4. Niveles jerárquicos de autoridad.

- **Nivel Legislativo-Directivo.-** Es el máximo nivel de dirección de la empresa, son los que dictan las políticas y reglamentos bajo los cuales operara, está conformado por los dueños de la empresa, los cuales tomaran el nombre de Junta General de Socios o Junta General de Accionistas, dependiendo del tipo de empresa bajo el cual se haya constituido. Es el órgano máximo de dirección de la empresa, está integrado por los socios legalmente constituidos. Para su actuación está representado por la presidencia.
- **Nivel Ejecutivo.-** Este nivel está conformado por el Gerente – Administrativo, el cual será nombrado por el nivel Legislativo-Directivo y será el responsable de la gestión operativa de la empresa, el éxito empresarial se deberá en gran medida a su capacidad de gestión.

- **Nivel Asesor.-** Normalmente constituye este nivel el órgano colegiado llamado a orientar las decisiones que merecen un tratamiento especial. Generalmente toda empresa cuenta con un asesor Jurídico sin que por ello se descarte la posibilidad de tener asesoramiento de profesionales de otras áreas en caso de requerirlo.
- **Nivel de Apoyo.-** Este nivel se lo conforma con todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con las actividades administrativas de la empresa.
- **Nivel operativo.-** Está conformado por todos los puestos de trabajo que tienen relación directa con la planta de producción, específicamente en las labores de producción o el proceso productivo. (Marcial C. , 2011).

4.12.Organigrama

Los organigramas son la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa u organización que refleja, en forma esquemática, la posición de las áreas que la integran.

Similar a esta definición se debe señalar que se considera como una representación esquemática de la estructura formal de la empresa, donde se destaca jerarquías, cargos y líneas de comunicación y presenta una visión inmediata y resumida de la forma de distribución de la misma. (RODRIGUEZ, 2012).

4.12.1. Organigrama estructural

El organigrama estructural debe contener principalmente los siguientes datos.

Títulos de descripción condensada de las actividades. Esto incluye generalmente el nombre de la compañía y la actividad que se defina.

Nombre del funcionario que formuló las cartas.

Fecha del formulario.

Aprobación (del presidente, vice-presidente, ejecutivos, consejo de organización).

Leyenda, o sea, explicación de líneas y símbolos especiales. (ROJAS, ROMERO, SUAREZ, VELASQUEZ, & VILLAROEL, 2010).

4.12.2. Organigrama funciona

Se define como una representación gráfica que incluye las principales funciones que tienen asignadas cada jerarquía, además de las unidades y sus interrelaciones. (RODRIGUEZ, 2012).

4.12.3. Organigrama posicional

Indican las necesidades en cuanto a puestos y el número de plazas existentes o necesarias para cada unidad consignada. También se incluyen los nombres de las personas que ocupan las plazas. (THOMPSON, 2010).

4.13.Manuales

Son folletos, libros, carpetas, que de cualquier manera puedan canalizar en forma sistemática y ordenada los elementos administrativos de una empresa.

El contenido de estos está directamente relacionado con el tamaño de la empresa, el asunto a tratar, lo citados manuales no deben reflejar solo las leyes, reglas, decretos, sino que también deben poner en manifiesto la misión y visión que la empresa se ha planteado. (CHIAVENATO, 2011).

5. Estudio Financiero

Aquí se demuestra lo importante: ¿La idea es rentable?,. Para saberlo se tienen tres presupuestos: ventas, inversión, gastos. Que salieron de los estudios anteriores. Con esto se decidirá si el proyecto es viable, o si se necesita cambios, como por ejemplo, si se debe vender más, comprar maquinas más baratas o gastar menos.

Hay que recordar que cualquier "cambio" en los presupuestos debe ser realista y alcanzable, si la ganancia no puede ser satisfactoria, ni considerando todos los cambios y opciones posibles entonces el proyecto será "no viable" y es necesario encontrar otra idea de inversión.

Así, después de modificaciones y cambios, y una vez seguro de que la idea es viable, entonces, se pasara al último estudio.

El objetivo central del estudio económico es la determinación de los métodos económicos del proyecto y para ello hay la necesidad de identificar

las necesidades de inversión, los ingresos, los gastos, la utilidad y rentabilidad del proyecto.

Los estudios financieros tienen efecto directo sobre el anterior y su objetivo central es determinar las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de ellas y las posibilidades reales de tener acceso a dichas fuentes. (Marcial C. , 2011)

5.1. Inversiones

Esta parte se refiere a las erogaciones que ocurren en la fase pre-operativa y operativa de la vida de un proyecto y representa desembolsos de efectivo para la adquisición de activos. (Marcial C. , 2011).

5.1.1. Las inversiones se clasifican en tres categorías:

- **Activo fijo:** se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido.
- **Activo diferido:** está integrado por valores cuya recuperabilidad está condicionada generalmente por el transcurso del tiempo; es el caso de inversiones realizadas por el negocio y que en un lapso se convertirán en gastos. Así, se pueden mencionar los gastos de instalación, las primas de seguro, etc.
- **Activo circulante o Capital de trabajo:** es aquel activo líquido a la fecha de cierre del ejercicio, o convertible en dinero dentro de los doce meses. Además, se consideran corrientes a aquellos activos

aplicados para la cancelación de un pasivo corriente, o que evitan erogaciones durante el ejercicio. Son componentes del activo corriente las existencias, los deudores comerciales y otras cuentas a cobrar, las inversiones financieras a corto plazo y la tesorería.

5.2.1. Financiamiento

El financiamiento no es más que los recursos monetarios financieros necesarios para llevar a cabo una actividad económica, con la característica esencial que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios. Puede ser contratado dentro y fuera del país a través de créditos, empréstitos, de obligaciones derivadas de la suscripción o emisión de títulos de crédito o cualquier otro documento pagadero a plazo. (ROJAS YISEL, 2012).

5.2.2. Fuentes y usos de fondos

Mediante cuadros se representan el origen del dinero que financia la inversión y el destino final que se le da a este. Pueden realizarse desde las perspectivas macro-económicas y micro-económicas; desde el punto de vista macro-económico permiten apreciar el grado de vinculación entre el gobierno, al sector privado, la empresa y el apoyo internacional; en el aspecto microeconómico permite conocer claramente la forma de financiamiento del proyecto para su etapa de implementación y operación.

Las fuentes de fondos se agrupan de acuerdo a su origen. Y pueden ser fuente interna cuando el capital es propio y fuente externa cuando el capital es prestado; los usos corresponden a dos etapas del proyecto: a la

inversión que se realiza durante la etapa de implantación y a la cobertura de costos y gastos que suceden en la etapa de operación. (Marcial C. , 2011).

5.2.3. Análisis de costos

Para este análisis nos valemos de la contabilidad de costos, la misma que es una parte especializada de la contabilidad y constituye un subsistema que hace el manejo de los costos de producción a efectos de determinar el costo real de producir o generar un bien o un servicio, para con estos datos fijar el precio con el cual se pondrá en el mercado el nuevo producto. (Marcial C. , 2011)

5.2.3.1. Costos de producción fabricación

Los costos de producción están dados por los valores que fue necesario incurrir para la obtención de una unidad de costo, se incorporan en el producto y quedan capitalizados en los inventarios hasta que se vendan los productos.

Los elementos del costo.

Materiales directos

Mano de obra directa

Costos generales de fabricación. (Marcial C. , 2011)

5.2.3.2. Costos de operación

- **Gastos de administración:** Son los gastos necesarios para desarrollar las labores administrativas de la empresa, entre estos tenemos: remuneraciones, suministros etc. (Marcial C. , 2011).
- **Gastos financieros** Se incluye bajo este rubro los valores correspondientes al pago de los intereses y otros rubros ocasionados por la utilización del dinero proporcionado en calidad de préstamos, comisiones bancarias, etc. (Marcial C. , 2011).
- **Gastos de ventas** Bajo este rubro se incluyen los valores correspondientes al pago por concepto de actividades que se realiza para asegurar la venta del producto.
- **Otros gastos** Es importante tomar en cuenta que en caso de obtener un crédito que financie la inversión, el plazo para lo que son otorgados los mismos son siempre inferiores al horizonte del proyecto, por tanto, es indispensable que se prevea la forma de amortizar la deuda sin depender del flujo de caja ya que no puede tenerse la certeza de obtener siempre flujos positivos durante la etapa de operación (Marcial C. , 2011)

5.2.4. Establecimiento de precio

Para establecer el precio de venta, se debe considerar siempre como base el costo total de producción, sobre el cual se adicionará un margen de utilidad.

Para ello existen dos métodos:

5.2.4.1. Método rígido

Denominado también método del costo total ya que se basa en determinar el costo unitario total y agregar luego un margen de utilidad determinado.

$$\text{PVP} = \text{CT} + \text{MU}.$$

5.2.4.2. Método flexible

Toma en cuenta una serie de elementos determinantes del mercado, tales como: sugerencias sobre precios, condiciones de la demanda, precios de competencia, regulación de precio, etc. Lo cual permite realizar una mejor cobertura del mercado. (Marcial C. , 2011).

5.2.5. Clasificación de costos

El conocimiento, el análisis y el control de los costos en una empresa son vitales para su éxito.

Aunque nadie puede dudar de que los costos existan y son reales, esto no implica que sean conocidos y comprendidos en todas las empresas. Tradicionalmente, se lleva una contabilidad encaminada en primer término a las declaraciones fiscales de la empresa, y en un segundo lugar, a proporcionar información más o menos oportuna de su estado financiero-contable. Se puede clasificar de la siguiente manera los costos:

Costos fijos son los que no se efectúan por la cantidad de trabajo que se realice. Por ejemplo, en algunas empresas los sueldos mensuales, los pagos de seguros, la renta de locales, etc., son fijos, independiente del trabajo o actividad realizados.

Costos variables son los que varían directamente con la cantidad de trabajo que se realiza. Un ejemplo es la materia prima, cuyo costo es proporcional a la cantidad de artículos que se fabrican. (Marcial C. , 2011)

5.3. Presupuesto proyectado

Es un instrumento financiero clave para la toma de decisiones en el cual se estima los ingresos que se obtendrá en el proyecto como también los costos en que se incurrirá, el presupuesto debe consta necesariamente de dos partes: los ingresos y los egresos.

Para la fase de operación de un proyecto es importante estimar los ingresos y egresos que se ocasionaran a fin de tener cierta información básica que permita adoptar las decisiones necesarias. (Marcial C. , 2011)

5.4. Estado de pérdida y ganancia

El Estado de Resultados es un resumen de los cambios de capital y patrimonio durante el período, que resultan de las actividades comerciales, y que de primera mano nos muestra si se están generando utilidades o perdidas, mensaje que utilizaremos para tomar las acciones de reforzamiento o correctivas que correspondan, servirá además como herramienta para formular la futura política económica y financiera de la empresa. (William).

6. Evaluación financiera

La evaluación económico-financiera, pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta (que abarque la **función**

de producción, administración y ventas), así como otra serie de criterios que comparan flujos de beneficios y costos; esta evaluación permite determinar si conviene llevar a efecto un proyecto, o sea, si es o no rentable, y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o puede postergarse su inicio. (DIAZ SERGIO, 2013).

6.1. Fulo de caja

El flujo de caja es la acumulación neta de activos líquidos en un periodo determinado y por lo tanto constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa. El flujo de caja se analiza a través del Estado de resultados.

6.2. Valor actual neto

Constituye el primer indicador de la Evaluación Financiera, mide la posibilidad de que la empresa pueda generar valores en el tiempo. El VAN permite trasladar al año 0, los flujos netos que se esperan obtener durante la vida útil o horizonte del proyecto. Si la Sumatoria de los Valores Actualizados supera la inversión significa que la empresa ganará valor durante la operación.

Criterios de decisión del VAN:

Si el $VAN < 0$; el proyecto no es factible.

Si el $VAN > 0$; el proyecto es factible

Si el $VAN=0$; el proyecto es indiferente.

Procedimiento:

Para sacar el Valor Actual (VA) de cada flujo se sugiere la siguiente fórmula:

$$VA = FN (1 + i)^{-n}$$

Se toman los flujos netos que constan en el flujo de caja.

Se encuentra el Factor de Descuento $1 + i)^{-n}$

Se multiplica los Flujos Netos por el Factor de Descuento del año correspondiente.

La fórmula para calcular el van es la siguiente:

$$VAN = \sum VA 1^n - INVERSIÓN$$

Los valores que deben actualizarse son los correspondientes a cada año del flujo de caja.

6.3. Tasa interna de retorno

También conocida como criterio de rentabilidad-, se la define como la tasa de descuento que hace que el valor presente VAN, de entradas de efectivo sea igual a la inversión neta relacionada con un proyecto. (Marcial C. , 2011)

Constituye el segundo indicador clave para la evaluación financiera, mide la rentabilidad de la inversión y es comparable con la tasa de rendimiento que oferta el proyecto, mide también la tasa máxima que podría pagarse por un crédito que financie la inversión.

Criterio de decisión de la TIR

Si la TIR > que el Costo de Capital; el proyecto es factible se acepta.

Si la TIR < que el Costo de Capital; el proyecto no es factible o aceptable.

Si la TIR= que el Costo de Capital; el proyecto es indiferente es criterio del inversionista invertir o no.

Procedimiento de la TIR

Se toman los valores anuales del Flujo de Caja.

Se los actualiza a distintas tasas de descuento para obtener los resultados siguientes: el VAN Tm siempre tiene que ser positivo y el VAN TM siempre será negativo y la diferencia entre estos valores será lo más cercano a 0.

Para obtener los valores de actualización se utiliza el método de tanteo; es decir hasta que el VAN Tm sea positivo y el VAN TM sea negativo.

Se reemplaza los valores en la fórmula, el valor resultante siempre estará entre la tasa menor y la tasa mayor.

La formulación para calcular la TIR

$$TIR = Tm + Dt \left(\frac{VAN Tm}{VAN Tm - VAN TM} \right)$$

En donde:

Tm: Tasa menor

TM: Tasa Mayor

Dt.: Diferencia de Tasas

VAN Tm: VAN de tasa menor

VAN TM: VAN de tasa mayor.

6.4. Periodo de recuperación de capital

Representa el periodo de tiempo que requiere un proyecto para que los flujos de fondos proyectados acumulados igualen a la inversión inicial.

Permite determinar el tiempo necesario para recuperar la inversión realizada, esto en función de los valores actualizados. Mientras mayor sea el margen de utilidad más rápida será la Recuperación de la Inversión.

Procedimiento del PRC

Se toman los flujos netos del Flujo de Caja.

Se multiplican por el Factor de Actualización $(1+i)^{-n}$

Se acumula valores actualizados hasta obtener un valor superior a la inversión.

Aplicamos la fórmula.

La fórmula para calcular el PRC

$$PRC = \text{Año que supera la inversión} - \left(\frac{\text{Inversión} - \sum \text{de primeros flujos}}{\text{Flujo año que supera la inversión}} \right)$$

6.5. Relación beneficio costos (R.B.C)

Mide la rentabilidad esperada por cada unidad monetaria invertida.

Compara los ingresos con los egresos actualizados.

Este indicador no es tan determinante a la hora de evaluar el proyecto debido a que el margen de utilidad es manejable desde el interior de la empresa.

Criterio de evaluación del RBC

Si la RBC > 1; se acepta el proyecto.

Si la RBC < 1; no se acepta el proyecto.

Si la RBC = 1, es indiferente y queda a criterio del inversionista.

Procedimiento

Del presupuesto General se toman egresos e ingresos totales correspondientes a cada año.

Se actualizan los valores a la tasa de descuento indicada anteriormente

Se suma los ingresos y egresos actualizados.

Se aplica la fórmula.

Fórmula para calcular la RBC

$$RBC = \left(\frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}} \right) - 1$$

6.6. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad es un método que nos permite visualizar de manera inmediata las ventajas y desventajas económicas de un proyecto.

Este método es muy utilizado para identificar el proyecto que nos dará los mejores rendimientos. (Marcial C. , 2011)

e. MATERIALES Y MÉTODOS

Para la elaboración del presente trabajo investigativo fue necesario el uso de los siguientes materiales, métodos y técnicas:

1. MATERIALES

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizó los siguientes materiales:

- **Suministro de Oficina.**- Dentó de estos se encuentra el papel bond, esferográficos, borradores, reglas, tinta para impresión.
- **Equipo de oficina.**- Entre estos se utilizó los siguientes Computador, impresora, calculadora, flash memory.

2. MÉTODOS

En el proceso metodológico de la presente investigación se aplicaron los siguientes métodos:

Método Deductivo

Este método permitió en base a los conceptos teóricos, recopilar información general relacionada al proyecto de inversión para así tener una mejor idea sobre el desarrollo de las diferentes fases del proyecto relacionadas con los: estudios de mercado, técnico, organizativo, financiero y evaluación financiera que permitieron determinar la factibilidad de crear una empresa de servicio de reforma de construcción

Método Inductivo

Esté método permitió determinar conclusiones generales, que surgen como resultado de deducciones particulares del conjunto de información obtenida a lo largo del proceso de investigación, así como también de lo precedente de los estudios de Mercado, Técnico, Organizacional y Financiero.

3. TÉCNICAS

Las técnicas de investigación son mecanismos para la recopilación de datos, para verificar los métodos empleados en lo investigado, para llegar a la verdad del suceso estudiado.

Encuesta

Es una técnica de adquisición de información, la cual va dirigida a los dueños de las viviendas de la ciudad de Loja y a los ofertantes de un servicio de reforma de construcción la misma que brindó la información necesaria para el desarrollo de la presente investigación..

Técnica de la revisión bibliográfica y documental.

Esta técnica ayudó a enfocarse en los contenidos precisos que sirvieron de sustento para la elaboración del marco teórico, permitiendo desarrollar con estructura la investigación y al mismo tiempo tener un conocimiento ordenado y sistemático del objeto de la investigación.

4. PROCEDIMIENTO

Población y Muestra

Según el censo realizado por el INEC en el año 2010, la ciudad de Loja, cuenta con 51,915 viviendas, con una tasa de crecimiento de 5,6322%; obtenemos un resultado proyectado para el año 2016 de 72.123 viviendas, y se determinara el tamaño de la muestra.

Proyección

Para la proyección se debe aplicar la siguiente formula con los siguientes datos:

Fórmula:

$$PF = Pb (1 + i)^n$$

Tasa de crecimiento

Datos:

$$PF = Pb(1 + i)^n$$

Población base = 31,705 número de viviendas año 2001

Población futura= 51,915 número de viviendas año 2010

$$n = 9$$

$$i = \left(\frac{Pf}{Pb}\right)^{\frac{1}{n}} - 1$$

$$i = \left(\frac{51,915}{31,705}\right)^{\frac{1}{9}} - 1$$

$$i = (1.6374)^{\frac{1}{9}} - 1$$

$$i = (1.56322) - 1$$

$$i = 0.56322 = 5.6322\%$$

PROYECCIÓN DE LAS VIVIENDAS PARA EL AÑO 2016

Población base = 51,915 número de viviendas año 2010

$i = 5,6322\%$.

$n = 6$.

$$PF = Pb (1 + i)^n$$

$$PF = 51,915(1 + 0.056322)^6$$

PF = 72,123 número de viviendas año 2016

Análisis.

Como podemos observar la ciudad de Loja para el año 2016 cuenta con 72,123 viviendas, valor que se obtuvo al aplicar la fórmula de proyección, datos que permitirá calcular el tamaño de la muestra.

Proyección de las viviendas del año 1016 al 2021

$$PF = Pb (1 + i)^n$$

Datos:

Población base = 72,123

$i = 5,6322\%$.

$n = 5$.

$$PF = Pb (1 + i)^n$$

$$PF = 72,123 (1 + 0.0265)^1 = \mathbf{76,185}.$$

$$72,123 (1 + 0.0265)^2 = \mathbf{80,476}.$$

$$72,123 (1 + 0.0265)^3 = \mathbf{85,009}.$$

$$72,123 (1 + 0.0265)^4 = \mathbf{89,796}.$$

$$72,123 (1 + 0.0265)^5 = \mathbf{94,854}.$$

Cuadro N° 1: Resumen Proyección de las Viviendas

AÑOS	PROYECCIÓN DE LA VIVIENDAS EN LA CIUDAD DE LOJA
2016	72,123
2017	76,185
2018	80,476
2019	85,009
2020	89,796
2021	94,854

Fuente: REDATAM INEC

Elaboración: El Autor

MUESTRA.

Para determinar el tamaño de la muestra, en el presente proyecto se tomó en consideración el número de viviendas en la ciudad de Loja, para lo cual se asigna un nivel de confianza estimado en un 95%, la probabilidad de éxito y de fracaso, ambas consideradas a un 50%, y con un margen de error de 5% establecido el porcentaje así para Latino América.

Fórmula:

$$n = \frac{z^2 \cdot N \cdot P \cdot Q}{e^2 (N - 1) + z^2 \cdot P \cdot Q}$$

n = Tamaño de muestra

N = Población total

e = Margen de error

P = Probabilidad de éxito

Q = Probabilidad de fracaso

Z = Nivel de confianza.

Datos:

N = 72,123

Z= 1.96 = 95%

P= 0,50 = 50%

Q= 0,50 = 50%

e= 0.05 = 5%

$$n = \frac{(1.96)^2 72,123(0.5)(0.5)}{(0.05)^2 (72,123-1) + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} n =$$

$$\frac{(3.8416)(18.030.75)}{(0.0025) (72,123)+ (3.8416)(0.25)}$$

$$n = \frac{69,266.93}{181.268}$$

$$n = 382$$

Por lo tanto se realizó una muestra representativa de 382 encuestas a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja.

Estratificación e la muestra

Para la estratificación de la muestra de la población de la ciudad de Loja, se la realizo a través de la distribución de distritos los cuales están segmentados en tres distritos los cuales corresponden a:

Cuadro N° 2: Estratificación de la Muestra.

DISTRITO	TOTAL DE ENCUESTAS	PORCENTAJE DE POBLACIÓN
Distrito 1	83	21.73%
Distrito 2	119	31.15%
Distrito 3	180	47.12%
TOTAL	382	100.00%

Elaboración: El Autor

Población y Muestra de los Ofertantes.

Según los datos que fueron otorgados por el SRI el año 2016, la ciudad de Loja, cuenta con 106 ofertantes de un servicio igual o parecido al de reforma de construcción.

Cuadro N° 3: Ofertantes en la ciudad de Loja

AÑOS	OFERTANTES EN LA CIUDAD DE LOJA
2016	106

Fuente: SRI anexo 61
Elaboración: El Autor

f. RESULTADOS

ENCUESTA REALIZADA A LOS DUEÑOS DE LAS VIVIENDAS DE LA CIUDAD DE LOJA

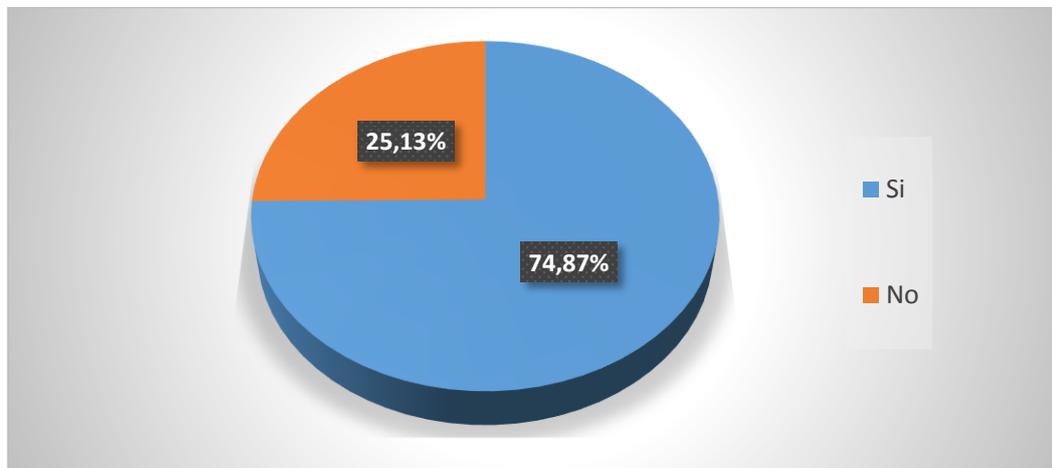
1. ¿Usted es dueño de la vivienda que ocupa actualmente?

Cuadro N° 4: Dueños de la Vivienda

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	286	74,87%
No	96	25.13%
Total	382	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 1: Dueños de las Viviendas



Análisis e interpretación:

Según la encuesta realizada el 74,87% de la población es dueño de la vivienda que ocupa en la actualidad mientras que el 25,13% de la población no posee alguna lo que llevó a determinar que existe un gran número de dueños de viviendas en la ciudad de Loja.

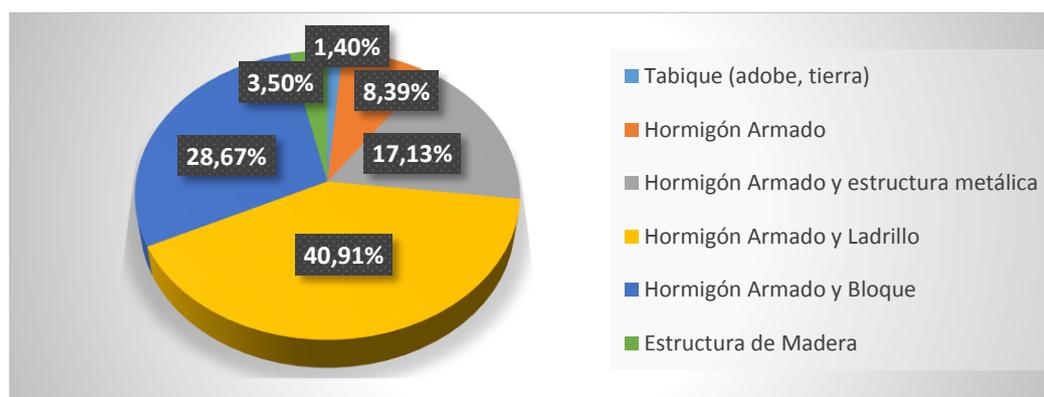
2. ¿Cuál es el tipo de construcción que su vivienda tiene actualmente?

Cuadro N° 5: Tipo de Construcción de la Vivienda

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Tabique (adobe, tierra)	4	1,40%
Hormigón Armado	24	8,39%
Hormigón Armado y estructura metálica	49	17,13%
Hormigón Armado y Ladrillo	117	40,91%
Hormigón Armado y Bloque	82	28,67%
Estructura de Madera	10	3,50%
Total	286	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 2: Tipo de Construcción de la Vivienda



Análisis e interpretación:

De las personas encuestadas el 40,91% tienen viviendas de hormigón armado y ladrillo, el 28,67% de hormigón armado y bloque, el 17,13% hormigón armado y estructura metálica, el 8,39% de hormigón armado, el 3,50% estructura de madera y un 1,40% es de tabique.

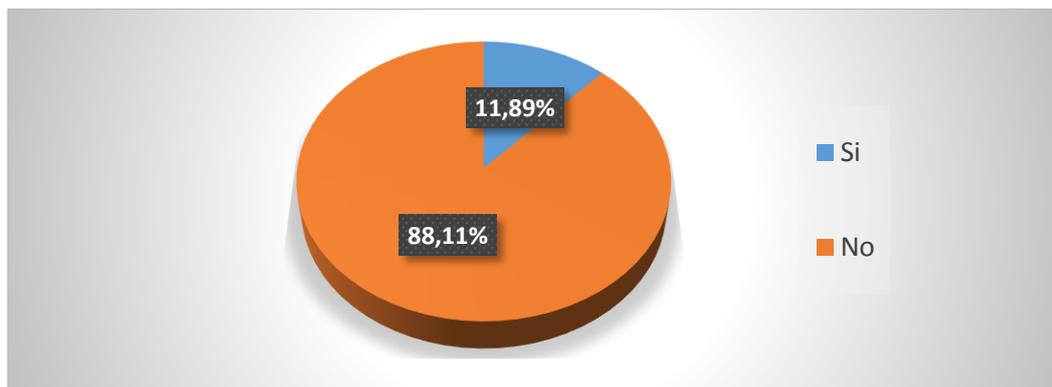
3. ¿Ha realizado en los últimos 5 años algún tipo de innovación o remodelación en su vivienda?

Cuadro N° 6: Realizado Algún Tipo de Innovación o Remodelación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	34	11,89%
No	252	88,11%
Total	286	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 3: Realizado Algún Tipo de Innovación o Remodelación



Análisis e interpretación:

Mediante los resultados obtenidos de los encuestados se puede decir que el 88.11% de las personas no han realizado ningún tipo de innovación de remodelación en sus viviendas y el 11.89% si han realizado algún tipo de innovación o remodelación.

4. ¿Si su respuesta es afirmativa que tipo de innovación o remodelación a realiza en su vivienda?

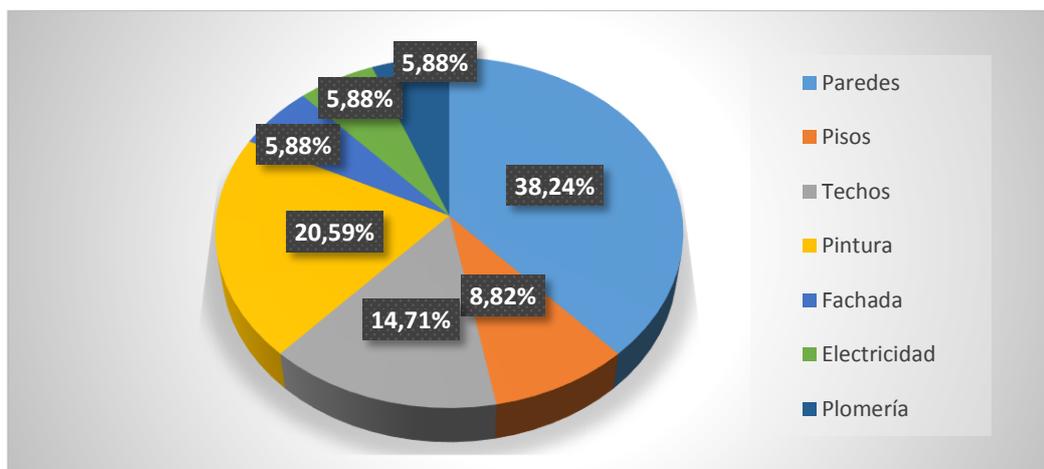
Cuadro N° 7: Tipos de Innovación o Remodelación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Paredes	13	38,24%
Pisos	3	8,82%
Techos	5	14,71%
Pintura	7	20,59%
Fachada	2	5,88%
Eléctrico	2	5,88%
Plomería	2	5,88%
Total	34	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

Gráfico N° 4: Tipos de Innovación o Remodelación



Análisis e interpretación:

Mediante los resultados obtenidos de los encuestados se puede decir que el 38.24% de las personas han realizado innovaciones o remodelado sus paredes, el 20,59 de pintura, el 14,71% los techos, un 8,82% de pisos, el 5,88% fachas, un 5,88% a realizado innovación o remodelación eléctrica y el 5,88% de plomería.

5. ¿Si se llegara a instalar una empresa de servicio de reforma de construcción adquiriría los servicios que presta?

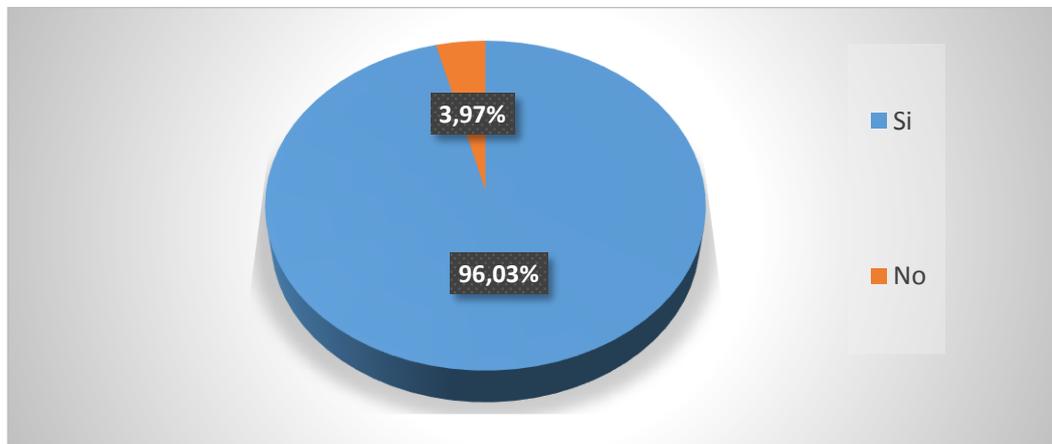
Cuadro N° 8: Instalación de una Empresa de Servicio de Reforma

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	242	96,03%
No	10	3,97%
Total	252	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

Gráfico N° 5: Instalación de una Empresa de Servicio de Reforma



Análisis e interpretación: Al realizar la pregunta sobre la aceptación de implementar una empresa de reforma de construcción en la ciudad de Loja, el 96,03% están de acuerdo con adquirir el servicio si se llegara a implementar la empresa, mientras que el 3,57% no desea adquirir el servicio.

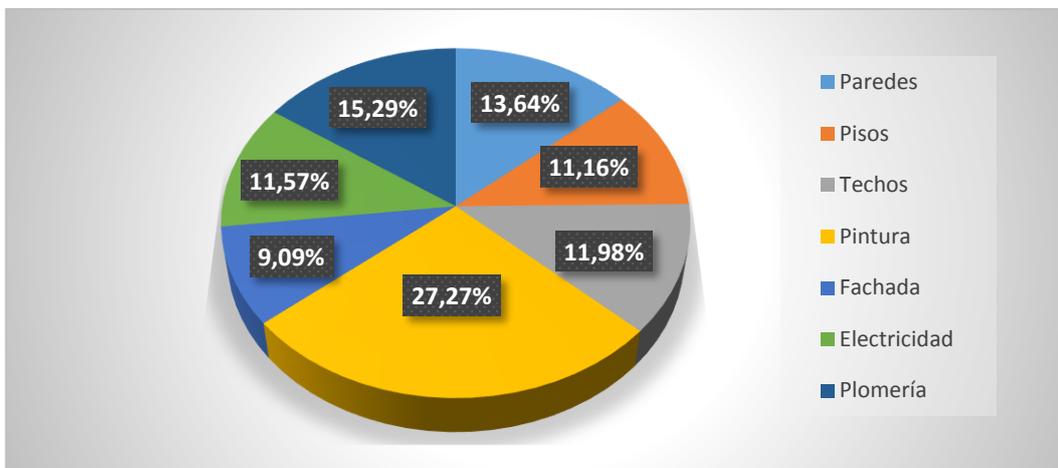
6. ¿Si su respuesta es afirmativa que tipo de innovación o remodelación a realiza en su vivienda?

Cuadro N° 9: Tipos de Innovación o Remodelación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Paredes	33	13,64%
Pisos	27	11,16%
Techos	29	11,98%
Pintura	66	27,27%
Fachada	22	9,09%
Eléctrico	28	11,57%
Plomería	37	15,29%
Total	242	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 6: Tipos de Innovación o Remodelación



Análisis e interpretación:

De los encuestados se puede decir que el 27,27% contratara el servicio de innovaciones o remodelado de pintura, un 15,29% de plomería, el 13,64% de paredes, un 11,98% de techos, el 11,57% contratara innovación o remodelación eléctrica, un 11,16% de pisos y el 9,09% de fachadas.

7. ¿Qué cantidad de metros cuadrados adquiriría de innovación o remodelación para su vivienda?

Cuadro N° 10: Cantidad de Metros Cuadrados que Adquiere

Detalle	Frecuencia						
	Paredes	Pisos	Techos	Pintura	Fachada	Eléctrico	Plomería
1 a 10	5	3	4	15	5	14	19
11 a 20	9	9	12	17	8	8	12
21 a 30	11	10	10	14	5	5	4
31 a 40	5	3	2	8	2	1	2
41 en adelante	3	2	1	12	2	0	0
Total	33	27	29	66	22	28	37
Total encuestados	242						

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 11: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación de Paredes

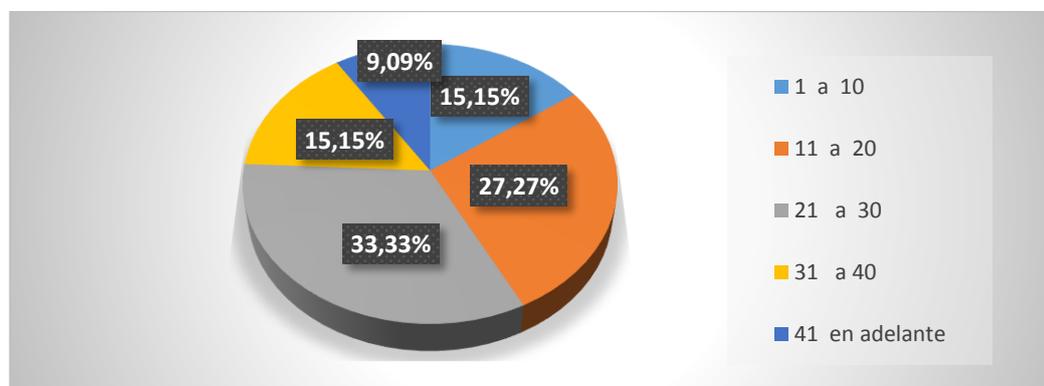
Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	5	27,5	15,15%
11 a 20	15,5	9	139,5	27,27%
21 a 30	25,5	11	280,5	33,33%
31 a 40	35,5	5	177,5	15,15%
41 en adelante	41	3	123	9,09%
Total		33	748	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{748}{33} = 22,67 \text{ m}^2$$

Gráfico N° 7: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación de Paredes



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de paredes el 33,33% contratara de 21 a 30 metros cuadrados el, 27,27% de 11 a 20 metros cuadrados, el 15,15% de 31 a 40 metros cuadrados, el 15,15% de 1 a 10 metros cuadrados y el 9,09% de 41 metros en adelante.

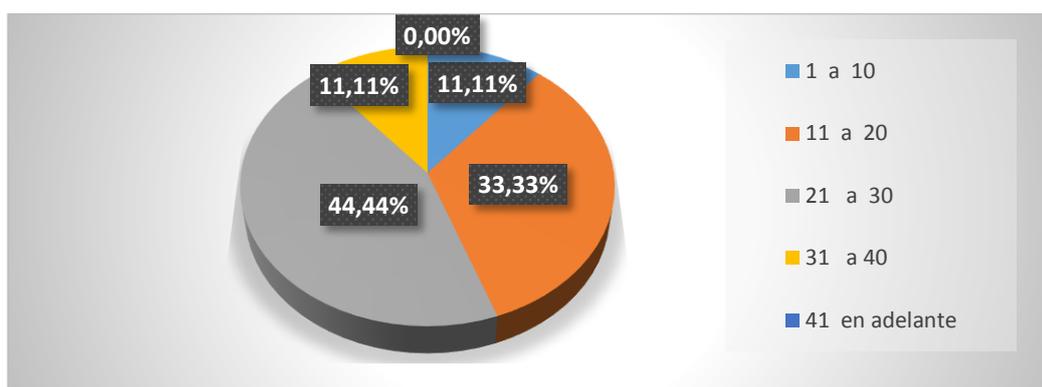
Cuadro N° 12: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación de Pisos

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	3	16,5	11,11%
11 a 20	15,5	9	139,5	33,33%
21 a 30	25,5	12	306	44,44%
31 a 40	35,5	3	106,5	11,11%
41 en adelante	41	0	0	0,00%
Total		27	568,5	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{568,50}{27} = 21,06 \text{ m}^2$$

Gráfico N° 8: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación de Piso



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de pisos el 44,44% contratara de 21 a 30 metros cuadrados, el, 33,33% de 11 a 20 metros cuadrados, el 11,11% de 31 a 40 metros cuadrados, el 11,11% de 1 a 10 metros cuadrados y el 0% de 41 metros en adelante.

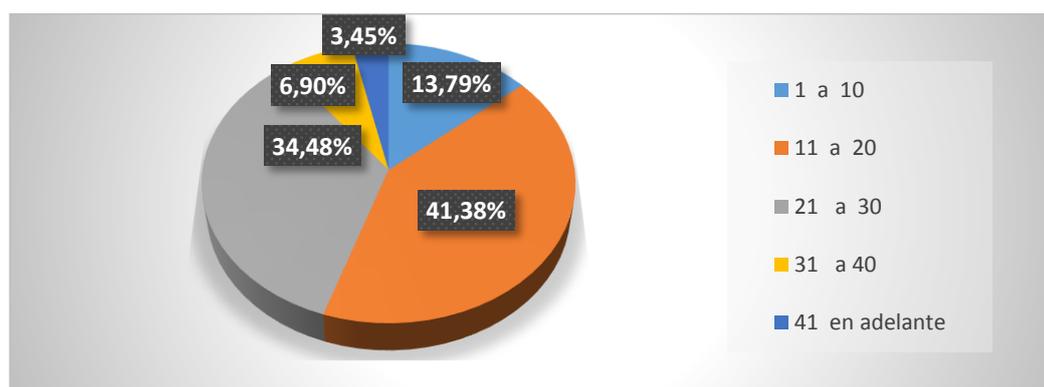
Cuadro N° 13: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación de Techo

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	4	22	13,79%
11 a 20	15,5	12	186	41,38%
21 a 30	25,5	10	255	34,48%
31 a 40	35,5	2	71	6,90%
41 en adelante	41	1	41	3,45%
Total		29	575	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{575}{29} = 19,83 \text{ m}^2$$

Gráfico N° 9: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación de Techo



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de techos el 41,38% contratara de 11 a 20 metros cuadrados el, 34,48% de 21 a 30 metros cuadrados, el 13,79% de 1 a 10 metros cuadrados, el 6,90% de 31 a 40 metros cuadrados y el 3,45% de 41 metros en adelante.

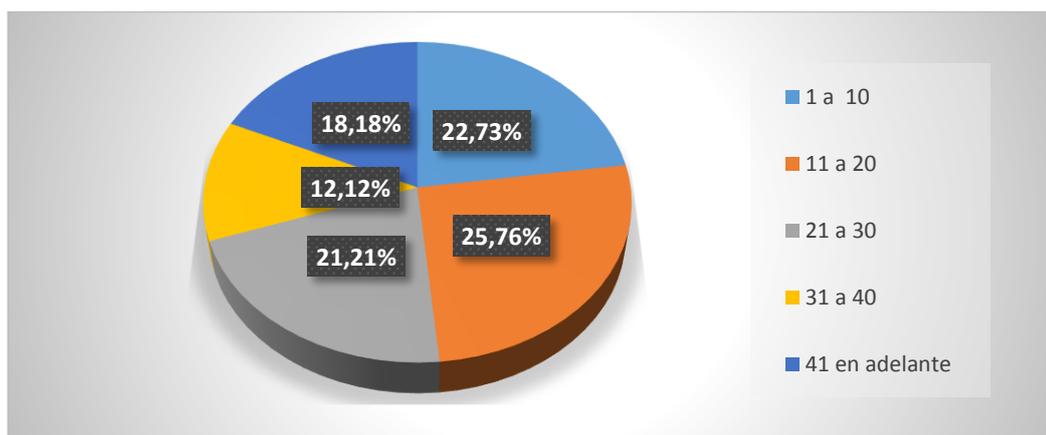
Cuadro N° 14: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación de Pintura

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	15	82,5	22,73%
11 a 20	15,5	17	263,5	25,76%
21 a 30	25,5	14	357	21,21%
31 a 40	35,5	8	284	12,12%
41 en adelante	41	12	492	18,18%
Total		66	1479	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{1479}{66} = 22,41 \text{ m}^2$$

Gráfico N° 10: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación de Pintura



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de pintura el 25,76% de 11 a 20 metros cuadrados, el 22,73% de 1 a 10 metros cuadrados, el 21,21% contratara de 21 a 30 metros cuadrados, el 18,18% de 41 metros en adelante y el 29,63% de 31 a 40 metros cuadrados.

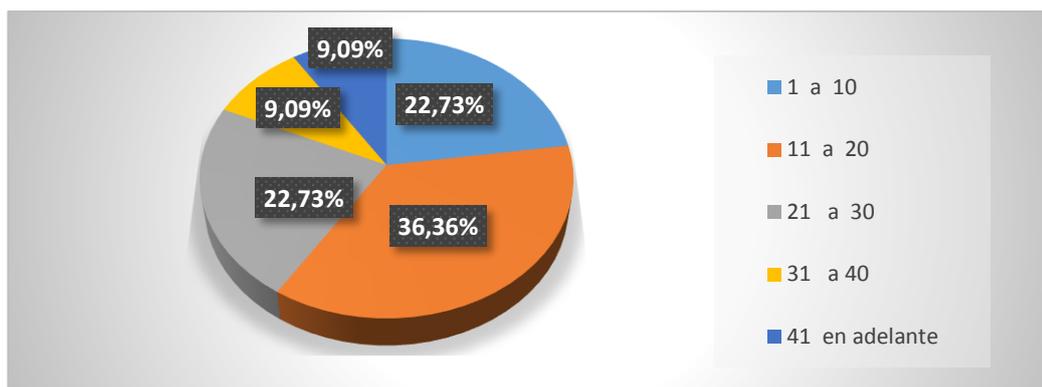
Cuadro N° 15: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación de Fachadas

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	5	27,5	22,73%
11 a 20	15,5	8	124	36,36%
21 a 30	25,5	5	127,5	22,73%
31 a 40	35,5	2	71	9,09%
41 en adelante	41	2	82	9,09%
Total		22	432	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{432}{22} = 19,64 \text{ m}^2$$

Gráfico N° 11: Promedio de Metros de Fachada



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de fachada el 36,36% contratara de 11 a 20 metros cuadrados el, 22,73% de 1 a 10 metros cuadrados, el 22,73% de 21 a 30 metros cuadrados, el 9,09% de 31 a 40 metros cuadrados y el 9,09% de 41 metros en adelante.

Cuadro N° 16: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación

Eléctrico

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	14	77	50,00%
11 a 20	15,5	8	124	28,57%
21 a 30	25,5	5	127,5	17,86%
31 a 40	35,5	1	35,5	3,57%
41 en adelante	41	0	0	0,00%
Total		28	364	100%

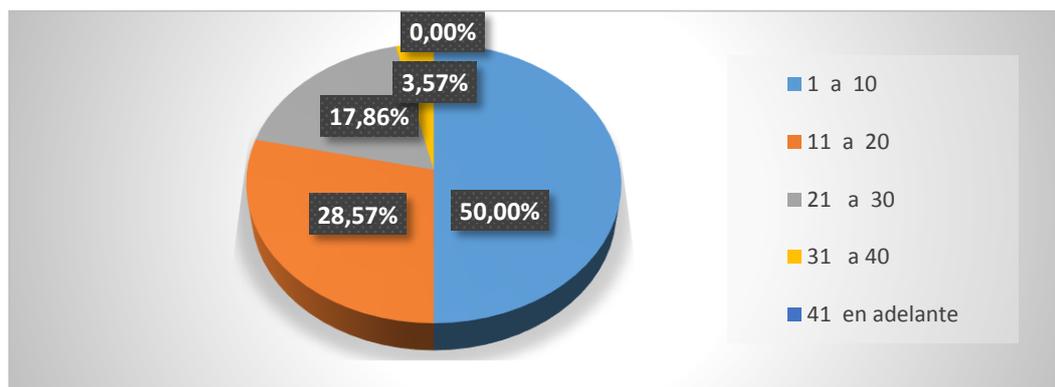
Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{364}{28} = 13,00 \text{ m}^2$$

Gráfico N° 12: Promedio de Metros de Innovación o Remodelación

Eléctrico



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones eléctricas el 50,00% contratara de 1 a 10 metros cuadrados el, 28,57% de 11 a 20 metros cuadrados, el 17,86% de 21 a 30 metros cuadrados, el 3,57% de 31 a 40 metros cuadrados y el 0% de 41 metros en adelante.

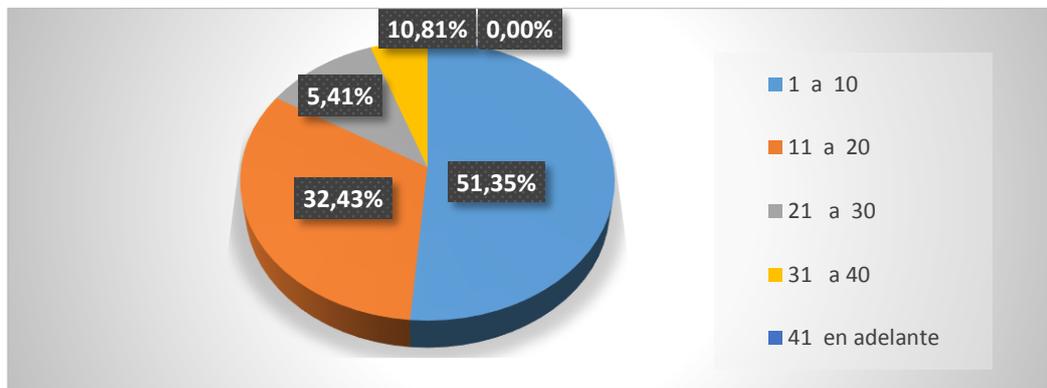
Cuadro N° 17: Promedio de Metros de Plomería

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	19	104,5	51,35%
11 a 20	15,5	12	186	32,43%
21 a 30	25,5	4	102	10,81%
31 a 40	35,5	2	71	5,41%
41 en adelante	41	0	0	0,00%
Total		37	463,5	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{463,50}{37} = 12,53 \text{ m}^2$$

Gráfico N° 13: Promedio de Metros de Plomería



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de plomería el 51,35% contratara de 1 a 10 metros cuadrados el, 32,43% de 11 a 20 metros cuadrados, el 10,81% de 31 a 40 metros cuadrados, el 5,41% de 21 a 30 metros cuadrados y el 0% de 41 metros en adelante.

8. ¿Cuánto pagaría por el metro cuadrado de innovación o remodelación para su vivienda?

Cuadro N° 18: Pago por el Metro Cuadrado de Innovación o Remodelación

Detalle	Frecuencia						
	Paredes	Pisos	Techos	Pintura	Fachada	Eléctrico	Plomería
\$0,01 a \$2,50	0	0	0	66	0	0	0
\$2,51 a \$5,00	3	4	0	0	0	15	8
\$5,01 a \$7,50	11	6	0	0	10	13	16
\$7,51 a \$10,00	6	10	7	0	8	0	13
\$10,01 en adelante	13	7	22	0	4	0	0
Total	33	27	29	66	22	28	37
Total encuestados	242						

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 19: Promedio de Costo de Innovación o

Remodelación de Paredes

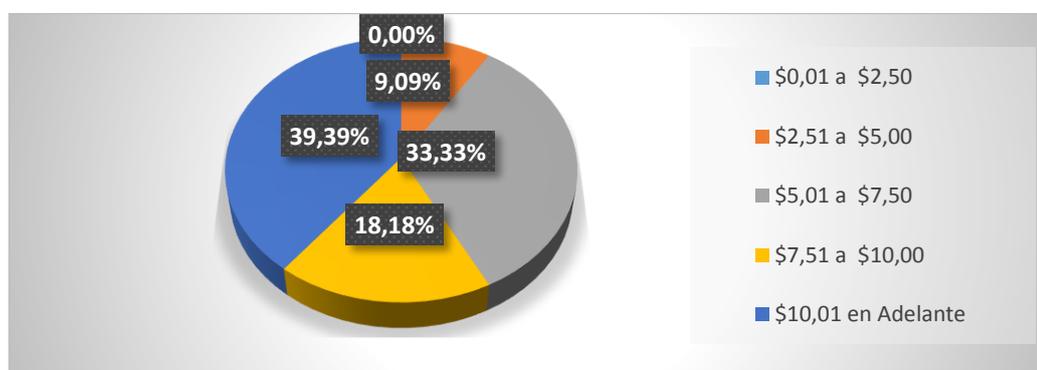
Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00%
\$2,51 a \$5,00	3,76	3	11,265	9,09%
\$5,01 a \$7,50	6,26	11	68,805	33,33%
\$7,51 a \$10,00	8,76	6	52,53	18,18%
\$10,01 en adelante	10,01	13	130,13	39,39%
Total		33	262,73	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{362.73}{33} = 7,96$$

Gráfico N° 14: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Paredes



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de paredes el 39,39% paga un costo de \$10,01 dólares en adelante por metros cuadrados, el 33,33% d paga un costo de entre \$5,01 a \$7,50 dólares por metros cuadrados, el 18,18% paga un costo de entre \$7,51 a \$10,00 dólares por metros cuadrados, el 9,09% paga un costo de entre \$2,51 a \$5,00 dólares por metros cuadrados y el 0% paga un costo de entre \$0,01 a \$2,50 dólares por metros cuadrados.

Cuadro N° 20: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Pisos

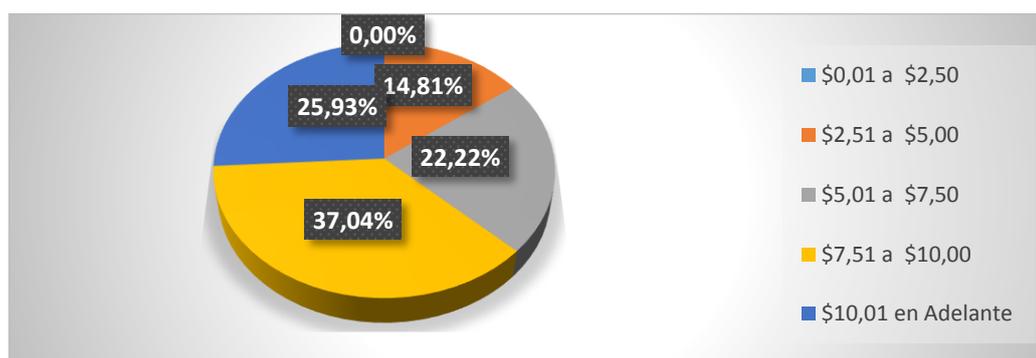
Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00%
\$2,51 a \$5,00	3,76	4	15,02	14,81%
\$5,01 a \$7,50	6,26	6	37,53	22,22%
\$7,51 a \$10,00	8,76	10	87,55	37,04%
\$10,01 en adelante	10,01	7	70,07	25,93%
Total		27	210,17	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{210,17}{27} = 7,78$$

Gráfico N° 15: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Pisos



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de pisos el 37,04% paga un costo de entre \$7,51 a \$10,00 dólares por metros cuadrados, el 25,93% d paga un costo de \$10,01 dólares en adelante por metros cuadrados, el 22,22% paga un costo de entre \$5,01 a \$7,50 dólares por metros cuadrados, el 14,81% paga un costo de entre \$2,51 a \$5,00 dólares por metros cuadrados y el 0% paga un costo de entre \$0,01 a \$2,50 dólares por metros cuadrados.

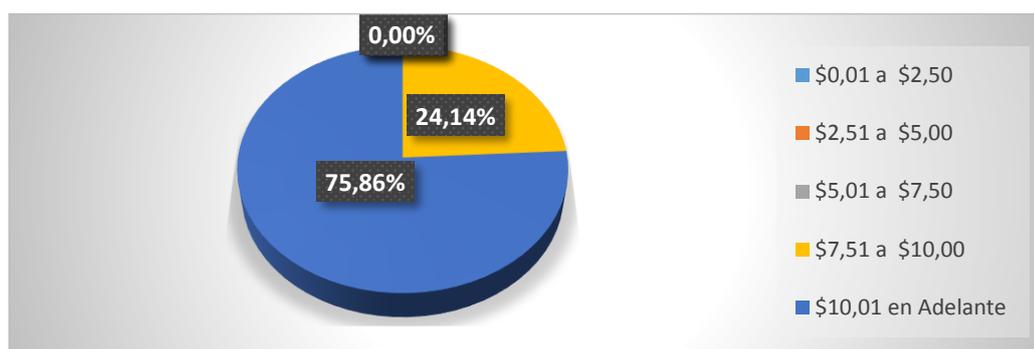
Cuadro N° 21: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Techos

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00%
\$2,51 a \$5,00	3,76	0	0	0,00%
\$5,01 a \$7,50	6,26	0	0	0,00%
\$7,51 a \$10,00	8,76	7	61,29	24,14%
\$10,01 en adelante	10,01	22	220,22	75,86%
Total		29	281,51	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{281,51}{29} = 9,71$$

Gráfico N° 16: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Techo



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de techos el 75,86% paga un costo de \$10,01 dólares en adelante por metros cuadrados, el 24,14% paga un costo de entre de \$7,51 a \$10,00 dólares por metros cuadrados, el resto de costos suman un 0%

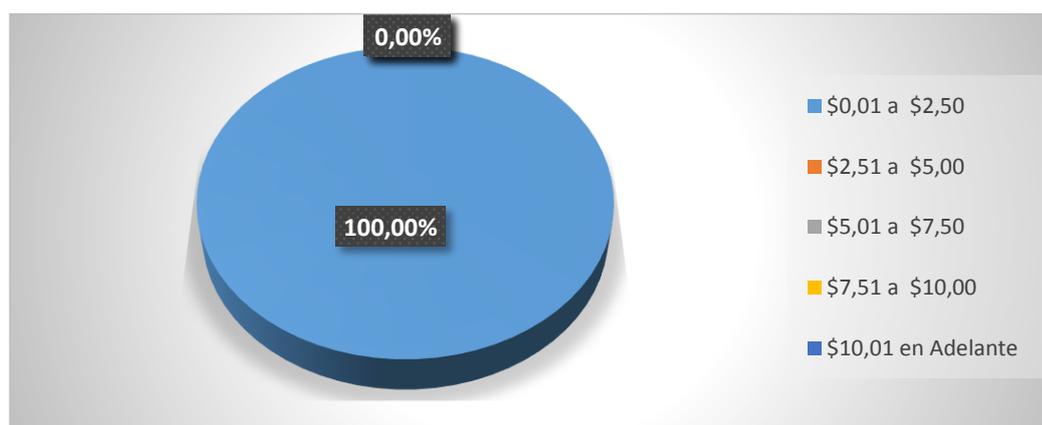
Cuadro N° 22: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Pintura

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	66	82,83	100%
\$2,51 a \$5,00	3,76	0	0	0,00
\$5,01 a \$7,50	6,26	0	0	0,00
\$7,51 a \$10,00	8,76	0	0	0,00
\$10,01 en adelante	10,01	0	0	0,00
Total		66	82,83	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{82,83}{66} = 1,26$$

Gráfico N° 17: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Pintura



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de pintura el 100,00% paga un costo de entre \$0,01 a \$2,50 dólares por metros cuadrados.

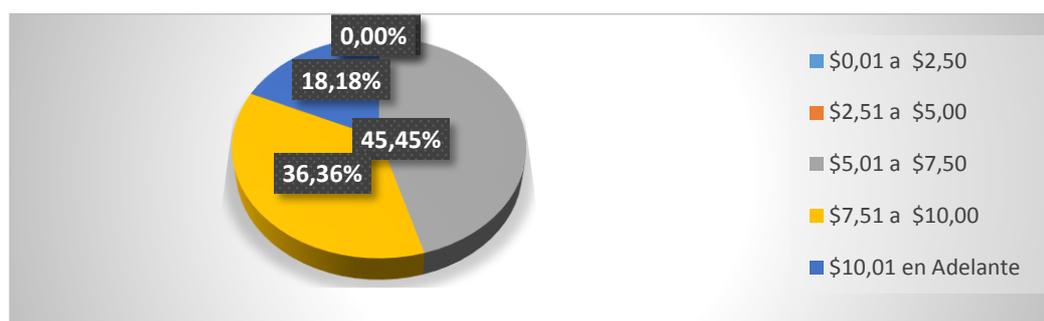
Cuadro N° 23: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Fachada

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00%
\$2,51 a \$5,00	3,76	0	0	0,00%
\$5,01 a \$7,50	6,26	10	62,55	45,45%
\$7,51 a \$10,00	8,76	8	70,04	36,36%
\$10,01 en adelante	10,01	4	40,04	18,18%
Total		22	172,63	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{172,63}{22} = 7,85$$

Gráfico N° 18: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Fachada



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de fachada el 45,45% paga un costo de \$5,01 a \$7,50 dólares por metros cuadrados, el 36,36% paga un costo de entre \$7,51 a \$10,00 dólares por metros cuadrados, el 18,18% paga un costo de \$10,01 dólares en adelante por metros cuadrados

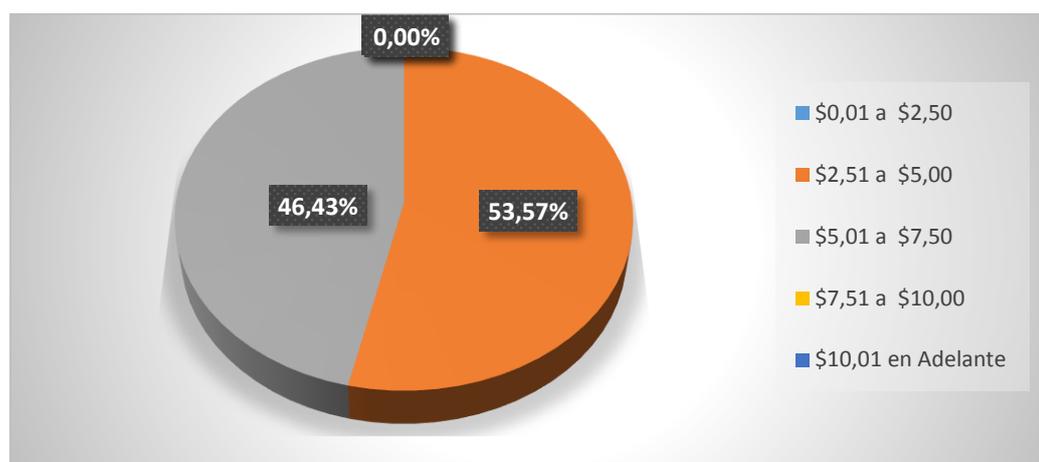
Cuadro N° 24: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Eléctrico

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00%
\$2,51 a \$5,00	3,76	15	56,33	53,57%
\$5,01 a \$7,50	6,26	13	81,32	46,43%
\$7,51 a \$10,00	8,76	0	0	0,00%
\$10,01 en adelante	10,01	0	0	0,00%
Total		28	137,64	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{137,64}{28} = 4,92$$

Gráfico N° 19: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Eléctrico



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelación eléctrica el 53,57% paga un costo de entre \$2,51 a \$5,00 dólares por metros cuadrados, el 46,43% paga un costo de entre \$5,01 a \$7,50 dólares por metros cuadrados, el resto de costo suman un 0%.

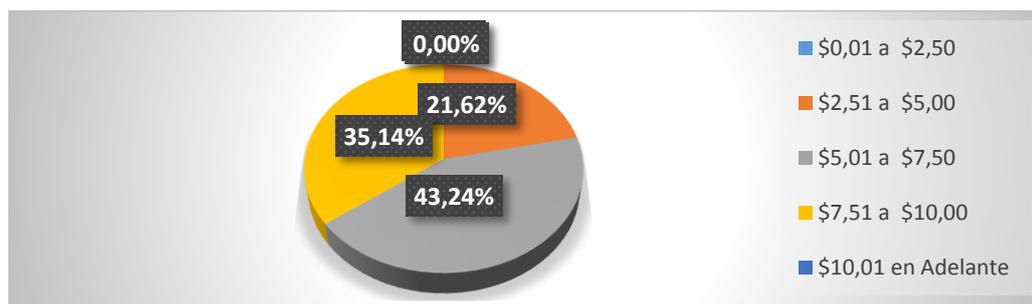
Cuadro N° 25: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Plomería

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00%
\$2,51 a \$5,00	3,76	8	30,04	21,62%
\$5,01 a \$7,50	6,26	16	100,08	43,24%
\$7,51 a \$10,00	8,76	13	113,82	35,14%
\$10,01 en adelante	10,01	0	0	0,00%
Total		37	243,94	100%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{243,94}{37} = 6,59$$

Gráfico N° 20: Promedio de Costo de Innovación o Remodelación de Plomería



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de plomería el 39,39% paga un costo de paga un costo de entre \$5,01 a \$7,50 dólares por metros cuadrados, el 35,14% paga un costo de entre \$7,51 a \$10,00 dólares por metros cuadrados, el 21,62% paga un costo de entre \$2,51 a \$5,00 dólares por metros cuadrados el resto de los costos suman un 0%

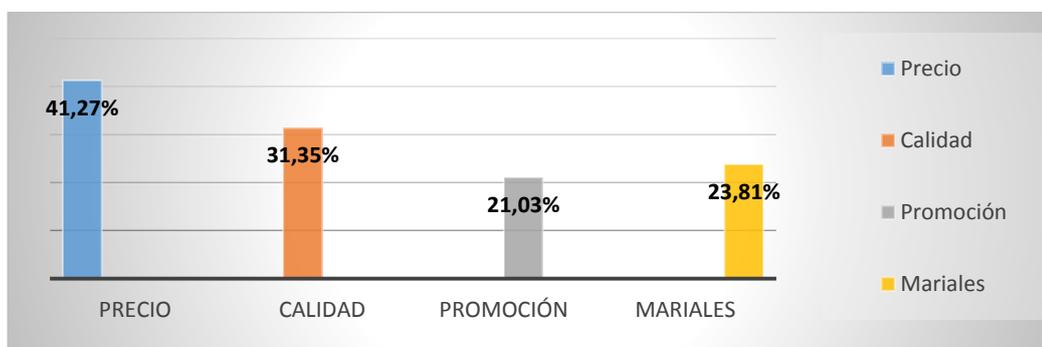
9. ¿Que toma en cuenta Ud. antes de contratar el servicio de reforma de construcción para su vivienda?

Cuadro N° 26: Que se Toma en Cuenta al Contratar el Servicio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	104	41,27%
Calidad	79	31,35%
Promoción	53	21,03%
Mariales	60	23,81%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las construcciones en la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 21: Que se Toma en Cuenta al Contratar el Servicio



Análisis e interpretación:

Los encuestados respondieron que toman en cuenta antes de contratar el servicio en un 41,27% al precio, el 31,35% la calidad, el 21,07% las promociones y el 23,81% los materiales con los que se trabaja. Este resultado nos servirá para considerar las características que debemos tomar en cuenta al ofrecer nuestro servicio en el mercado.

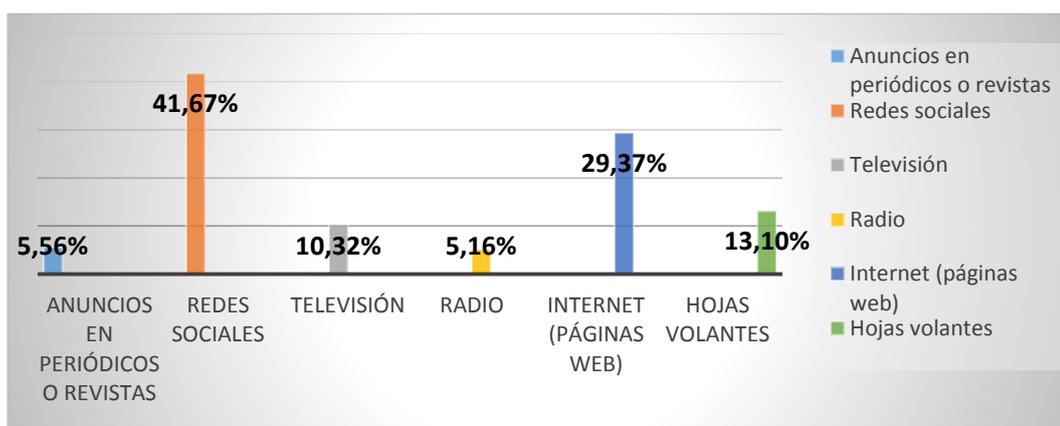
10. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre la nueva empresa?

Cuadro N° 27: Medio de recibir Información Sobre la Nueva Empresa

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Anuncios en periódicos o revistas	14	5,56%
Redes sociales	105	41,67%
Televisión	26	10,32%
Radio	13	5,16%
Internet (páginas web)	74	29,37%
Hojas volantes	33	13,10%

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las construcciones en la ciudad de Loja
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 22: Medio de recibir Información Sobre la Nueva Empresa



Análisis e interpretación:

De acuerdo a la población podemos darnos cuenta que el 41,67% de las personas encuestadas les gustaría conocer del servicio a través de las redes sociales, el 29,37% a través de internet (páginas web), un 13,10% por medio de hojas volantes; el 10,32% a través de la TV, el 5,56% de anuncio en periódicos y revistas y el 5,16% a través de radio.

ENCUESTA REALIZADA OFERENTES

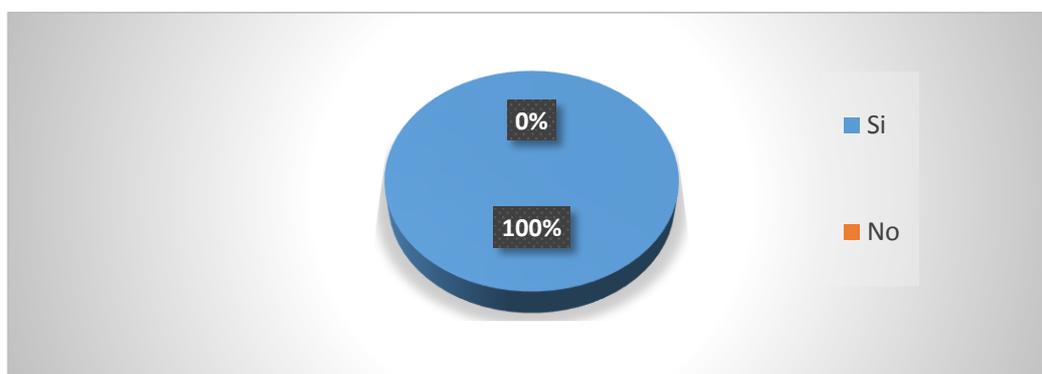
1. ¿Usted realiza reformas de construcción para viviendas?

Cuadro N° 28: Realiza Reformas de Construcción

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Si	106	100%
No	0	0,00
Total	106	100%

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 23: Realiza Reformas de Construcción



Análisis e interpretación: Según la encuesta realizada el 100,00 % de los encuestados realizan reforma de construcción, independientemente de las áreas que sean.

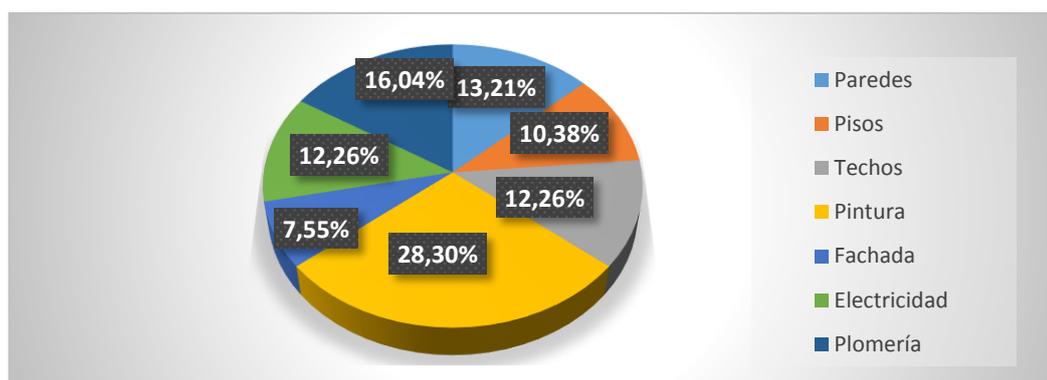
2. ¿Si su respuesta es afirmativa que tipo de innovación o remodelación a realiza su empresa?

Cuadro N° 29: Tipos de Innovación o Remodelación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Paredes	14	13,21%
Pisos	11	10,38%
Techos	13	12,26%
Pintura	30	28,30%
Fachada	8	7,55%
Eléctrico	13	12,26%
Plomería	17	16,04%
Total	106	100%

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 24: Tipos de Innovación o Remodelación



Análisis e interpretación:

De los ofertantes encuestados se puede decir que el 28,30% contratara el servicio de innovaciones o remodelado de pintura, un 16,04% de plomería, el 13,21% de paredes, un 12,26% de techos, el 12,26% contratara innovación o remodelación eléctrica, un 10,38% de pisos y el 7,55% de fachadas.

3. ¿Qué cantidad de metros cuadrados de innovación o remodelación a realiza su empresa?

Cuadro N° 30: Cantidad de Metros Cuadrados que Adquiere

Detalle	Frecuencia						
	Paredes	Pisos	Techos	Pintura	Fachada	Eléctrico	Plomería
1 a 10	2	1	1	4	1	8	9
11 a 20	3	3	6	6	4	4	5
21 a 30	5	4	4	10	2	1	3
31 a 40	3	2	1	6	1	0	0
41 en adelante	1	1	1	4	0	0	0
Total	14	11	13	30	8	13	17
Total encuestados	106						

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
Elaboración: El Autor

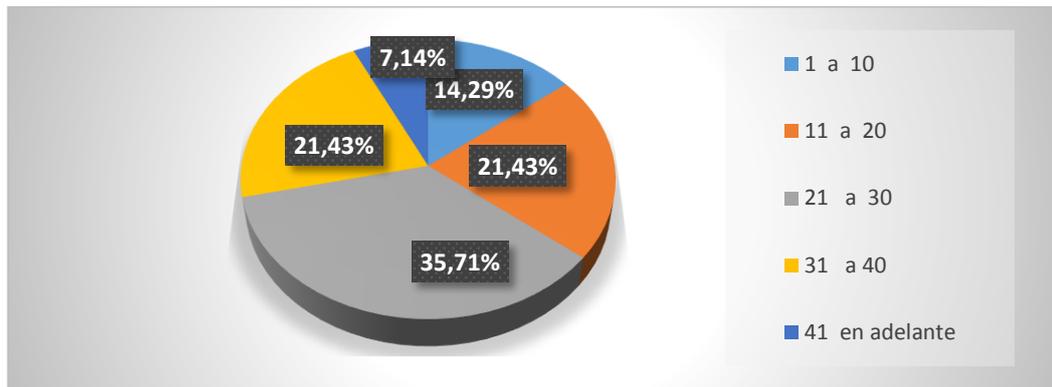
Cuadro N° 31: Promedio de Metros de Paredes

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	2	11	14,29%
11 a 20	15,5	3	46,50	21,43%
21 a 30	25,5	5	127,50	35,71%
31 a 40	35,5	3	106,50	21,43%
41 en adelante	41	1	41	7,14%
Total		14	332,50	100%

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{332,50}{14} = 23,75$$

Gráfico N° 25: Promedio de Metros de Paredes



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de paredes el 37,71% contratara de 21 a 00 metros cuadrados el, 21,43% de 11 a 20 metros cuadrados, el 21,43% de 31 a 40 metros cuadrados, el 14,29% de 1 a 10 metros cuadrados y el 7,14% de 41 metros en adelante.

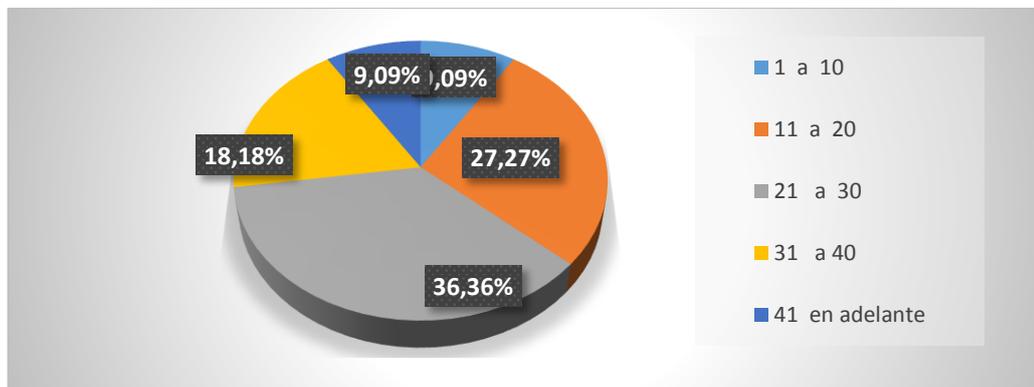
Cuadro N° 32: Promedio de Metros de Pisos

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	1	5,5	9,09
11 a 20	15,5	3	46,5	27,27
21 a 30	25,5	4	102	36,36
31 a 40	35,5	2	71	18,18
41 en adelante	41	1	41	9,09
Total		11	266	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{266}{11} = 24,08$$

Gráfico N° 26: Promedio de Metros de Piso



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de pisos el 36,36% contratara de 21 a 00 metros cuadrados el, 27,27% de 11 a 20 metros cuadrados, el 18,18% de 31 a 40 metros cuadrados, el 9,09% de 21 a 30 metros cuadrados y el 9,09% de 41 metros en adelante.

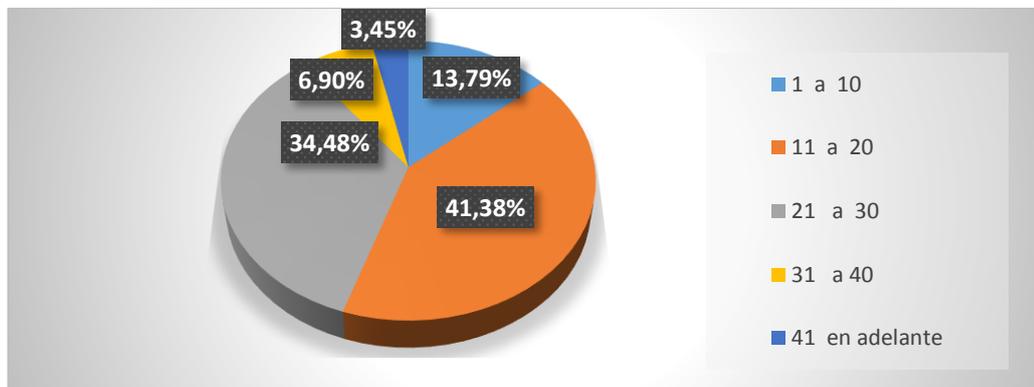
Cuadro N° 33: Promedio de Metros de Techo

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	1	5,5	7,69
11 a 20	15,5	6	93	46,15
21 a 30	25,5	4	102	30,77
31 a 40	35,5	1	35,5	7,69
41 en adelante	41	1	41	7,69
Total		13	277	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{277}{13} = 21,31$$

Gráfico N° 27: Promedio de Metros de Techo



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de techo el 41,38% contratara de 11 a 20 metros cuadrados el, 34,48% de 21 a 30 metros cuadrados, el 13,79% de 1 a 10 metros cuadrados, el 6,90% de 31 a 40 metros cuadrados y el 3,45% de 41 metros en adelante.

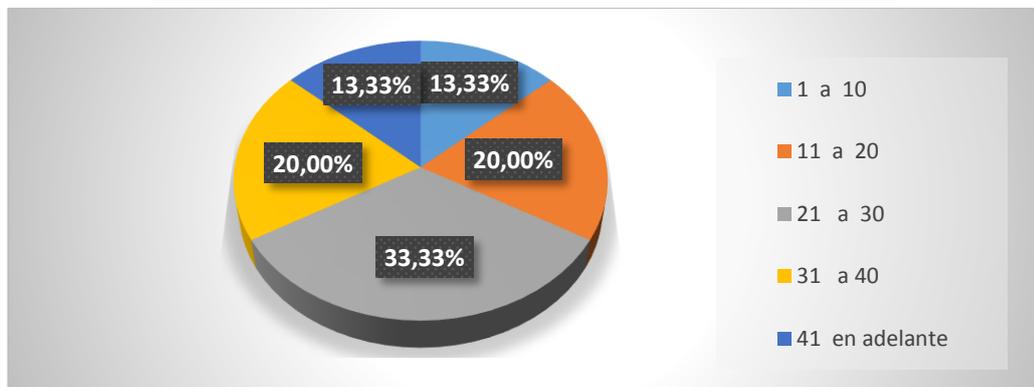
Cuadro N° 34: Promedio de Metros de Pintura

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	4	22	13,33
11 a 20	15,5	6	93	20,00
21 a 30	25,5	10	255	33,33
31 a 40	35,5	6	213	20,00
41 en adelante	41	4	164	13,33
Total		30	747	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{747}{30} = 24,90$$

Gráfico N° 28: Promedio de Metros de Pintura



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de pintura el 33,33% contratara de 21 a 30 metros cuadrados el, 20,00% de 11 a 20 metros cuadrados, el 20,00% de 31 a 40 metros cuadrados, el 13,33% de 21 a 30 metros cuadrados y el 13,33% de 41 metros en adelante.

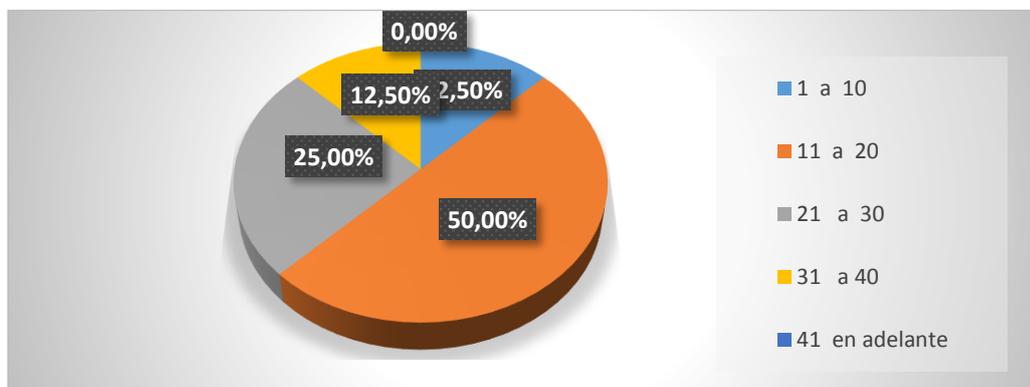
Cuadro N° 35: Promedio de Metros de Fachadas

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	1	5,5	12,50
11 a 20	15,5	4	62	50,00
21 a 30	25,5	2	51	25,00
31 a 40	35,5	1	35,5	12,50
41 en adelante	41	0	0	0,00
Total		8	154	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{154}{8} = 19,25$$

Gráfico N° 29: Promedio de Metros de Fachada



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de fachada el 50,00% contratara de 11 a 20 metros cuadrados el, 25,00% de 21 a 30 metros cuadrados, el 12,50% de 31 a 40 metros cuadrados, el 12,50% de 1 a 10 metros cuadrados y el 0% de 41 metros en adelante.

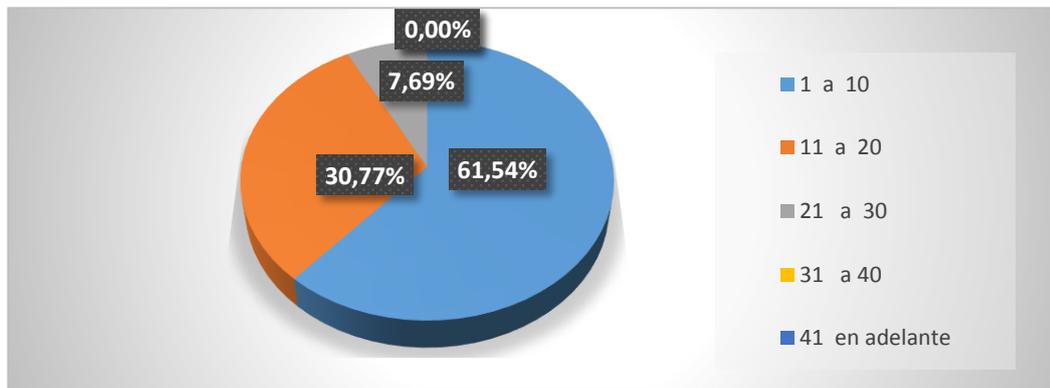
Cuadro N° 36: Promedio de Metros de Eléctrico

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	8	44	61,54
11 a 20	15,5	4	62	30,77
21 a 30	25,5	1	25,50	7,69
31 a 40	35,5	0	0	0,00
41 en adelante	41	0	0	0,00
Total		13	131,50	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{131,50}{13} = 10,12$$

Gráfico N° 30: Promedio de Metros de Eléctrico



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones eléctrica el 61,54% contratara de 1 a 10 metros cuadrados el, 30,77% de 11 a 20 metros cuadrados, el 7,69% de 21 a 30 metros cuadrados, el 0% de 31 a 40 metros cuadrados y el 0% de 41 metros en adelante.

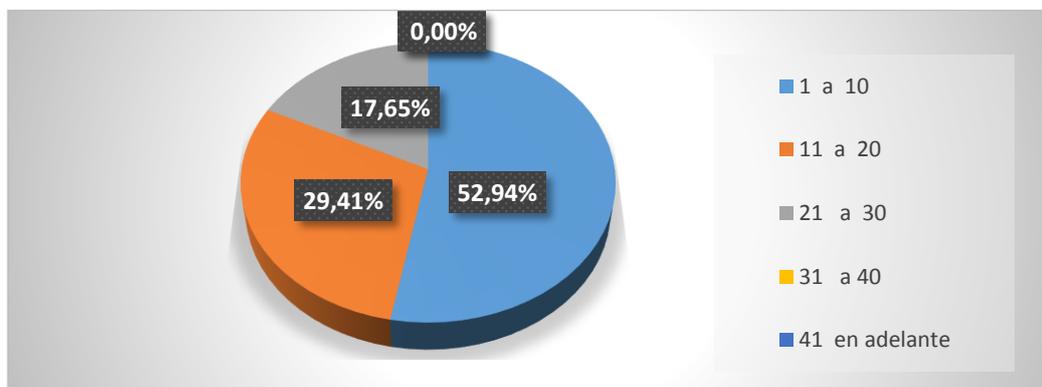
Cuadro N° 37: Promedio de Metros de Plomería

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
1 a 10	5,5	9	49,50	52,94
11 a 20	15,5	5	77,50	29,41
21 a 30	25,5	3	76,50	17,65
31 a 40	35,5	0	0	0,00
41 en adelante	41	0	0	0,00
Total		17	203,50	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{203,50}{17} = 11,29$$

Gráfico N° 31: Promedio de Metros de Plomería



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de plomería el 52,94% contratara de 1 a 10 metros cuadrados el, 29,41% de 11 a 20 metros cuadrados, el 17,65% de 21 a 30 metros cuadrados, el 0% de 31 a 00 metros cuadrados y el 0% de 41 metros en adelante.

4. ¿Cuánto cobra por el metro cuadrado de innovación o remodelación para su vivienda?

Cuadro N° 38: Costo por el Metro Cuadrado de Innovación o Remodelación

Detalle	Frecuencia						
	Paredes	Pisos	Techos	Pintura	Fachada	Eléctrico	Plomería
\$0,01a \$2,50	0	0	0	30	0	0	0
\$2,51 a \$5,00	0	0	0	0	0	7	3
\$5,01 a \$7,50	9	3	0	0	4	6	8
\$7,51 a \$10,00	3	6	3	0	3	0	6
\$10,01 en adelante	2	2	10	0	1	0	0
total	14	11	13	30	8	13	17
total encuestados	106						

Fuente: Encuesta realizada a los dueños de las viviendas en la ciudad de Loja

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 39: Promedio de Costo de Paredes

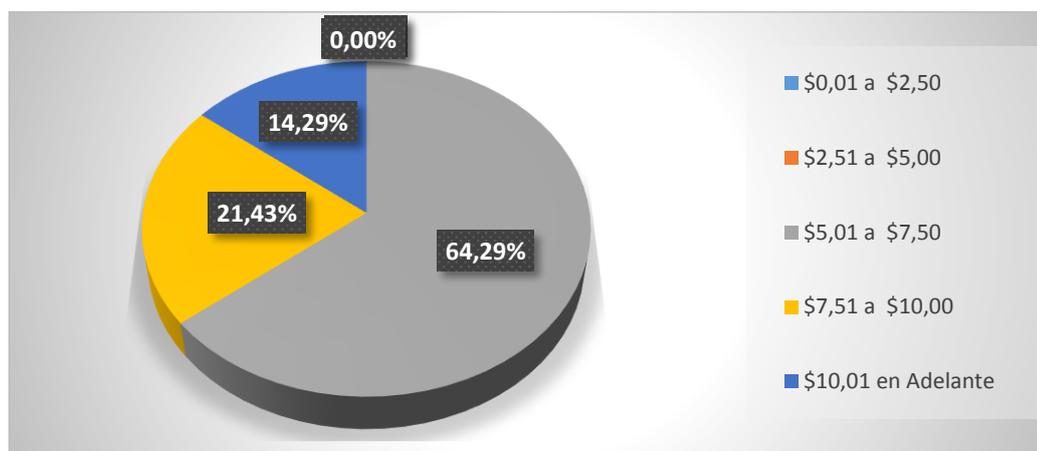
Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00
\$2,51 a \$5,00	3,76	0	0	0,00
\$5,01 a \$7,50	6,26	9	56,295	64,29
\$7,51 a \$10,00	8,76	3	26,265	21,43
\$10,01 en adelante	10,01	2	20,02	14,29
Total		14	102,58	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido

Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{102.58}{14} = 7,33$$

Gráfico N° 32: Promedio de Costo de Paredes



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de paredes el 64,29% paga un costo de entre \$5,01 a \$7,50 dólares por metros cuadrados, el 21,43% paga un costo de entre \$7,51 a \$10,00 dólares por metros cuadrados, el 14,29% paga un costo de \$10,00 dólares en adelante por metros cuadrados.

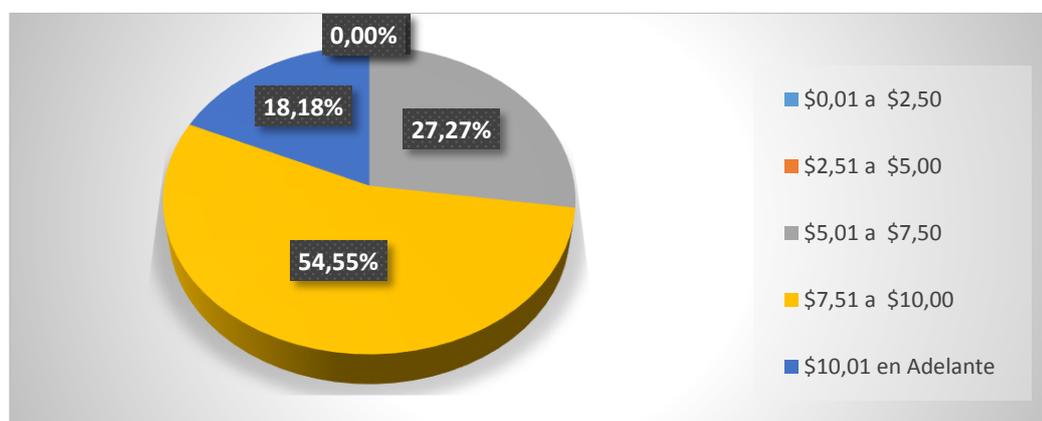
Cuadro N° 40: Promedio de Costo de Pisos

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00
\$2,51 a \$5,00	3,76	0	0	0,00
\$5,01 a \$7,50	6,26	3	18,77	27,27
\$7,51 a \$10,00	8,76	6	52,53	54,55
\$10,01 en adelante	10,01	2	20,02	18,18
Total		11	91,32	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{91,32}{11} = 8,30$$

Gráfico N° 33: Promedio de Costo de Pisos



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de pisos el 54,55% paga un costo de entre \$7,51 a \$10,00 dólares por metros cuadrados, el 27,27% paga un costo de entre \$5,01 a \$7,50 dólares por metros cuadrados, el 18,18% paga un costo de \$10,01 dólares en adelante por metros cuadrados, el resto de los costos suman el 0%

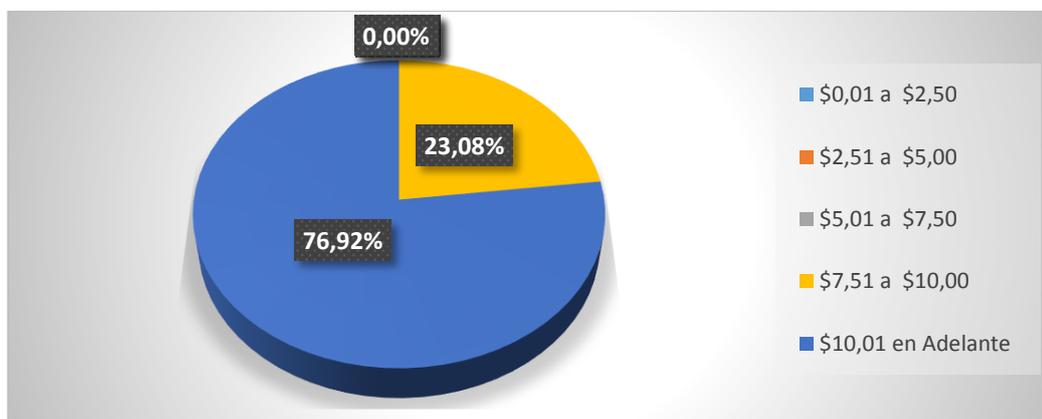
Cuadro N° 41: Promedio de Costo de Techos

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00
\$2,51 a \$5,00	3,76	0	0	0,00
\$5,01 a \$7,50	6,26	0	0	0,00
\$7,51 a \$10,00	8,76	3	26,27	23,08
\$10,01 en adelante	10,01	10	100,10	76,92
Total		13	126,37	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{126,37}{13} = 9,72$$

Gráfico N° 34: Promedio de Costo de Techo



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de techos el 76,93% paga un costo de \$10,01 dólares en adelante por metros cuadrados, el 23,08% paga un costo de entre \$7,51 a \$10,00 dólares por metros cuadrados, el resto de los costos suman 0%

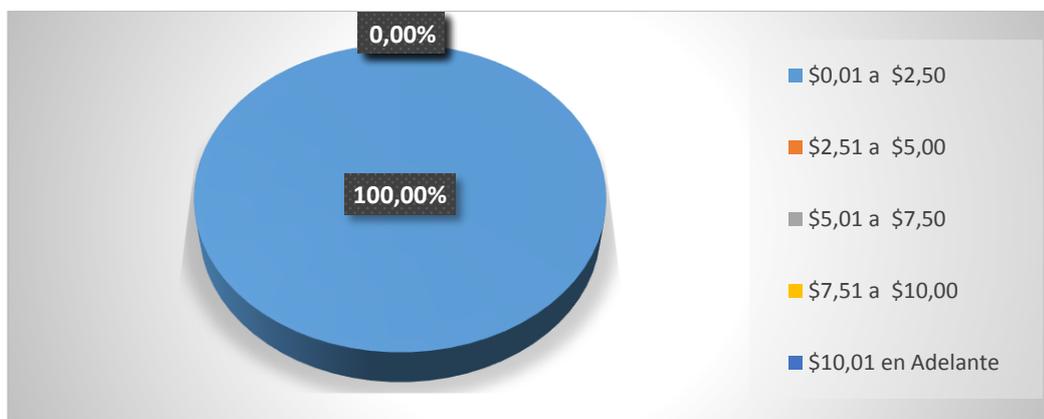
Cuadro N° 42: Promedio de Costo de Pintura

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	30	37,65	100,00
\$2,51 a \$5,00	3,76	0	0	0,00
\$5,01 a \$7,50	6,26	0	0	0,00
\$7,51 a \$10,00	8,76	0	0	0,00
\$10,01 en adelante	10,01	0	0	0,00
Total		30	37,65	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{37,65}{30} = 1,26$$

Gráfico N° 35: Promedio de Costo de Pintura



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de pintura el 100% paga un costo de entre \$0,01 a \$2,50 dólares por metros cuadrados, el resto de los costos suman el 0%

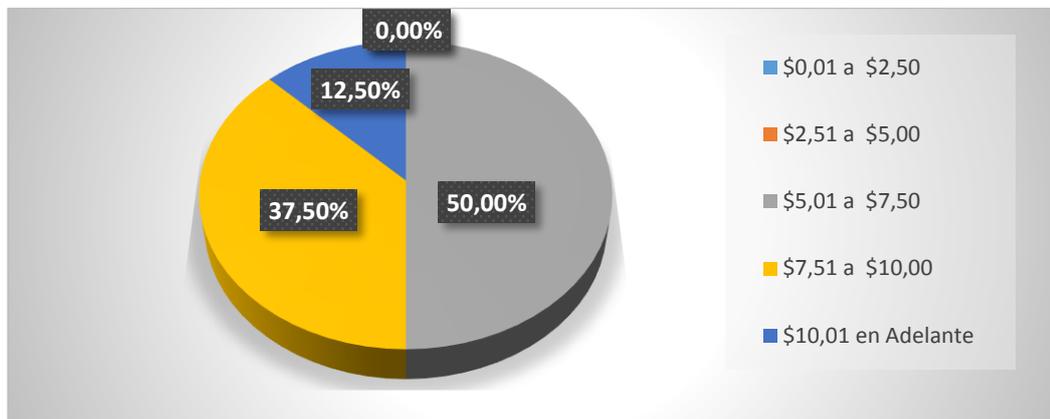
Cuadro N° 43: Promedio de Costo de Fachada

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00
\$2,51 a \$5,00	3,76	0	0	0,00
\$5,01 a \$7,50	6,26	4	25,02	50,00
\$7,51 a \$10,00	8,76	3	26,27	37,50
\$10,01 en adelante	10,01	1	10,01	12,50
Total		8	61,30	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{61,30}{8} = 7,66$$

Gráfico N° 36: Promedio de Costo de Fachada



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de fachada el 50,00% paga un costo de entre \$5,01 a \$7,50 dólares por metros cuadrados, el 37,50% paga un costo de \$7,51 dólares a \$10,00 por metros cuadrados, el 12,50% paga un costo de \$10,0 dólares en adelante por metros cuadrados, el resto de los costos suman un 0%

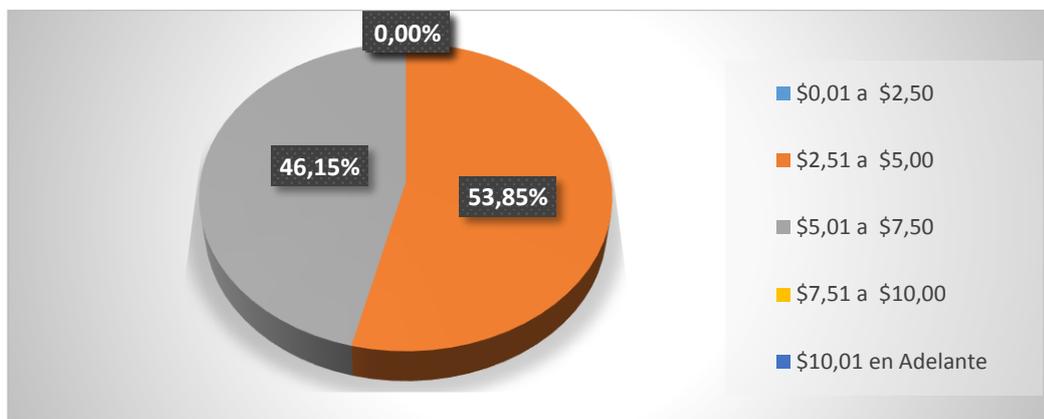
Cuadro N° 44: Promedio de Costo de Eléctrico

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00
\$2,51 a \$5,00	3,76	7	26,29	53,85
\$5,01 a \$7,50	6,26	6	37,53	46,15
\$7,51 a \$10,00	8,76	0	0	0,00
\$10,01 en adelante	10,01	0	0	0,00
Total		13	63,82	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{63,82}{13} = 4,92$$

Gráfico N° 37: Promedio de Costo de Eléctrico



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones eléctrico el 53,85% paga un costo de entre \$2,51 a \$5,00 dólares por metros cuadrados, el 46,15% paga un costo de entre \$5,01 a \$7,50 dólares por metros cuadrados, el resto de los costos suman un 0%

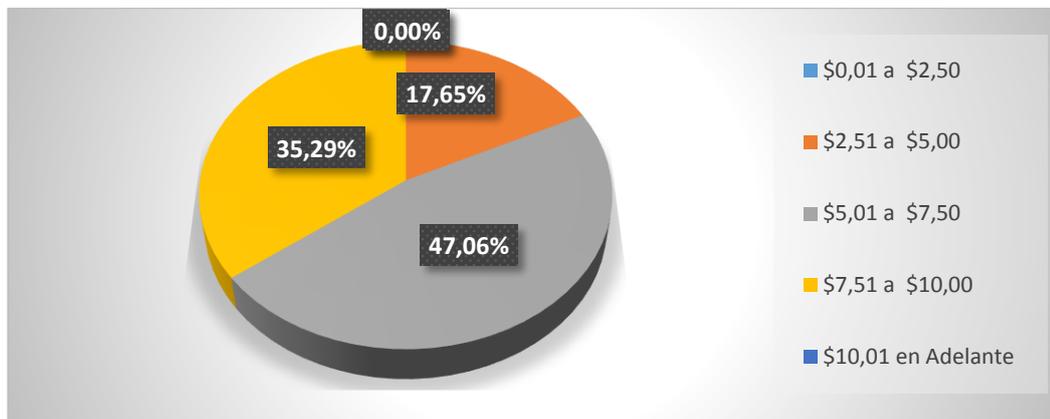
Cuadro N° 45: Promedio de Costo de Plomería

Detalle	Xm	Frecuencia	F(Xm)	Porcentaje
\$0,01a \$2,50	1,26	0	0	0,00
\$2,51 a \$5,00	3,76	3	11,27	17,65
\$5,01 a \$7,50	6,26	8	50,04	47,06
\$7,51 a \$10,00	8,76	6	52,53	35,29
\$10,01 en adelante	10,01	0	0	0,00
Total		17	113,84	100,00

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

$$\text{Promedio } \frac{\sum Fmx}{n} \quad \text{Promedio } \frac{113,84}{17} = 6,70$$

Gráfico N° 38: Promedio de Costo de Plomería



Análisis e interpretación:

Según los encuestados que contestaron innovación o remodelaciones de plomería el 47,06% paga un costo de entre \$5,01 a \$7,50 dólares por metros cuadrados, el 35,29% paga un costo de entre \$7,51 a \$10,00 dólares por metros cuadrados, el 17,65% paga un costo de entre \$2,51 a \$5,00 dólares por metros cuadrados el resto de los costos suman un 0%.

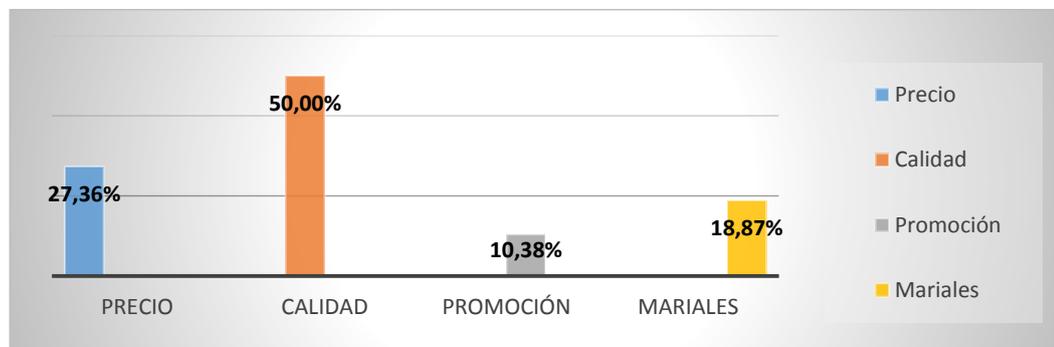
5. ¿Antes de ofrecer el servicio de reforma de construcción, considera?

Cuadro N° 46: Ofrecimiento del Servicio

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Precio	29	27,36
Calidad	53	50,00
Promoción	11	10,38
Materiales	20	18,87

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
 Elaboración: El Autor

Gráfico N° 39: Ofrecimiento del Servicio



Análisis e interpretación: Los encuestados respondieron que toman en cuenta antes de contratar el servicio, en un el 50,00% la calidad, el 27,36% al precio, el 18,87% los materiales y el 10,38% promociones. Este resultado nos servirá para considerar las características que debemos tomar en cuenta al ofrecer nuestro servicio en el mercado.

6. ¿Qué clase de promociones maneja su empresa?

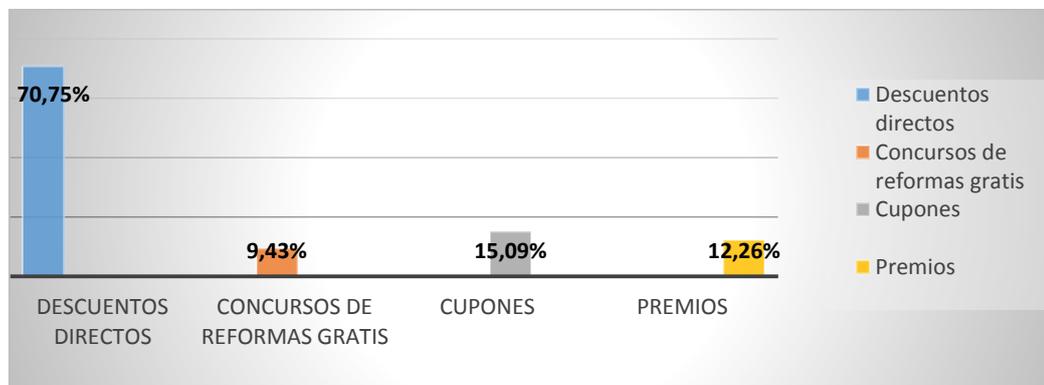
Cuadro N° 47: Clase de Promociones

Variables	Frecuencia	Porcentaje
Descuentos directos	75	70,75
Concursos de reformas gratis	10	9,43
Cupones	16	15,09
Premios	13	12,26

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido

Elaboración: El Autor

Gráfico N° 40: Clase de Promociones



Análisis e interpretación: de los encuestados los tipos de promociones que manejan son en un 70,75% descuentos directos; el 15,09% entrega cupones; un 12,26% obsequia premios y el 9,43% realiza concursos de reformas gratis, Este resultado nos servirá para considerar que tipos de promociones debemos tomar en cuenta al ofrecer nuestro servicio en el mercado.

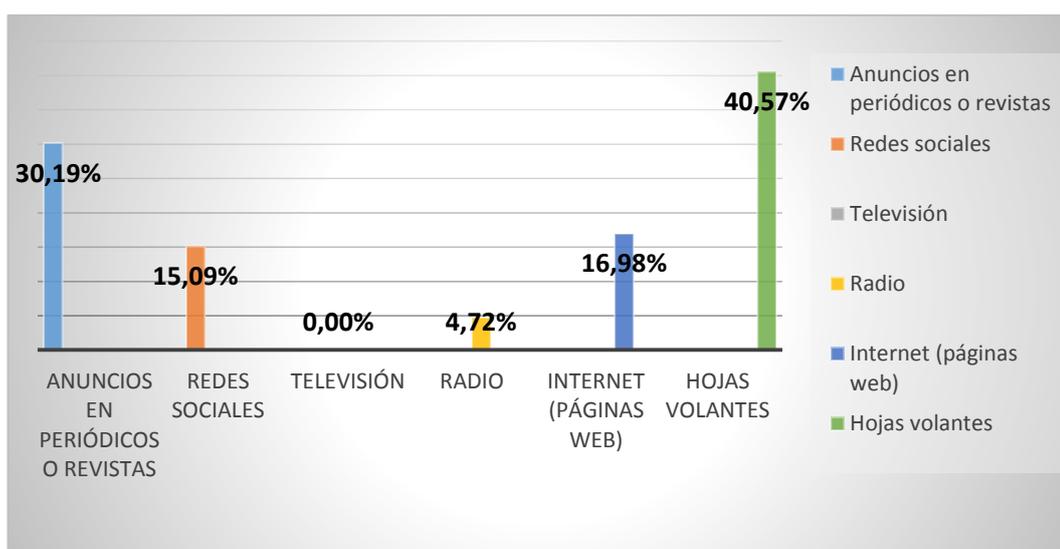
7. ¿A través de que medio o medios de publicidad da a conocer de la existencia de empresa?

Cuadro N° 48: Medio o Medios de Publicidad

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Anuncios en periódicos o revistas	32	30,19
Redes sociales	16	15,09
Televisión	0	0,00
Radio	5	4,72
Internet (páginas web)	18	16,98
Hojas volantes	43	40,57

Fuente: Encuesta realizada a los negocios que comercializan un servicio parecido
Elaboración: El Autor

Gráfico N° 41: Medio o Medios de Publicidad



Análisis e interpretación: De acuerdo a la encuesta podemos darnos cuenta que el 40,57% por otros medios de hojas volantes, el 30,19% a través de anuncio en periódicos y revistas; un 16,98% por medio de la internet (páginas web); el 15,09% por medio de las redes sociales y el 4,72% por medio de la radio.

g. DISCUSIÓN

1. ESTUDIO DE MERCADO

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

DEMANDA POTENCIAL

Se considera la totalidad de la población en estudio, en este caso el número de viviendas de la ciudad de Loja, con la tasa de crecimiento poblacional, que es de 5.6322%.

Para determinar la demanda se realizó una encuesta los dueños de las viviendas en las cuales se preguntó, si es dueño de la vivienda que ocupa, indicando si es dueño de las viviendas la cual brindo la información necesaria para la obtención de resultados.

Cuadro N° 49: Demanda Potencial

AÑOS	POBLACIÓN DUEÑOS DE LAS VIVIENDAS	% DE LA DEMANDA POTENCIA	DEMANDA POTENCIAL
0	72.123,00	74,87%	53.998,49
1	76.185,11	74,87%	57.039,79
2	80.476,01	74,87%	60.252,39
3	85.008,58	74,87%	63.645,92
4	89.796,43	74,87%	67.230,59
5	94.853,95	74,87%	71.017,15

Fuente: Cuadros N°1 y 3

Elaboración: El Autor

Formula:

Demanda Potencial = Población dueño de las viviendas * % de la demanda potencial (cuadro N° 3)

DEMANDA REAL

Se determinó de la encuesta a los demandantes para saber si han realizado reformas en los cinco últimos años en la pregunta N°4.

Cuadro N° 50: Demanda Real

AÑOS	DEMANDA POTENCIAL	% DE LA DEMANDA REAL	DEMANDA REAL
0	53.998,49	88,11%	47.579,09
1	57.039,79	88,11%	50.258,84
2	60.252,39	88,11%	53.089,52
3	63.645,92	88,11%	56.079,62
4	67.230,59	88,11%	59.238,14
5	71.017,15	88,11%	62.574,55

Fuente: Cuadros N° 6 y 49

Elaboración: El Autor

Formula:

Demanda Real o Actual = Demanda potencial * % de la demanda real

(cuadro N° 6)

DEMANDA EFECTIVA

Una vez calculada la demanda real es necesario conocer la demanda efectiva del servicio en la ciudad de Loja, para lo cual hay que basarse en cuantos estarían dispuestos a utilizar el servicio en el caso de que se implemente la empresa y en la pregunta Nro. 6, cuadro Nro. 8, se establece que el 96,03% de la demanda potencial está de acuerdo en ser cliente de la futura empresa.

Cuadro N° 51: Demanda Efectiva

AÑOS	DEMANDA REAL	% DE LA DEMANDA EFECTIVA	DEMANDA EFECTIVA
0	47.579,09	96,03%	45.691,03
1	50.258,84	96,03%	48.264,44
2	53.089,52	96,03%	50.982,79
3	56.079,62	96,03%	53.854,24
4	59.238,14	96,03%	56.887,42
5	62.574,55	96,03%	60.091,43

Fuente: Cuadros N° 8 y 50

Elaboración: El Autor

Formula:

Demanda Efectiva = Demanda real * % de la demanda efectiva (cuadro N° 8)

DEMANDA EFECTIVA SEGÚN EL TIPO DE SERVICIO

Una vez calculada la demanda efectiva es necesario conocer la misma demanda efectiva según el servicio demandado, la cual se obtuvo; de la demanda efectiva, el porcentaje según el tipo innovación o remodelación.

Formula:

Demanda Efectiva del Servicio = Demanda efectiva * % del tipo innovación o remodelación del servicio

Cuadro N° 52: Demanda Efectiva del Servicio de Innovación o

Remodelación de Paredes

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES	DEMANDA EFECTIVA DE PAREDES
0	608.604,52	13,64%	82.991,53
1	642.882,34	13,64%	87.665,77
2	679.090,76	13,64%	92.603,29
3	717.338,51	13,64%	97.818,89
4	757.740,45	13,64%	103.328,24
5	800.417,91	13,64%	109.147,90

Fuente: Cuadros N° 9 y 51

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 53: Demanda Efectiva del Servicio de Innovación o Remodelación de Pisos

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	DEMANDA EFECTIVA DE PISOS
0	608.604,52	11,16%	67.902,16
1	642.882,34	11,16%	71.726,54
2	679.090,76	11,16%	75.766,32
3	717.338,51	11,16%	80.033,64
4	757.740,45	11,16%	84.541,29
5	800.417,91	11,16%	89.302,82

Fuente: Cuadros N° 9 y 51
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 54: Demanda Efectiva del Servicio de Innovación o Remodelación de Techos

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHOS	DEMANDA EFECTIVA DE TECHOS
0	608.604,52	11,98%	72.931,95
1	642.882,34	11,98%	77.039,62
2	679.090,76	11,98%	81.378,65
3	717.338,51	11,98%	85.962,05
4	757.740,45	11,98%	90.803,61
5	800.417,91	11,98%	95.917,85

Fuente: Cuadros N° 9 y 51
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 55: Demanda Efectiva del Servicio de Innovación o Remodelación de Pintura

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA	DEMANDA EFECTIVA DE PINTURA
0	608.604,52	27,27%	165.983,05
1	642.882,34	27,27%	175.331,55
2	679.090,76	27,27%	185.206,57
3	717.338,51	27,27%	195.637,78
4	757.740,45	27,27%	206.656,49
5	800.417,91	27,27%	218.295,79

Fuente: Cuadros N° 9 y 51
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 56: Demanda Efectiva del Servicio de Innovación o Remodelación de Fachada

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA	DEMANDA EFECTIVA DE FACHADA
0	608.604,52	9,09%	55.327,68
1	642.882,34	9,09%	58.443,85
2	679.090,76	9,09%	61.735,52
3	717.338,51	9,09%	65.212,59
4	757.740,45	9,09%	68.885,50
5	800.417,91	9,09%	72.765,26

Fuente: Cuadros N° 9 y 51
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 57: Demanda Efectiva del Servicio de Innovación o Remodelación Eléctrico

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO	DEMANDA EFECTIVA ELÉCTRICO
0	608.604,52	11,57%	70.417,05
1	642.882,34	11,57%	74.383,08
2	679.090,76	11,57%	78.572,49
3	717.338,51	11,57%	82.997,84
4	757.740,45	11,57%	87.672,45
5	800.417,91	11,57%	92.610,34

Fuente: Cuadros N° 9 y 51
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 58: Demanda Efectiva del Servicio de Innovación o Remodelación de Plomería

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PLOMERÍA	DEMANDA EFECTIVA DE PLOMERÍA
0	608.604,52	15,29%	93.051,10
1	642.882,34	15,29%	98.291,93
2	679.090,76	15,29%	103.827,93
3	717.338,51	15,29%	109.675,72
4	757.740,45	15,29%	115.852,88
5	800.417,91	15,29%	122.377,95

Fuente: Cuadros N° 9 y 51
Elaboración: El Autor

DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS SEGÚN EL TIPO DE SERVICIO

Una vez calculada la demanda efectiva según el tipo de servicio es necesario conocer la misma demanda efectiva en metros cuadrados; la cual se la obtuvo de la demanda efectiva según el tipo de innovación remodelación y la media de metros cuadrados demandados del servicio.

Formula:

Demanda Efectiva en Metros cuadrados del servicio = Demanda efectiva de servicio * media de metros de innovación o remodelación de del servicio.

Cuadro N° 59: Demanda Efectiva en Metros Cuadrados de Paredes

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA DE PAREDES	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PAREDES
0	82.991,53	22,67	1.881.141,25
1	87.665,77	22,67	1.987.090,88
2	92.603,29	22,67	2.099.007,82
3	97.818,89	22,67	2.217.228,13
4	103.328,24	22,67	2.342.106,86
5	109.147,90	22,67	2.474.019,00

Fuente: Cuadros N° 11 y 52
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 60: Demanda Efectiva en Metros Cuadrados de Pisos

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA DE PISOS	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PISOS
0	67.902,16	21,06	1.429.717,64
1	71.726,54	21,06	1.510.242,20
2	75.766,32	21,06	1.595.302,06
3	80.033,64	21,06	1.685.152,67
4	84.541,29	21,06	1.780.063,83
5	89.302,82	21,06	1.880.320,59

Fuente: Cuadros N° 12 y 53

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 61: Demanda Efectiva en Metros Cuadrados Techos

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA DE TECHOS	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHOS	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE TECHOS
0	72.931,95	19,83	1.446.064,46
1	77.039,62	19,83	1.527.509,70
2	81.378,65	19,83	1.613.542,10
3	85.962,05	19,83	1.704.420,02
4	90.803,61	19,83	1.800.416,37
5	95.917,85	19,83	1.901.819,42

Fuente: Cuadros N° 13 y 54

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 62: Demanda en Metros Cuadrados Pintura

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA DE PINTURA	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PINTURA
0	165.983,05	22,41	3.719.529,28
1	175.331,55	22,41	3.929.020,61
2	185.206,57	22,41	4.150.310,91
3	195.637,78	22,41	4.384.064,72
4	206.656,49	22,41	4.630.984,01
5	218.295,79	22,41	4.891.810,29

Fuente: Cuadros N° 14 y 55

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 63: Demanda Efectiva en Metros Cuadrados Fachada

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA DE FACHADA	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE FACHADA
0	55.327,68	19,64	1.086.434,52
1	58.443,85	19,64	1.147.624,68
2	61.735,52	19,64	1.212.261,20
3	65.212,59	19,64	1.280.538,17
4	68.885,50	19,64	1.352.660,64
5	72.765,26	19,64	1.428.845,20

Fuente: Cuadros N° 15 y 56

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 64: Demanda Efectiva en Metros Cuadrados Eléctrico

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA DE ELÉCTRICO	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE ELÉCTRICO	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE ELÉCTRICO
0	70.417,05	13,00	915.421,68
1	74.383,08	13,00	966.980,06
2	78.572,49	13,00	1.021.442,31
3	82.997,84	13,00	1.078.971,98
4	87.672,45	13,00	1.139.741,84
5	92.610,34	13,00	1.203.934,38

Fuente: Cuadros N° 16 y 57

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 65: Demanda Efectiva en Metros Cuadrados de Plomería

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA DE PLOMERÍA	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PLOMERÍA	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PLOMERÍA
0	93.051,10	12,53	1.165.653,70
1	98.291,93	12,53	1.231.305,65
2	103.827,93	12,53	1.300.655,24
3	109.675,72	12,53	1.373.910,75
4	115.852,88	12,53	1.451.292,15
5	122.377,95	12,53	1.533.031,83

Fuente: Cuadros N° 17 y 58

Elaboración: El Autor

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Según las encuestas aplicadas a la población que ofrece el servicio en la ciudad de Loja, se determina la oferta del servicio de reforma de construcción por parte de la población de la ciudad de Loja, en las preguntas Nro. 1, cuadros Nro. 28, los mismos que brindan información sobre el consumo del producto, obteniendo los siguientes resultados

Cuadro N° 66: Oferta

AÑOS	EMPRESAS OFERTANTES DEL SERVICIO	% DE LA OFERTA	OFERTA
0	106	100	106

Fuente: Cuadros N°35

Elaboración: El Autor

OFERTA PROYECTADA

Para proyectar la oferta se utiliza con una tasa de crecimiento de 5.6322% de las viviendas en la ciudad de Loja. En el cuadro siguiente se detalla la oferta y su proyección.

Cuadro N° 67: Proyección de la Oferta

AÑOS	OFERTA
0	106
1	112
2	118
3	125
4	132
5	139

Fuente: Cuadros N°37

Elaboración: El Autor

OFERTA SEGÚN EL TIPO DE SERVICIO

Una vez calculada la oferta es necesario conocer la misma oferta según el servicio demandado, la cual se obtuvo; de la oferta, el porcentaje del tipo innovación o remodelación y la media de metros cuadrados del mismo.

Formula:

Oferta del Servicio = Oferta * % del tipo innovación o remodelación del servicio.

Cuadro N° 68: Oferta Innovación o Remodelación de Paredes

AÑOS	OFERTA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES
0	106	13,21%	14
1	112	13,21%	15
2	118	13,21%	16
3	125	13,21%	17
4	132	13,21%	17
5	139	13,21%	18

Fuente: Cuadros N° 29 y 67

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 69: Oferta Innovación o Remodelación de Pisos

AÑOS	OFERTA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS
0	106	11,38%	11
1	112	11,38%	12
2	118	11,38%	12
3	125	11,38%	13
4	132	11,38%	14
5	139	11,38%	14

Fuente: Cuadros N° 29 y 67

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 70: Oferta Innovación o Remodelación de Techos

AÑOS	OFERTA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO
0	106	12,26%	13
1	112	12,26%	14
2	118	12,26%	15
3	125	12,26%	15
4	132	12,26%	16
5	139	12,26%	17

Fuente: Cuadros N° 29 y 67

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 71: Oferta de Innovación o Remodelación Pintura

AÑOS	OFERTA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA
0	106	28,30%	30
1	112	28,30%	32
2	118	28,30%	33
3	125	28,30%	35
4	132	28,30%	37
5	139	28,30%	39

Fuente: Cuadros N° 29 y 67

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 72: Oferta de Innovación o Remodelación Fachada

AÑOS	OFERTA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA
0	106	7,55%	8
1	112	7,55%	8
2	118	7,55%	9
3	125	7,55%	9
4	132	7,55%	10
5	139	7,55%	11

Fuente: Cuadros N° 29 y 67

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 73: Oferta de Innovación o Remodelación Eléctrico

AÑOS	OFERTA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE ELÉCTRICO	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE ELÉCTRICO
0	106	12,26%	13
1	112	12,26%	14
2	118	12,26%	15
3	125	12,26%	15
4	132	12,26%	16
5	139	12,26%	17

Fuente: Cuadros N° 29 y 67
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 74: Oferta de Innovación o Remodelación Plomería

AÑOS	OFERTA	% DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PLOMERÍA	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PLOMERÍA
0	106	16,04%	17
1	112	16,04%	18
2	118	16,04%	19
3	125	16,04%	20
4	132	16,04%	21
5	139	16,04%	22

Fuente: Cuadros N° 29 y 67
Elaboración: El Autor

OFERTA EN METROS CUADRADOS SEGÚN EL TIPO DE SERVICIO

Una vez calculada la oferta según el tipo de servicio es necesario conocer la misma oferta en metros cuadrados; la cual se la obtuvo de la oferta según el tipo de innovación o remodelación y la media de metros cuadrados demandados del servicio.

Formula:

Oferta en Metros cuadrados del servicio = Oferta del servicio * media de metros de innovación o remodelación del servicio

Cuadro N° 75: Oferta en Metros Cuadrados de Paredes

AÑOS	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE PAREDES
0	14	23,75	332,50
1	15	23,75	351,23
2	16	23,75	371,01
3	17	23,75	391,90
4	17	23,75	413,98
5	18	23,75	437,29

Fuente: Cuadros N° 31 y 68

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 76: Oferta Efectiva en Metros Cuadrados Pisos

AÑOS	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE PISOS
0	11	24,18	266,00
1	12	24,18	280,98
2	12	24,18	296,81
3	13	24,18	313,18
4	14	24,18	331,18
5	14	24,18	349,84

Fuente: Cuadros N° 32 y 69

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 77: Oferta Efectiva en Metros Cuadrados Techos

AÑOS	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHOS	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE TECHOS
0	13	21,31	277,00
1	14	21,31	292,60
2	15	21,31	309,08
3	15	21,31	326,49
4	16	21,31	344,88
5	17	21,31	364,30

Fuente: Cuadros N° 33 y 70

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 78: Oferta en Metros Cuadrados Pintura

AÑOS	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE PINTURA
0	30	24,90	747,00
1	32	24,90	789,07
2	33	24,90	833,51
3	353	24,90	880,46
4	37	24,90	930,05
5	39	24,90	982,43

Fuente: Cuadros N° 34 y 71

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 79: Oferta en Metros Cuadrados Fachada

AÑOS	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE FACHADA
0	8	19,25	154,00
1	8	19,25	162,67
2	9	19,25	171,84
3	9	19,25	181,51
4	10	19,25	191,74
5	11	19,25	202,54

Fuente: Cuadros N° 35 y 72

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 80: Oferta en Metros Cuadrados Eléctrico

AÑOS	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE ELÉCTRICO	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE ELÉCTRICO	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE ELÉCTRICO
0	13	10,12	131,50
1	14	10,12	138,91
2	15	10,12	146,73
3	15	10,12	154,99
4	16	10,12	163,72
5	17	10,12	172,94

Fuente: Cuadros N° 36 y 73

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 81: Oferta en Metros Cuadrados Plomería

AÑOS	OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	MEDIA DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PLOMERÍA	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE PLOMERÍA
0	17	11,97	203,50
1	18	11,97	214,96
2	19	11,97	227,07
3	20	11,97	239,86
4	21	11,97	253,37
5	22	11,97	267,64

Fuente: Cuadros N° 37 y 74

Elaboración: El Autor

DEMANDA INSATISFECHA

El análisis de la oferta y la demanda nos permite determinar la demanda insatisfecha para el servicio.

Una vez terminado el estudio de la demanda y la oferta, hay que determinar la cantidad que se requiere cubrir en el mercado, conocida como demanda insatisfecha.

Para determinar la demanda insatisfecha se requirió información de la demanda efectiva en metros cuadrados según el servicio menos la oferta en metros cuadrados según el servicio. En el cuadro siguiente se realizan las operaciones para determinar esta demanda.

Formula:

Demanda Insatisfecha en Metros Cuadrados del Servicio = Demanda efectiva en metros cuadrados del servicio - oferta en metros cuadrados del servicio.

**Cuadro N° 82: Demanda Insatisfecha de Servicio de Innovación o
Remodelación de paredes**

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PAREDES	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE PAREDES	DEMANDA INSATISFECHA EN METROS CUADRADOS DE PAREDES
0	1.881.141,25	332,50	1.880.809
1	1.987.090,88	351,23	1.986.740
2	2.099.007,82	371,01	2.098.637
3	2.217.228,13	391,90	2.216.836
4	2.342.106,86	413,98	2.341.693
5	2.474.019,00	437,29	2.473.582

Fuente: Cuadro N° 59 y 75
Elaboración: El Autor

**Cuadro N° 83: Demanda Insatisfecha de Servicio de Innovación o
Remodelación de Pisos**

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PISOS	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE PISOS	DEMANDA INSATISFECHA EN METROS CUADRADOS DE PISOS
0	1.429.717,64	266,00	1.429.452
1	1.510.242,20	280,98	1.509.961
2	1.595.302,06	296,81	1.595.005
3	1.685.152,67	313,52	1.684.839
4	1.780.063,83	331,18	1.779.733
5	1.880.320,59	349,84	1.879.971

Fuente: Cuadro N° 60 y 76
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 84: Demanda Insatisfecha de Servicio de Innovación o Remodelación de Techo

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE TECHO	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE TECHO	DEMANDA INSATISFECHA EN METROS CUADRADOS DE TECHO
0	1.446.064,46	277,00	1.445.787
1	1.527.509,70	292,60	1.527.217
2	1.613.542,10	309,08	1.613.233
3	1.704.420,02	326,49	1.704.094
4	1.800.416,37	344,88	1.800.071
5	1.901.819,42	364,30	1.901.455

Fuente: Cuadro N° 61 y 77
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 85: Demanda Insatisfecha de Servicio de Innovación o Remodelación de Pintura

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PINTURA	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE PINTURA	DEMANDA INSATISFECHA EN METROS CUADRADOS DE PINTURA
0	3.719.529,28	747,00	3.718.782
1	3.929.020,61	789,07	3.928.232
2	4.150.310,91	833,51	4.149.477
3	4.384.064,72	880,46	4.383.184
4	4.630.984,01	930,05	4.630.054
5	4.891.810,29	982,43	4.890.828

Fuente: Cuadro N° 62 y 78
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 86: Demanda Insatisfecha de Servicio de Innovación o Remodelación de Fachada

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE FACHADA	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE FACHADA	DEMANDA INSATISFECHA EN METROS CUADRADOS DE FACHADA
0	1.086.434,52	154,00	1.086.281
1	1.147.624,68	162,67	1.147.462
2	1.212.261,20	171,84	1.212.089
3	1.280.538,17	181,51	1.280.357
4	1.352.660,64	191,74	1.352.469
5	1.428.845,20	202,54	1.428.643

Fuente: Cuadro N° 63 y 79
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 87: Demanda Insatisfecha de Servicio de Innovación o Remodelación Eléctrico

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE ELÉCTRICO	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE ELÉCTRICO	DEMANDA INSATISFECHA EN METROS CUADRADOS DE ELÉCTRICO
0	915.421,68	131,50	915.290
1	966.980,06	138,91	966.841
2	1.021.442,31	146,73	1.021.296
3	1.078.971,98	154,99	1.078.817
4	1.139.741,84	163,72	1.139.578
5	1.203.934,38	172,94	1.203.761

Fuente: Cuadro N° 64 y 80
Elaboración: El Autor

Cuadro N° 88: Demanda Insatisfecha de Servicio de Innovación o Remodelación de Plomería

AÑOS	DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PLOMERÍA	OFERTA EN METROS CUADRADOS DE PLOMERÍA	DEMANDA INSATISFECHA EN METROS CUADRADOS DE PLOMERÍA
0	1.165.653,70	203,50	1.165.450
1	1.231.305,65	214,96	1.231.091
2	1.300.655,24	227,07	1.300.428
3	1.373.910,75	239,86	1.373.671
4	1.451.292,15	253,37	1.451.039
5	1.533.031,83	267,64	1.532.764

Fuente: Cuadro N° 65 y 81
 Elaboración: El Autor

Cuadro N° 89: Demanda Insatisfecha en Metros Cuadrados de Todo lo Servicio

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA EN METROS CUADRADOS DE LA SUMATORIA DE TODOS LOS SERVICIO
0	11.641.851,02
1	12.297.543,36
2	12.990.165,60
3	13.721.797,70
4	14.494.636,79
5	15.311.003,73

COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO

Para efectuar una inversión es muy importante considerar las estrategias que nos ayuden o permitan ingresar y mantenernos en el mercado por lo que se tomara en cuenta los elementos del estudio de mercado como son: Producto, Precio, Plaza y Promoción.

Estas estrategias deben ser planificadas de acuerdo a la demanda insatisfecha a la competencia que estas presenten según los resultados de las encuestas aplicadas.

ESTRATEGIAS DE PRODUCTO

Este estudio constituye el aspecto clave del proyecto ya que determina los bienes o servicios que serán demandados por parte de la comunidad, por tal motivo se necesita comprobar la existencia de un cierto número de agentes económicos que en ciertas condiciones de precios e ingresos ocasionen una demanda que justifique la puesta en marcha del proyecto. El estudio obliga por lo tanto a la realización de un análisis profundo de la oferta, demanda, precios, comercialización; es decir determinar: a quién, cuánto, cómo y dónde se venderá el producto o servicio. Puede considerarse como un estudio de oferta, demanda, calidad, mercado y precios, tanto de los productos como de los insumos de un proyecto.

SERVICIO

La empresa se dedicará a comercializar el servicio de reforma de construcción, será un servicio de consumo para toda la población de la

ciudad de Loja, que tenga o dispongan de un hogar, oficina, negocio o mobiliario.

Este servicio contara con una marca la cual la denominamos como **REFORMAR**, distintiva fácil de pronunciar y recordar adaptable a los servicios que se pueda ofrecer, además el servicio estará en constante innovación adaptándose a las nuevas necesidades gustos y preferencia de los consumidores, realizando controles de calidad en todos los procesos del servicio ofrecido.

La empresa de reforma que se pretende crear, para prestar dicho servicio engloba elementos de vital importancia los cuales son la innovación o remodelación de su vivienda. Como es el caso de reformas de construcción aquí se incluirá varios elementos de trabajo tales como albañilería en general, plomería, electricidad, pintura etc.

A continuación prestamos el slogan y el logotipo que se podrían tomar en cuenta para que se utilice en la publicidad.

SLOGAN

El slogan para posicionar la marca del servicio Reformar B&O será:

"Construyamos juntos su proyecto."

Gráfico N° 42: LOGOTIPO DEL SERVICIO



Elaborado: El autor

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

La promoción y publicidad son elementos indispensables del marketing su objetivo es que la empresa pueda transmitir las cualidades del producto a los usuarios, para que estos puedan interesarse y adquirir el producto a través del mensaje que se les transmite.

Promoción

El plan publicitario está dirigido a todos los habitantes de la ciudad de Loja los medios seleccionados fueron tomados en cuenta son:

- Descuentos directos
- Concursos de reformas gratis
- Cupones
- Premios

Publicidad

Los gastos de publicidad muchas veces se expresan como un porcentaje de las ventas de la compañía, pero en nuestro caso la compañía invertirá su dinero proveniente del capital de trabajo y de las ventas realizadas en publicidad, pero en el mediano plazo, cuando la empresa logre economías de escala, podrá designarse un porcentaje mucho mayor de las ventas para este fin.

- **Venta Personal.-** Se refiere al recurso humano que la empresa deberá contratar para que haga conocer las bondades de los servicios que presta la empresa, los que estarán especificados en las diferentes hojas volantes que se distribuyan en el mercado lojano.
- **Publicidad y Propaganda.-** La publicidad está constituida por la comunicación masiva y es pagada a los medios de comunicación existentes en el entorno y su radio de acción de la empresa; en donde identifiquemos con claridad a la empresa y sus productos, con todas las características y atributos de los mismos.

Los medios de mayor cobertura en la provincia de Loja son la TV, y el Internet pero principalmente la Redes Sociales, en donde se estará enfocando las bondades del producto, se utilizará Spot publicitarios y páginas Web como de páginas en redes sociales dando a conocer que el servicio estará bajo estrictas normas de seguridad, control, y responsabilidad tanto en la utilización de maquinaria y equipos como el profesionalismo humano, que en parte estará dirigido por la etapa de la

publicidad y propaganda también estará a disposición del usuario en la prensa escrita y hablada.

ESTRATEGIAS DE PRECIO

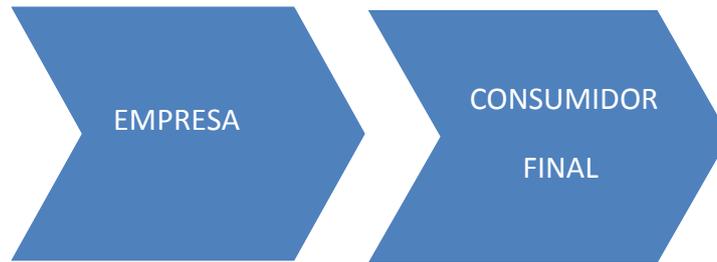
Al existir competencia indirecta, la empresa Reformar B&O Cia. Litada., comenzará con una política de precios bajos para poder introducir el servicio en el mercado; es decir, relacionar con la sumatoria de los costos totales más un margen de utilidad para la empresa, pero este precio deberá ser lo suficientemente flexible para ajustarse a las necesidades de la empresa, realizando los análisis de sensibilidad correspondientes.

Hay varias condiciones que favorecen la fijación de precios bajos, entre las cuales están: el mercado es muy sensible al precio y un precio bajo estimula su crecimiento. El objetivo de fijar un precio bajo es maximizar la participación de mercado para así disminuir los costos del servicio y proyectar una apariencia dominante hacia los consumidores.

ESTRATEGIAS DE PLAZA

El mercado de al que va estar dirigido el servicio de reforma de construcción serán los dueños de las construcciones. Para llevar el servicio a manos de los compradores se necesita de un canal de distribución directo.

Gráfico N° 43: Canal de distribución



Elaborado: El autor

2. ESTUDIO TÉCNICO

Dentro del estudio técnico se analizó los elementos que conforman la ingeniería del proceso de prestación del servicio de reforma, para ello se realizó la descripción del proceso de desarrollo del mismo, con el fin de dar a conocer el proceso para la prestación de dicho servicio.

CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA

Es aquella que indica cual será la máxima capacidad de producción que puede alcanzar el componente tecnológico en un periodo de tiempo determinado. Se tomara en cuenta la capacidad de la máquina y al tiempo que se demora un obrero al realizar el trabajo, según el tipo de innovación o remodelación se determinó cuanto metro cuadrados un obrero puede realizar en una hora.

Si la empresa trabaja las 24 horas del día los 7 días de la semana y los 365 días del año se obtendría lo siguiente:

Capacidad utilizada= capacidad/hora * 24 horas/días * 365 días/año

Cuadro N° 90: Capacidad Instalada de Innovación o Remodelación

Tipo de Innovación o Remodelación	Capacidad en una hora de Innovación o Remodelación	Capacidad en el Día (24 horas)	Días en el Año	Total en el Año
Paredes	3	72	365	26.280
Pisos	5	120	365	43.800
Techos	3	72	365	26.280
Pintura	20	480	365	175.200
Fachada	3	72	365	26.280
Eléctrico	2	48	365	17.520
Plomería	1	24	365	8.760
TOTAL				324.120

Fuente: Zhobe Raúl Contratista de Trabajos de Construcción
 Elaboración: El Autor

La capacidad instalada de la empresa permite realizar un total de 324.120 metros cuadrados de innovación o remodelación de las viviendas

CAPACIDAD UTILIZADA

Constituye el rendimiento o nivel de producción con el que se trabaja, esta capacidad se ha determinado mediante la capacidad de la mano de obra utilizada para la realización de servicio de innovación o remodelación.

Si la empresa trabaja de lunes a viernes (5 días a la semana), y las 8 horas laborables en el día se obtendría lo siguiente:

Días Laborables: 5 días/semana * 52 semanas/año= 260 días al año

Cuadro N° 91: Capacidad Utilizada de Innovación o Remodelación

Tipo de Innovación o Remodelación	Capacidad en una hora de Innovación o Remodelación	Capacidad jornada de trabajo (8 horas)	Días en el Año	Total en el Año
Paredes	3	24	260	6.240
Pisos	5	40	260	10.400
Techos	3	24	260	6.240
Pintura	20	160	260	41.600
Fachada	3	24	260	6.240
Eléctrico	2	16	260	4.160
Plomería	1	8	260	8.080
TOTAL				76.960

Fuente: Cuadro N° 90
Elaboración: El Autor

La capacidad utilizada de la empresa permite realizar 52.000 m² de reforma de construcción.

Para determinar la participación de la empresa en el mercado se toma en consideración mantener el porcentaje de participación para todos los años de vida útil del proyecto, en el cual se mantendrá el mismo número de unidades producidas.

LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

Para la localización de la empresa de servicio de reforma de construcción en la ciudad de Loja, para la selección del sitio adecuado se considerara oportuno que este ubique a la empresa en la parte Norte de la ciudad de Loja contando así con un lugar estratégico para la movilidad a todos los lugares de se vaya a prestar el servicio en la ciudad.

FACTOR DE LOCALIZACIÓN

La localización está relacionada con la comercialización o venta del servicio de reforma de construcción, para lo cual se debe examinar aspectos que son fundamentales y constituyen la razón de su ubicación tomando así en consideración los siguientes factores:

a) Disponibilidad de servicios básicos la ciudad de Loja cuenta con:

- **Servicios agua potable:** Suficiente para la utilización en el servicio
- **Energía eléctrica:** Necesaria para la realización de las operaciones.
- **Alcantarillado:** Necesario para la prestación del servicio
- **Telecomunicaciones:** Apropriadadas para brindar un servicio de calidad.
- **Internet:** suficiente para utilizarlo en el servicio.

b) Vías de acceso: Necesarias para el traslado a los diferentes sectores donde se necesite de la prestación del servicio

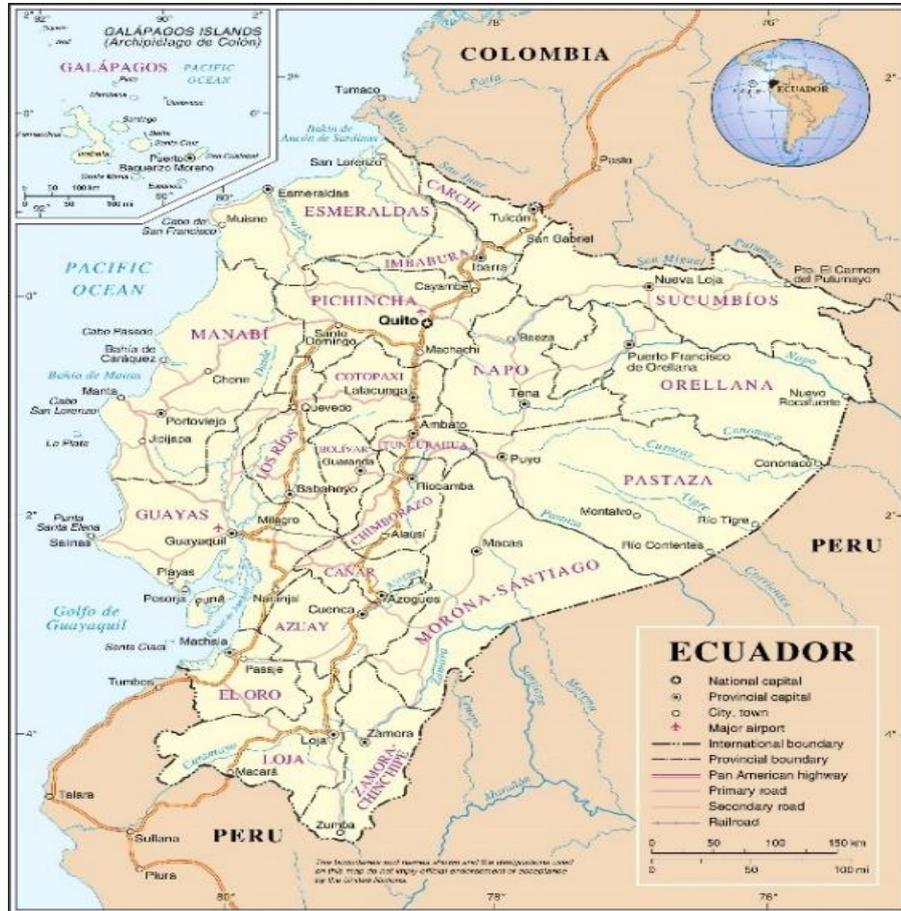
c) Mercado y los clientes: existen demandantes del servicio de reforma

d) Mano de obra: Existen personal capacitado para realizar este tipo de trabajo.

e) Tecnología: Suficiente para la realización del trabajo

MACROLOCALIZACIÓN

Gráfico N° 44: Macro – Localización, Mapa Político De La Región 7



La empresa servicio de reforma de construcción estará ubicada en la República del Ecuador ubicada en el Sur de La Sierra Ecuatoriana, limitando con las provincias de El Oro al oeste; con la provincia de Zamora Chinchipe al este, con la provincia del Azuay al norte; y al Sur con la República del Perú.

Cuenta con una superficie de 11026 km. Y su población es de 450.000 habitantes a nivel provincial. Su Capital es la ciudad de Loja donde viven unos 200.000 habitantes.

MICROLOCALIZACIÓN

Para que el proyecto no sea muy costoso, se consideró factible arrendar un inmueble que tiene las características necesarias para su implementación.

Se determinó que el lugar adecuado para ubicar la empresa de reforma de construcción es la provincia de Loja en la ciudad de Loja en la parte Norte, en el barrio el valle en la calle Avenida Isidro Ayora como referencia se encuentra la empresa lavadora de carro “La Ecológica”,

Gráfico N° 45: Micro – Localización



INFRAESTRUCTURA FÍSICA

Dentro de la infraestructura física se tomó en consideración la ubicación de 2 oficinas que serán utilizadas como los departamentos, gerencia y secretaría, y para el área del servicio se realizó 2 diferentes áreas como

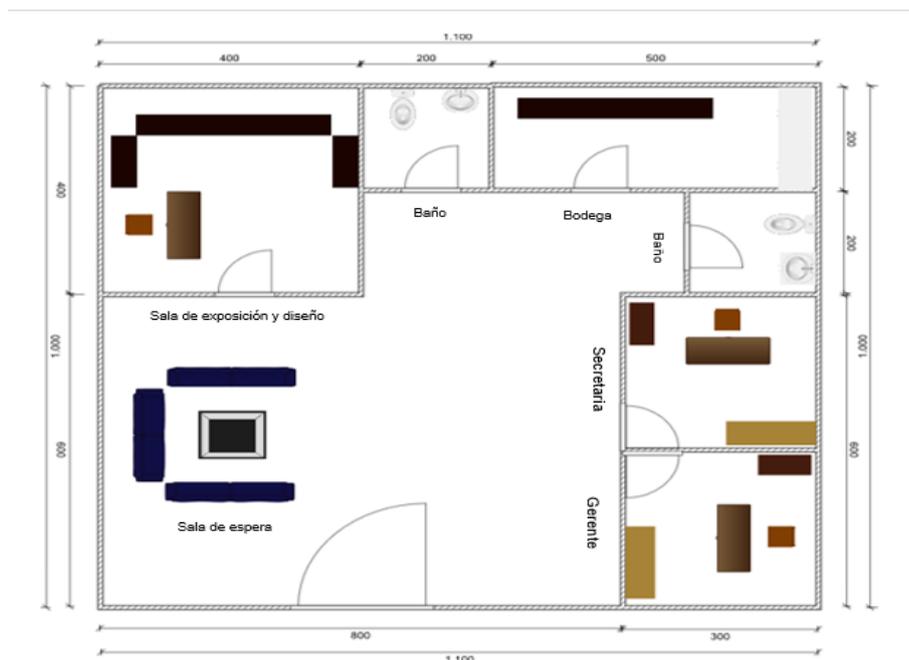
son: el área de explosión y la bodega donde se encontrara las herramientas y uniformes de los trabajadores.

DISTRIBUCIÓN FÍSICA

Para la distribución de la planta es adecuada brindar el servicio.

En este servicio de la realización en cuanto a la distribución es fija ya que el servicio pasa por un proceso; es decir el servicio va produciéndose al pasando por las diferentes áreas en este caso pasa por el área de gerencia donde ase el contrato, luego paso por el área de diseño y exposición para la aprobación del cliente, para posteriormente pasar a ser ejecutado por los trabajadores especialistas en el área. Para la realización de esta distribución se tomó en cuenta espacios lo suficientemente amplios para exposición de los trabajos como se puede ver en la siguiente imagen.

Gráfico N° 46: Distribución de la planta



Elaboración: El Autor

PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

El proceso del servicio es la secuencia que se llevará a cabo para la prestación del servicio la cual es la siguiente:

Cuando lo realiza personalmente lo hará de la siguiente manera:

- El cliente será recibido por la secretaria, quien receptorá la información acerca del servicio que el cliente requiera, anotará los datos respectivos del mismo.
- La secretaria se pondrá en contacto con el supervisor y le dará a conocer el trabajo que debe realizar el cual expondrá el diseño de la reforma y se cobra un porcentaje de costo del servicio.
- Posteriormente se pondrá en contacto con el obrero y le dará a conocer el trabajo que debe realizar.
- El obrero se trasladará al sitio de habitación del cliente, llevando consigo los materiales y herramientas necesarios para el efecto.
- Una vez efectuado el trabajo por el obrero, el supervisor será encargado de ver que el cliente quede satisfecho por el servicio prestado, al mismo tiempo elaborará la planilla de pago y efectuará el cobro respectivo.
- La planilla de pago tendrá una original y una copia, la primera quedará en poder de la empresa, la misma que servirá para llevar la contabilidad de la empresa y la declaración al Servicio de Rentas Internas.
- La copia de la planilla será entregada al cliente.

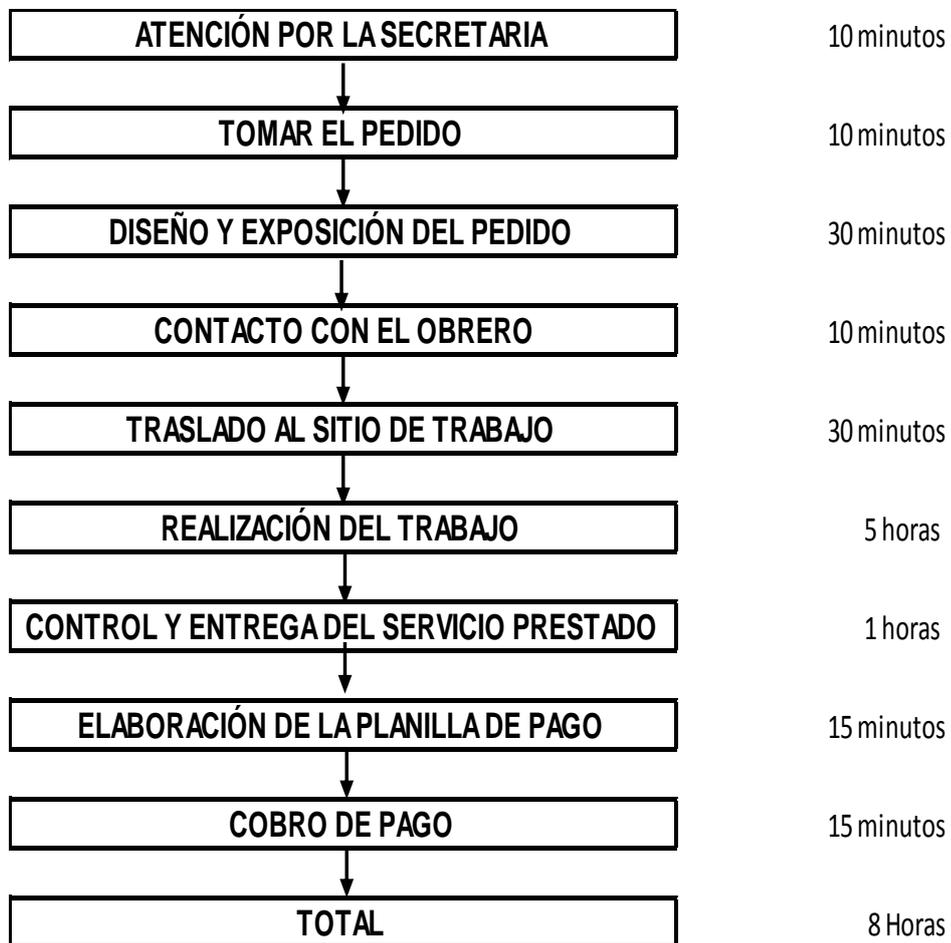
En caso que el cliente se comunice telefónicamente con la empresa se hará de la siguiente manera:

- Será atendido por la secretaria quien tomara la información del servicio que requiera, los datos de del cliente y la ubicación del lugar donde se requiera del servicio.
- La secretaria se comunicara con el supervisor para darle la información.
- El supervisor o gerente se trasladaran con un obrero al lugar donde se requiera del servicio, se pondrá en contacto con el cliente y vera las especificaciones de la reforma que necesite.
- El supervisor o gerente ara el contrato y cobrara un porcentaje de costo del servicio.
- El obrero realizará el trabajo de reforma.
- Una vez efectuado el trabajo por el obrero, el supervisor será encargado de ver que el cliente quede satisfecho por el servicio prestado, al mismo tiempo elaborará la planilla de pago y efectuará el cobro respectivo.
- La planilla de pago tendrá una original y una copia, la primera quedará en poder de la empresa, la misma que servirá para llevar la contabilidad de la empresa y la declaración al Servicio de Rentas Internas.
- La copia de la planilla será entregada al cliente.

FLUJOGRAMA DE PROCESOS

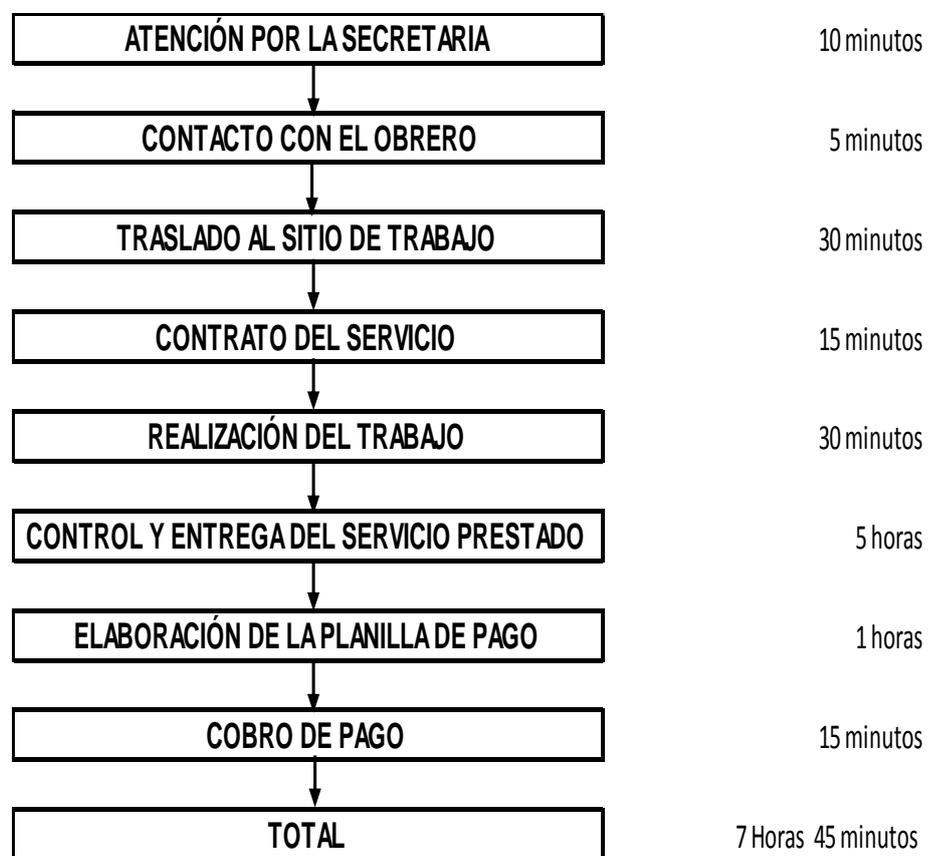
El diagrama de flujo de proceso posee información de los procesos con sus respectivos tiempos, donde se usa una simbología internacionalmente aceptada para representar las operaciones efectuadas. Dicha simbología es la siguiente:

Cuadro N° 92: Diagrama de Flujo de Procesos Para la Prestación del Servicio de Reforma de Construcción



Elaboración: El Autor

Cuadro N° 93: Diagrama de Flujo de Procesos para la Prestación del Servicio de Reforma de Construcción a Través De Vía Telefónica



Elaboración: El Autor

COMPONENTE TECNOLÓGICO

Consiste en determinar la maquinaria y equipo adecuado a los requerimientos del proceso productivo y que esté acorde con los niveles de producción esperados de acuerdo al nivel de la demanda a satisfacer.

Gráfico N° 47: Herramientas de Mano



Imagen 2 de 13

Herramienta: Kit completo de herramientas para mano de construcción

Marca: OX

Capacidad: Larga duración

Características: 5m cinta métrica, tiza resistente línea de carrete 30, pro llana de ladrillo patrón de Filadelfia 11 "/ 280mm, pro cubeta llana acero de carbono 7" / 180 mm, comercio martillo de orejas - 20 oz, de fibra de vidrio comerciales mango del martillo del club - 2.5lb, cuchillo retráctil comercio, pro sierra de mano 500 mm / 20 ", pro útil barra de 16" / 390 mm y una bolsa de herramientas de mano-boca abierta pro.

Gráfico N° 48: Herramientas de Plomería



Herramienta: Kit Rehaus Herramientas de Plomería

Marca: REHAU

Capacidad: Larga duración

Características: Rehaus Pex Pex-1632, presión range 16-32mm. Carrera 45mm
peso 4.2 kg

Gráfico N° 49: Herramientas de Corte



Herramienta: Herramientas de corte y filo de plomería

Marca: YUHUAN

Capacidad: 2 horas uso constante.

Características: Fuerza de presión nominal 50KN, presión nominal de trabajo 63Mpa, carrera del pistón, 17mm Aplicación, cooper, de acero inoxidable, multi-capas Tubo compuesto, Pex Pipe Crimp/carga 350 veces (dn20 tubos de acero inoxidable) Ciclo de sujeción 3-6 S Temperatura de trabajo -10 ° C ~40 ° C Batería 18 V 3.0A LI-ION Cargador 100-240 v, AC 50/60 Hz Tiempo de carga 2 horas

Gráfico N° 50: Kit de Electricista



Herramienta: Kit de electricista

Marca: OX

Capacidad: 2 horas uso constante.

Características: Pelacables de 8", 17 piezas surtidas. 6 destornilladores de precisión, Set de 9 llaves Allen, 5 piezas para enchufes/conexiones: 3/16", 1/4", 5/16", 11/32", 3/8", Linterna con clip. Alicates de corte diagonal.

Gráfico N° 51: Cortadora de Azulejo



Herramienta: CORTADORA DE AZULEJO

Marca: TRUPER

Capacidad: Alto desempeño

Características: 7" 550W 40CM TRUPER, Corte para todo tipo de material.

Gráfico N° 52: Batidor de Mortero



Herramienta: Batidor de mortero Atika 1400W

Marca: ATIKA

Capacidad: 4 horas uso constante.

Características: El mango se puede unir a la izquierda o a la derecha. Empuñadura adicional ajustable para mayor comodidad, Función funcionamiento continuo con control de velocidad variable y de avance y retroceso

Gráfico N° 53: Revocadora



Herramienta: Revocadora TIGRE

Marca: TIGRE

Capacidad: 60m² en 1 hora

Características: De una pasada puede lanzar hasta varios centímetros de espesor y proyectar 60 m²

Gráfico N° 54: Compresor de Aire



Herramienta: Compresor De Aire

Marca: MPC

Capacidad: 220l/min

Características: Voltaje: 230/50/II Vol/Pn, Capacidad del depósito: 50L - Grupo: CD200, Aire aspirado: 220l/min; 14.8m³/h, Potencia: 2Hp; 1.5Kw, Revoluciones por minuto 2850R.P.M., Presión máxima: 8Bar, Nivel acústico: 97dB-A, Dimensiones (mm): 760x260x580, Peso: 30Kg.

Gráfico N° 55: Escalera Multifunción



Herramienta: Escalera Multifunción

Marca: VIRA X

Capacidad: 3.70 m

Características: Escalera de aluminio. Contiene 4 hojas. Ideal para utilizar de forma tijera, coliza, andamio. Esta escalera se adapta a cualquier lugar.

Gráfico N° 56: Carretilla



Herramienta: Carretilla

Marca: TRUPER

Capacidad: 65 litros

Características: Voltaje: Capacidad 4ft³ (65 litros), Largo de la concha 930 mm, Ancho de la concha 685 mm, Profundidad de la concha 220 mm, Diámetro del bastidor 1 1/4" (31.7mm)

Gráfico N° 57: Pistola de Pintar



Herramienta: Pistola de pintar con compresor

Marca: POWERPLUS

Capacidad: 900W de potencia

Características: Para pintar muebles, puertas, vallas, paredes, etc., la POWX357 es la mejor opción. Con el sistema de alto volumen y baja presión, puede combinar poco tiempo de trabajo, poco consumo de material con resultados perfectos.

Gráfico N° 58: Brochas



Herramienta: Brocha de Mano

Marca: PROFY

Características: Para pintar vallas, paredes, etc.,

REQUERIMIENTOS DE PERSONAL

El personal necesario para el funcionamiento de la empresa y con la finalidad de precautelar la vida de los mismos en sus lugares de trabajo, se estará capacitando por medio de cursos.

Mano de Obra directa

Cuadro N° 94: Mano de obra directa

Detalle	Cantidad
Obreros	5

Elaboración: El Autor

Personal Administrativo

Cuadro N° 95: Personal Administrativo

Detalle	cantidad
Gerente	1
Secretaria Contadora	1
Supervisor	1

Elaboración: El Autor

3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

BASE LEGAL DE LA EMPRESA

Para la organización jurídica se ha previsto la implementación de una Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con el Art. 92 de la Ley de Compañías, que en su parte pertinente dice que la Compañía de Responsabilidad Limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo su razón social o denominación objetiva, a lo que analizará, en todo caso, las palabras Compañía Limitada a su correspondiente abreviatura.

Se llama de Responsabilidad Limitada por cuanto nace de la necesidad de dirigir una determinada organización jurídica adecuada a la pequeña y mediana empresa, así como también por las ventajas que presenta en relación a otro tipo de compañías.

Razón social de la empresa.- Esta empresa está conformada jurídicamente como Compañía de Responsabilidad Limitada y su Razón Social será REFORMAR B&O Cia. Ltda. Este nombre constará en todas las operaciones que realice la empresa, la cual se registrará por la ley de Compañías, Código Civil y demás normas pertinentes relacionadas con las actividades que realice la compañía.

SOCIOS.- Según el Art. 98 de la ley de compañías menciona que para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. La empresa será conformada por los siguientes suscritos: Zhobe Raúl Barba y Jairo Raúl Barba Orellana; de nacionalidad Ecuatoriana y con domicilio en la ciudad y provincia de Loja.

RAZON SOCIAL.- Brindar reformas de contricción de calidad e innovadores con un nuevo diseño y adaptándose a los requerimientos, las necesidades y expectativas del usuario.

DOMICILIO.- La Empresa se encontrara ubicada en Ecuador provincia de Loja, en el Barrio El Valle en la Avenida Isidro Ayora.

PLAZO.- El plazo de duración de la compañía es de 5 años, que se contarán a partir de la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil.

CAPITAL.- El Art. 102 de la ley de compañías dice que 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. De acuerdo a lo

señalado en la ley de compañías el capital estará conformado por las aportaciones de los socios con un 50% cada uno completando la totalidad de la inversión del 100%.

DERECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS.-

Art. 114 de la ley de compañías. - 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 ejercitarán 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.

OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS

Art. 115 de la ley de compañías. - 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 la Ley de compañías;
- 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.

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de una empresa es la organización de cargos y responsabilidades que deben cumplir los miembros de una organización, es decir: es un sistema de funciones que han de desarrollar los miembros de una entidad para trabajar en equipo de forma óptima y alcanzar las metas propuestas en el plan estratégico de la empresa.

Para la estructura organizacional de la empresa se tomó en consideración los siguientes niveles jerárquicos para los organigramas:

Niveles jerárquicos

La estructura empresarial de la empresa comprenderá los siguientes niveles jerárquicos:

Nivel Legislativo.- Es el máximo organismo de dirección en la empresa está conformado por la junta general de socios.

Nivel Ejecutivo.- Está conformado por el gerente administrador su función es cumplir y hacer cumplir los objetivos metas y planes propuestos y establecidos.

Nivel Asesor.- Representa al asesor jurídico quien aconseja informa y orienta las decisiones legales y es temporal.

Nivel de Apoyo.- Está conformada por la Secretaria que es la persona que brinda ayuda a los otros niveles administrativos.

Nivel Operativo.- Este nivel lo componen los departamentos de finanzas, marketing y producción ya que está directamente relacionados con las labores del proceso productivo

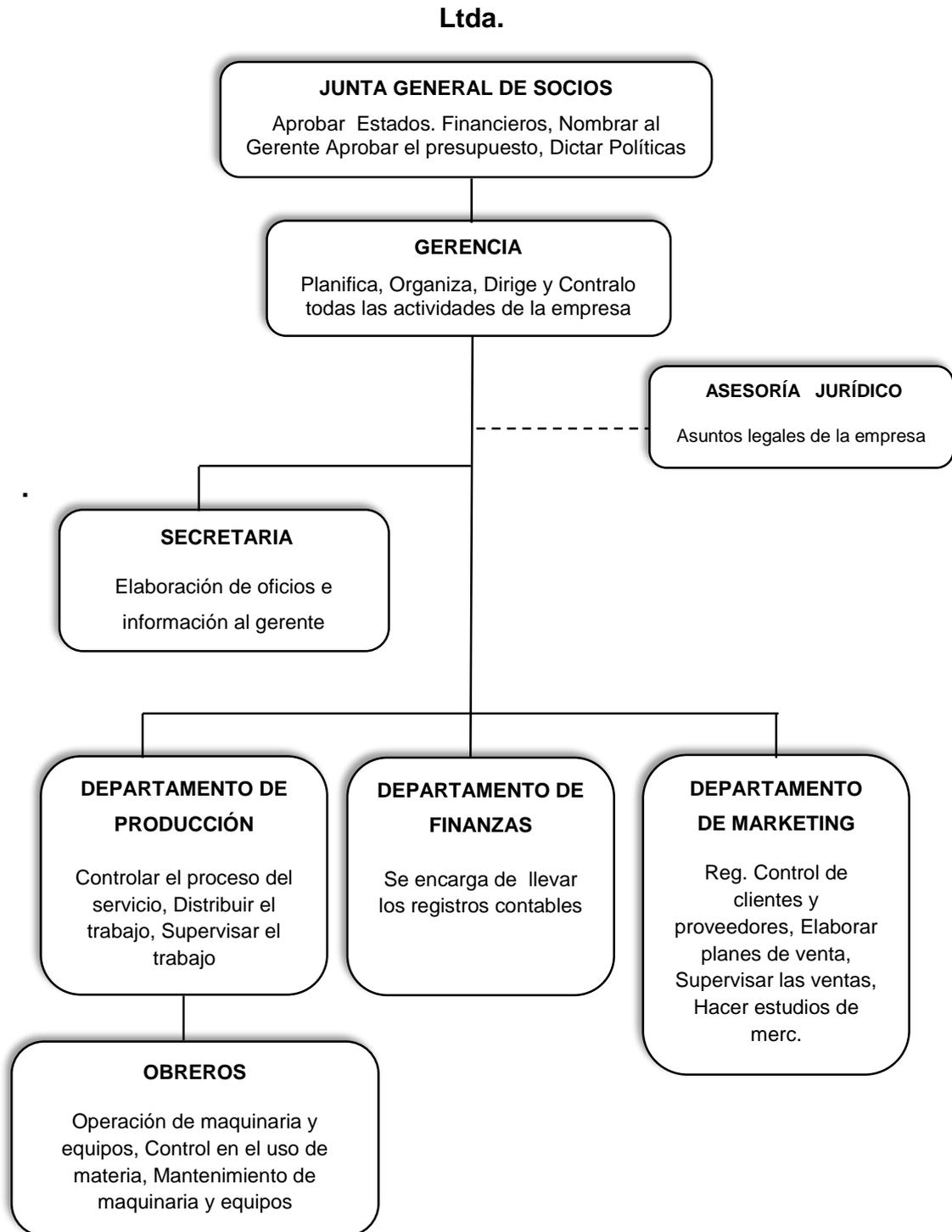
Gráfico N° 59: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL REFORMAR B&O

Cia. Ltda.



Elaboración: El autor

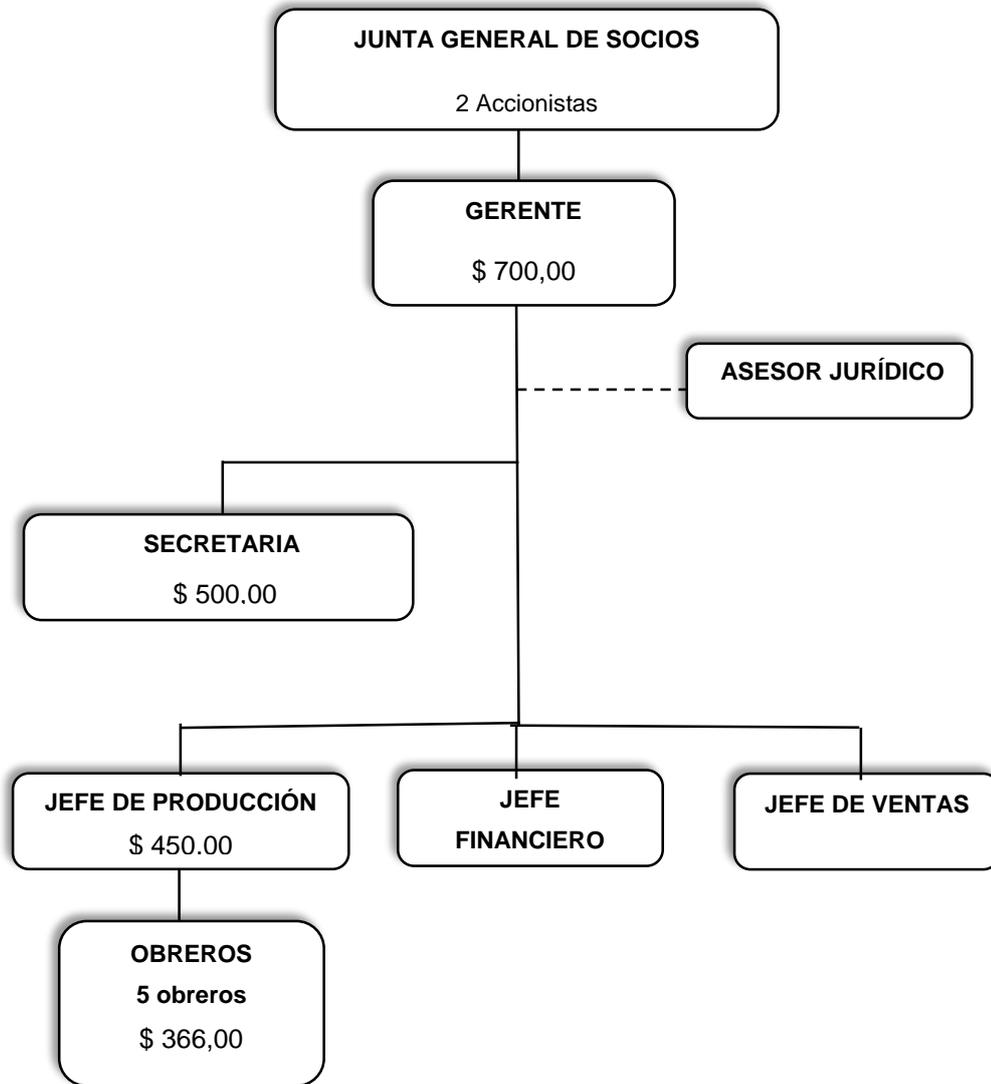
Gráfico N° 60: ORGANIGRAMA FUNCIONAL REFORMAR B&O Cia.



Elaboración: El autor

**Gráfico N° 61: ORGANIGRAMA DE POSICIÓN REFORMAR B&O Cia.
Ltda.**

ORGANIGRAMA POSICIONAL DE REFORMAR B&O Cia. Ltda.



Elaboración: El autor

MANUALES DE FUNCIONES

MANUAL DE FUNCIONES GERENTE

CÓDIGO: 001

TITULO DEL PUESTO: GERENCIA

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Planificar, organizar, dirigir y controlar la buena marcha de la empresa a fin de lograr los objetivos propuestos. Supervisar, guiar y planificar el proceso de comercialización de la empresa.

TAREAS TÍPICAS DE GERENCIA:

PLANIFICAR: Lo que va a realizar en la empresa.

ORGANIZAR: En forma coordinada los recursos y actividades materiales, técnicas y humanas.

EJECUTAR: El plan de acción trazado.

CONTROLAR: La ejecución del plan para realizar los ajustes correspondientes.

REPRESENTAR: Judicial y extrajudicialmente a la empresa. Interpretar planes, programas y más directrices técnicas y administrativas del nivel. Legislativo.

SELECCIONAR: El personal idóneo para que trabaje en la empresa.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Responsabilidad administrativa económica y técnica en la ejecución de las tareas.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título en Ingeniería Comercial
- Experiencia mínima 1 año
- Curso de Relaciones Humanas
- Cursos de Mercadotecnia
- Cursos de Administración
- Cursos de Computación

MANUAL DE FUNCIONES ASESORÍA JURÍDICA

CÓDIGO: 002

TÍTULO DEL PUESTO: ASESORÍA JURÍDICA

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Aconsejar, asesorar e informar sobre proyectos relacionados con el aspecto legal de la empresa.

TAREAS TÍPICAS DEL ASESOR JURÍDICO:

- Aconsejar a directivos de la empresa y a sus funcionarios sobre asuntos de carácter jurídico.
- Aconsejar e informar sobre proyectos en materia jurídica, para la empresa.
- Representar conjuntamente con el Gerente, judicial y extrajudicialmente a la empresa.
- Participar en procesos contractuales.
- Participar en sesiones de Junta de Socios y Jefes.

TAREAS TÍPICAS DE COMERCIALIZACIÓN:

Se caracterizan por mantener autoridad funcional más no de mando en razón de que aconseja y recomienda pero no toma decisiones y su participación es eventual.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Presentar informes legales al gerente y representar judicialmente a la empresa

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de nivel universitario, Abogado Doctor en Jurisprudencia.
- Experiencia mínima 2 año

MANUAL DE FUNCIONES SECRETARIA CONTADORA

CÓDIGO: 003

TÍTULO DEL PUESTO: SECRETARIA CONTADORA

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Manejar y tramitar documentos e información confidencial de la empresa, ejecutar actividades de carácter financiero y llevar un sistema integrado de los libros contables.

TAREAS TÍPICAS DE SECRETARIA:

- Mantener buenas relaciones interpersonales, tanto internas como externas
- Manejar datos e información confidencial de la empresa
- Tramitar pedidos u órdenes del jefe
- Enviar y recibir correspondencia de la empresa.
- Mantener la información administrativa al día

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Establecer buenas relaciones con el personal de la empresa y público en general.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Lcda. Contabilidad o Secretaria Ejecutiva
- Experiencia mínima 1 año en funciones afines.
- Curso de Relaciones Humanas

MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE PRODUCCIÓN

CÓDIGO: 004

TÍTULO DEL PUESTO: JEFE DE PRODUCCIÓN

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Diseñar y Organizar labores del servicio de reforma y el mantenimiento de la maquinaria para el personal de obreros en el Departamento a su cargo.

TAREAS TÍPICAS DE SUPERVISOR:

- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
- Diseño de reformas de construcción
- Organizar actividades para ser desarrolladas en planta.
- Realizar labores de supervisión de los trabajos que realizan los obreros.
- Controlar la ejecución de las tareas en cada uno de los miembros subalternos.
- Realizar el control de calidad de los trabajos realizados
- Mantener información correcta y oportuna de materia prima, para evitar desabastecimiento.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Requiere de actitud, iniciativa y concentración para organizar el trabajo en este departamento.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Ingeniero Civil
- Curso de Relaciones Humanas

MANUAL DE FUNCIONES JEFE FINANCIERO

CÓDIGO: 005

TITULO DEL PUESTO: JEFE FINANCIERO

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Responsabilidad técnica y económica en el manejo de los trámites y operaciones contables.

TAREAS TÍPICAS DEL JEFE FINANCIERO:

TAREAS TÍPICAS DE CONTABILIDAD:

- Llevar actualizado el sistema contable de la empresa
- Preparar estados financieros de la empresa
- Determinar el control previo sobre gastos
- Organizar en forma adecuada los registros contables
- Ejecutar operaciones contables
- Realizar análisis financieros

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Requiere de actitud, iniciativa y concentración para organizar el trabajo en este departamento.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Ingeniera en Contabilidad y Auditoria
- Curso de Relaciones Humanas

MANUAL DE FUNCIONES JEFE DE PRODUCCIÓN

CÓDIGO: 006

TITULO DEL PUESTO: JEFE DE VENTAS

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Diseñar y Organizar labores del servicio de reforma y el mantenimiento de la maquinaria para el personal de obreros en el Departamento a su cargo.

TAREAS TÍPICAS DE JEFE DE VENTAS:

- Planificar programas, políticas y estrategias de comercialización.
- Elaborar y ejecutar las estrategias de promoción y publicidad de la empresa
- Determinar los lugares estratégicos y los medios adecuados para la venta del servicio.
- Analizar las políticas de ventas
- Responsable de las ventas en el mercado.
- Entregar al culminar el servicio y cobro del saldo faltante.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Requiere de actitud, iniciativa y concentración para organizar el trabajo en este departamento.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Título de Ingeniero Comercial
- Cursos de Mercadotecnia
- Curso de Relaciones Humanas

MANUAL DE FUNCIONES OBRERO

CÓDIGO: 007

TITULO DEL PUESTO: OBRERO

SUPERIOR INMEDIATO: GERENTE

NATURALEZA DEL TRABAJO:

Manipular con diligencia y cuidado la maquinaria para la ejecución de la reforma de construcción.
Dar mantenimiento a la misma.

TAREAS TÍPICAS DE SUPERVISOR:

- Cumplir las disposiciones emanadas por los superiores
- Realizar las labores de reforma de construcción para el hogar, oficina, negocios y mobiliario
- Vigilar el proceso de reforma de construcción.
- Controlar el mantenimiento y conservación de la maquinaria.
- Operar la maquinaria y equipo bajo su cargo
- Evitar desperdicios de materiales.

CARACTERÍSTICAS DE LA CLASE:

Responsabilidad económica y técnica de sus labores, por las características del trabajo se requiere habilidad y destreza.

REQUISITOS MÍNIMOS:

- Conocimientos de albañilería en general
- Experiencia mínima 1 año
- Curso de Relaciones Humanas

4. ESTUDIO FINANCIERO

En este estudio se determinó cuál es la cantidad de recursos económicos que serán necesarios para que el proyecto se ejecute.

INVERSIONES

Las inversiones dentro del proyecto constituyen el tipo de recursos financieros que se requieren para la instalación y puesta en marcha del proyecto. Las inversiones del proyecto fueron estimadas a través de presupuestos elaborados con las diferentes cotizaciones del mercado y en las diferentes casas comerciales nacionales importadoras de equipo.

Las inversiones que tendrá el proyecto son:

- Activos fijos
- Activos diferidos
- Activo circulante o capital de trabajo

ACTIVOS FIJOS

Son las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso productivo o de desarrollo, son el complemento necesario para la operación normal de la empresa.

Cuadro N° 96: Presupuesto Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS	SUBTOTAL	TOTAL
Herramientas de trabajo		5.418,90
Equipo de seguridad		570,00
Muebles y enseres		2.185,00
Equipo de oficina		173,20
Equipo de computo		2.860,00
Vehículo		17.290,00
Imprevisto 5%		1.424,86
TOTAL ACTIVOS FIJOS		29.921,96

Fuente: Anexos 4, 5, 6, 7, 8 y 9

Elaboración: El Autor

ACTIVOS DIFERIDOS

Estarán compuestos por todos los gastos pagados por anticipado y que no serán capaces de ser recuperados por la empresa en ningún momento.

Cuadro N° 97: Presupuesto Activos Diferidos

ACTIVOS DIFERIDO	SUBTOTAL	TOTAL
Estudio de factibilidad		1.669,40
Constitución de la empresa		802,50
Adecuación de las instalaciones		90,60
Patente de funcionamiento		500,00
TOTAL ACTIVOS DIFERIDO		3.062,50

Fuente: Proyecto y Anexos 11
Elaboración: El Autor

ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO

Este activo se constituirá por todos los valores necesarios para la operación normal de la empresa.

Cuadro N° 98: Presupuesto Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	SUBTOTAL	TOTAL
Materia Prima		289.491,21
Mano de Obra Directa		31.033,14
Mano de Obra Indirecta		7.547,10
Sueldos Administrativos		19.932,00
Servicios Básicos		1.537,80
Arriendo		7.200,00
Útiles de Oficina		61,61
Combustibles y Lubricantes		1.140,00
Útiles de Aseo		203,16
Mantenimiento		600,00
Publicidad		950,00
Imprevisto 5%		17.984,80
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO		377.680,82

Fuente: Anexos 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22
Elaboración: El Autor

RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL

El resumen de la inversión total se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 99: Resumen de Inversión

ACTIVOS	TOTAL	PORCENTAJE
Activo fijo	29.921,96	7,29%
Activo diferido	3.062,50	0,75%
Activo circulante	377.680,82	91,97%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	410.665,27	100%

Fuente: Cuadro N° 96, 97, y 98

Elaboración: El Autor

FINANCIAMIENTO

El proyecto hará uso de las fuentes internas y externas de financiamiento bajo los siguientes aspectos:

- Fuente Interna: constituida por el aporte de los socios
- Fuente externa: Constituida normalmente por las entidades financieras estatales y privadas.

El financiamiento para el funcionamiento se muestra en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 100: Financiamiento

ACTIVOS	TOTAL	PORCENTAJE
Capital social	260.665,27	63,47%
Préstamo	150.000,00	36,53%
TOTAL ACTIVOS FIJOS	410.665,27	100%

Fuente: Cuadro N° 99 y Anexo 23

Elaboración: El Autor

PRESUPUESTOS

Presupuesto de General

Los costos totales representarán en términos generales toda la inversión que será necesaria para producir y vender el producto.

Cuadro N° 101: Presupuesto General

PRESUPUESTO DE OPERACIÓN PARA LOS CINCO AÑOS					
COSTO PRIMO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Materia Prima Directa	289.491,21	298.436,49	307.658,18	317.164,81	326.965,21
Mano de Obra Directa	31.033,14	31.992,06	32.980,62	33.999,72	35.050,31
Mano de Obra indirecta	7.547,10	7.841,44	8.147,25	8.465,00	8.795,13
Total Costo Primo	328.071,45	338.269,99	348.786,05	359.629,53	370.810,65
COSTO DE PRODUCCIÓN					
Depreciación Herramientas de Trabajo	867,02	867,02	867,02	867,02	867,02
Equipos de Seguridad	570,00	587,61	605,77	624,49	643,79
Depreciación de Vehículo	2.766,40	2.766,40	2.766,40	2.766,40	2.766,40
Depreciación Adecuación de Instalaciones	8,15	8,15	8,15	8,15	8,15
Mantenimiento	1.135,45	1.170,53	1.206,70	1.243,99	1.282,43
Combustibles y Lubricantes	1.140,00	1.175,23	1.211,54	1.248,98	1.287,57
Total Costo de Fabricación	6.487,02	6.574,95	6.665,59	6.759,03	6.855,36
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	334.558,47	344.844,94	355.451,64	366.388,56	377.666,01
GASTOS DE OPERACIÓN					
ADMINISTRATIVOS					
Sueldos Administrativos	19.932,00	20.547,90	21.182,83	21.837,38	22.512,15
Depreciación de Muebles y Enseres	196,65	196,65	196,65	196,65	196,65
Depreciación Equipo de Ofic.	15,59	15,59	15,59	15,59	15,59
Depreciación Equipo de Computo	288,89	288,89	288,89	346,67	346,67
Suministros de Oficina	61,61	63,51	65,47	67,50	69,58
Arriendos	7.200,00	7.422,48	7.651,83	7.888,28	8.132,02
Útiles de Aseo	203,16	209,44	215,91	222,58	229,46
Servicios Básicos	1.537,80	1.585,32	1.634,30	1.684,80	1.736,86
Total Gastos Administrativos	29.435,69	30.329,77	31.251,48	32.259,44	33.238,99
VENTAS					
Publicidad y Propaganda	950,00	979,36	1.009,62	1.040,81	1.072,98
Total Gastos de Ventas	950,00	979,36	1.009,62	1.040,81	1.072,98

GASTOS FINANCIEROS					
Interés	13.038,75	10.293,75	7.548,75	4.803,75	2.058,75
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	13.038,75	10.293,75	7.548,75	4.803,75	2.058,75
OTROS GASTOS					
Amortización de Activo Diferido	612,50	612,50	612,50	612,50	612,50
TOTAL OTROS GASTOS	612,50	612,50	612,50	612,50	612,50
TOTAL DE COSTO DE OPERACIÓN	44.036,94	42.215,38	40.422,35	38.716,51	36.983,21
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	378.595,42	387.060,31	395.873,98	405.105,07	414.649,22

Fuente: Cuadro N° 96, 97, 98 y Anexo 23 y 24

Elaboración: El Autor

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN

Es el valor del producto que se va a ofrecer, desde la adquisición de materia prima hasta la elaboración del producto final. Se determina el costo unitario de la producción del software mediante la siguiente fórmula.

$$\text{costo unitario} = \frac{\text{costo de producción}}{\text{N}^\circ \text{ de unidades producidas}}$$

Cuadro N° 102: Costo Unitario de Producción Año 1

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN AÑO 1			
SERVICIO	COSTOS DE PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO
Pared	49.693,16	6.240	7,96
Piso	24.616,58	10.400	2,37
Techo	93.933,41	6.240	15,05
Pintura	58.041,97	41.600	1,40
Fachada	53.515,16	6.240	8,58
Eléctrico	62.117,63	4.160	14,93
Plomería	36.677,49	2.080	17,63

Fuente: Anexo N° 26, 27, 28, 29, 30, 31 y 32

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 103: Costo Unitario de Producción Año 2

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN AÑO 2			
SERVICIO	COSTOS DE PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO
Pared	50.766,72	6.240	8,14
Piso	24.915,28	10.400	2,40
Techo	96.374,00	6.240	15,44
Pintura	59.37z3,51	41.600	1,43
Fachada	54.706,82	6.240	8,77
Eléctrico	63.575,11	4.160	15,28
Plomería	37.348,87	2.080	17,96

Fuente: Anexo N° 33, 34, 35, 36, 37, 38 y 39

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 104: Costo Unitario de Producción Año 3

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN AÑO 3			
SERVICIO	COSTOS DE PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO
Pared	51.885,92	6.240	8,32
Piso	25.235,66	10.400	2,43
Techo	98.902,45	6.240	15,85
Pintura	60.758,65	41.600	1,46
Fachada	55.947,76	6.240	8,97
Eléctrico	65.090,08	4.160	15,65
Plomería	38.053,45	2.080	18,29

Fuente: Anexo N° 40, 41, 42, 43, 44, 45 y 46

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 105: Costo Unitario de Producción Año 4

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN AÑO 4			
SERVICIO	COSTOS DE PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO
Pared	53.060,42	6.240	8,50
Piso	25.586,67	10.400	2,46
Techo	101.529,77	6.240	16,27
Pintura	62.207,32	41.600	1,50
Fachada	57.247,78	6.240	9,17
Eléctrico	66.672,59	4.160	16,03
Plomería	38.800,53	2.080	18,65

Fuente: Anexo N° 47, 48, 49, 50, 51, 52 y 53

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 106: Costo Unitario de Producción Año 5

COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN AÑO 5			
SERVICIO	COSTOS DE PRODUCCIÓN	PRODUCCIÓN	COSTO UNITARIO
Pared	54.275,18	6.240	8,70
Piso	25.952,50	10.400	2,50
Techo	104.242,24	6.240	16,71
Pintura	63.704,73	41.600	1,53
Fachada	58.591,93	6.240	9,39
Eléctrico	68.307,97	4.160	16,42
Plomería	39.574,66	2.080	19,03

Fuente: Anexo N° 54, 55, 56, 57, 58, 59 y 60

Elaboración: El Autor

Precio de Venta al Público

El precio de venta al público será el precio fijado por la empresa el mismo que deberá ser pagado por el consumidor final, el precio de venta al público se lo obtiene tomando en consideración el precio de venta de la competencia. Para obtener el precio de venta al público se obtiene el costo unitario de producción por cada año más un margen de utilidad. Todos estos valores mencionados los presentamos a continuación mediante la siguiente fórmula.

$$P.V.P. = \text{Costo unit. de prod.} + (\text{costo unit. de prod.} \\ * \text{margen de utilidad})$$

Cuadro N° 107: Precio de Venta al Público Año 1

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO AÑO 1			
SERVICIO	COSTO UNIT. DE PROD.	MARGEN DE UTILIDAD 0,9%	P.V.P.
Pared	7,96	7,17	15,13
Piso	2,37	2,13	4,50
Techo	15,05	13,55	28,60
Pintura	1,40	1,26	2,65
Fachada	8,58	7,72	16,29
Eléctrico	14,93	13,44	28,37
Plomería	17,63	15,87	33,50

Fuente: Cuadro N° 102

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 108: Precio de Venta al Público Año 2

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO AÑO 2			
SERVICIO	COSTO UNIT. DE PROD.	MARGEN DE UTILIDAD 0,9%	P.V.P.
Pared	8,14	7,32	15,46
Piso	2,40	2,16	4,55
Techo	15,44	13,90	29,34
Pintura	1,43	1,28	2,71
Fachada	8,77	7,89	16,66
Eléctrico	15,28	13,75	29,04
Plomería	17,96	16,16	34,12

Fuente: Cuadro N° 103

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 109: Precio de Venta al Público Año 3

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO AÑO 3			
SERVICIO	COSTO UNIT. DE PROD.	MARGEN DE UTILIDAD 0,9%	P.V.P.
Pared	8,32	7,48	15,80
Piso	2,43	2,18	4,61
Techo	15,85	14,26	30,11
Pintura	1,46	1,31	2,78
Fachada	8,97	8,07	17,04
Eléctrico	15,65	14,08	29,73
Plomería	18,29	16,47	34,76

Fuente: Cuadro N° 104

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 110: Precio de Venta al Público Año 4

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO AÑO 4			
SERVICIO	COSTO UNIT. DE PROD.	MARGEN DE UTILIDAD 0,9%	P.V.P.
Pared	8,50	7,65	16,16
Piso	2,46	2,21	4,67
Techo	16,27	14,64	30,91
Pintura	1,50	1,35	2,84
Fachada	9,17	8,26	17,43
Eléctrico	16,03	14,42	30,45
Plomería	18,65	16,79	35,44

Fuente: Cuadro N° 105

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 111: Precio de Venta al Público Año 5

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO AÑO 5			
SERVICIO	COSTO UNIT. DE PROD.	MARGEN DE UTILIDAD 0,9%	P.V.P.
Pared	8,70	7,83	16,53
Piso	2,50	2,25	4,74
Techo	16,71	15,03	31,74
Pintura	1,53	1,38	2,91
Fachada	9,39	8,45	17,84
Eléctrico	16,42	14,78	31,20
Plomería	19,03	17,12	36,15

Fuente: Cuadro N° 106

Elaboración: El Autor

INGRESOS TOTALES

Son los ingresos que la empresa generará en cierto periodo de tiempo, para poder proyectar los ingresos de cada año de la empresa multiplicamos la cantidad de producción anual por el precio de venta al público, estos valores lo detallamos en el siguiente cuadro.

$$\text{Ingresos Totales} = \text{Unit. prod} * (\text{PVP})$$

Cuadro N° 112: Ingresos Totales Año 1

INGRESOS TOTALES AÑO 1			
Servicio	PRODUCCIÓN	PVP	INGRESOS TOTALES
Pared	6.240	15,13	94.417,01
Piso	10.400	4,50	46.771,51
Techo	6.240	28,60	178.473,48
Pintura	41.600	2,65	110.279,75
Fachada	6.240	16,29	101.678,81
Eléctrico	4.160	28,37	118.023,50
Plomería	2.080	33,50	69.687,24
TOTAL			719.331,29

Fuente: Cuadro N° 91 y 107
 Elaboración: El Autor

Cuadro N° 113: Ingresos Totales Año 2

INGRESOS TOTALES AÑO 2			
Servicio	PRODUCCIÓN	PVP	INGRESOS TOTALES
Pared	6.240	15,46	96.456,78
Piso	10.400	4,55	47.339,03
Techo	6.240	29,34	183.110,60
Pintura	41.600	2,71	112.809,67
Fachada	6.240	16,66	103.942,96
Eléctrico	4.160	29,04	120.792,71
Plomería	2.080	34,12	70.962,85
TOTAL			735.414,60

Fuente: Cuadro N° 91 y 108
 Elaboración: El Autor

Cuadro N° 114: Ingresos Totales Año 3

INGRESOS TOTALES AÑO 3			
Servicio	PRODUCCIÓN	PVP	INGRESOS TOTALES
Pared	6.240	15,80	98.583,24
Piso	10.400	4,61	47.947,75
Techo	6.240	30,11	187.914,66
Pintura	41.600	2,78	115.441,44
Fachada	6.240	17,04	106.300,75
Eléctrico	4.160	29,73	123.671,15
Plomería	2.080	34,76	72.301,56
TOTAL			752.160,56

Fuente: Cuadro N° 91 y 109
 Elaboración: El Autor

Cuadro N° 115: Ingresos Totales Año 4

INGRESOS TOTALES AÑO 4			
Servicio	PRODUCCIÓN	PVP	INGRESOS TOTALES
Pared	6.240	16,16	100.814,79
Piso	10.400	4,67	48.614,67
Techo	6.240	30,91	192.906,56
Pintura	41.600	2,84	118.193,91
Fachada	6.240	17,43	108.770,78
Eléctrico	4.160	30,45	126.677,92
Plomería	2.080	35,44	73.721,00
TOTAL			769.699,62

Fuente: Cuadro N° 91 y 1010

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 116: Ingresos Totales Año 5

INGRESOS TOTALES AÑO 5			
Servicio	PRODUCCIÓN	PVP	INGRESOS TOTALES
Pared	6.240	16,53	103.122,85
Piso	10.400	4,74	49.309,74
Techo	6.240	31,74	198.060,25
Pintura	41.600	2,91	121.038,99
Fachada	6.240	17,84	111.324,67
Eléctrico	4.160	31,20	129.785,15
Plomería	2.080	36,15	75.191,86
TOTAL			787.833,52

Fuente: Cuadro N° 91 y 111

Elaboración: El Autor

Cuadro N° 117: Resumen de los Ingresos Totales

RESUMEN DE LOS INGRESOS TOTALES	
AÑO	INGRESOS TOTALES
1	719.331,29
2	735.414,60
3	752.160,56
4	769.699,62
5	787.833,52

Fuente: Cuadro N° 112, 113, 114, 115 y 116

Elaboración: El Autor

CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Costos Fijos: Representan aquellos valores monetarios en que incurre la empresa por el solo hecho de existir, independientemente de si existe o no producción.

Costos Variables: Son aquellos valores en que incurre la empresa, en función de su capacidad de producción, están en relación directa con los niveles de producción de la empresa

Cuadro N° 118: Costos Fijos y Variables

COSTOS FIJOS Y VARIABLES PARA LOS AÑOS 1 Y 5				
	Año 1		Año 5	
COSTO PRIMO	COSTOS FIJOS	COSTO VARIABLES	COSTOS FIJOS	COSTO VARIABLES
Materia Prima Directa		289.491,21		326.965,21
Mano de Obra Directa		31.033,14		35.050,31
Mano de Obra indirecta	7.547,10		8.795,13	
Total costo primo	7.547,10	320.524,35	8.795,13	362.015,52
COSTO DE PRODUCCIÓN				
Depreciación Herramientas de trabajo	867,02		867,02	
Equipos de Seguridad		570,00		643,79
Depreciación de Vehículo	2.766,40		2.766,40	
Depreciación Adecuación de Instalaciones	8,15		8,15	
Mantenimiento		11.135,45		1.282,43
Combustibles y Lubricantes		11.140,00		1.287,57
TOTAL DE COSTO DE PRODUCCIÓN	3.641,58	2.845,45	3.641,58	3.213,78
GASTOS DE OPERACIÓN				
ADMINISTRATIVOS				
Sueldos Administrativos	19.932,00		22.512,15	
Depreciación de muebles y Enseres	196,65		196,65	
Depreciación Equipo de ofic.	15,59		15,59	
Depreciación equipo de computo	288,89		346,67	
Suministros de oficina		61,61		9,58
Arriendos		7.200,00		8.132,02

Útiles de aseo		203,16		29,46
Servicios Básicos		1.537,80		1.736,86
Total gastos administrativos	20.433,13	9.002,57	23.071,06	10.167,93
VENTAS				
Publicidad y Propaganda	950,00		1.072,98	
Total gastos de ventas	950,00		1.072,98	
GASTOS FINANCIEROS				
Interés	13.038,75		2.058,75	
TOTAL GASTOS FINANCIEROS	13.038,75		2.058,75	
OTROS GASTOS				
Amortización de activo diferido	612,50		612,50	
TOTAL OTROS GASTOS	612,50		612,50	
TOTAL COSTO DE PRODUCCION	46.223,05	332.372,36	39.251,99	375.397,23
TOTAL COSTO		378.595,42		414.649,22

Fuente: Cuadro N°101
Elaboración: El Autor

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El estado de pérdidas y ganancias está conformado por los ingresos y los gastos, los ingresos están conformados por las ventas de la empresa que en un período determinado tiene la empresa y los gastos se refieren a los desembolsos que ha tenido la empresa durante ese período.

En el siguiente cuadro se muestra la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado, igualmente se muestra la proyección para los cinco años de vida útil del proyecto.

Cuadro N° 119: Estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS						
	DENOMINACIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	Ingreso por ventas	719.331,29	735.414,60	752.160,56	769.699,62	787.833,52
-	Costos de Producción	334.558,47	344.844,94	355.451,64	366.388,56	377.666,01
	Utilidad Bruta	384.772,82	390.569,66	396.708,93	403.311,06	410.167,51
-	Costos de Operación	44.036,94	42.215,38	40.422,35	38.716,51	36.983,21
=	Utilidad Neta	340.735,88	348.354,28	356.286,58	364.594,56	373.184,30
-	15% utilidad a trabajadores	51.110,38	52.253,14	53.442,99	54.689,18	55.977,64
=	Utilidad antes de Imp. a la renta	289.625,49	296.101,14	302.843,60	309.905,38	317.206,65
-	25% Impuesto a la renta	72.406,37	74.025,29	75.710,90	77.476,34	79.301,66
=	Utilidad antes de Reserva Legal	217.219,12	222.075,86	227.132,70	232.429,03	237.904,99
-	10% Reserva Legal	21.721,91	22.207,59	22.713,27	23.242,90	23.790,50
=	Utilidad líquida del ejercicio	195.497,21	199.868,27	204.419,43	209.186,13	214.114,49

Fuente: Cuadro N° 101 y 117
Elaboración: El Autor

PUNTO DE EQUILIBRIO

Permite realizar un análisis de la empresa para ver si los ingresos son iguales a los egresos, hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

El punto de equilibrio se puede calcular mediante dos métodos:

- Matemáticamente (en función de las ventas y en función de la capacidad instalada)
- A través de un grafico

Punto de Equilibrio en función de la capacidad instalada para el primer año

$$P.E. = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ingresos totales} - \text{costo variable}} * 100$$

$$P.E. = \frac{46.223,05}{719.331,29 - 332.372,36} * 100$$

$$P.E. = 11,95\% \text{ Rta.}$$

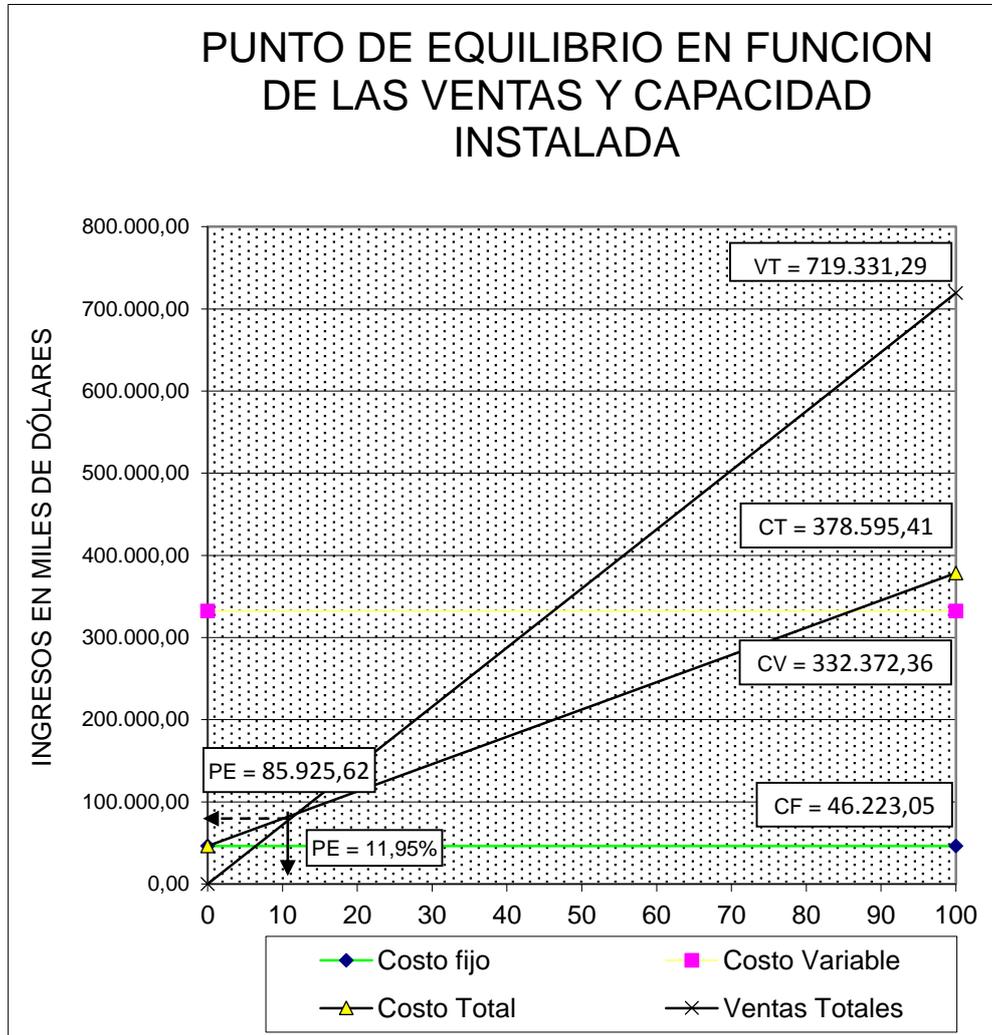
Punto de Equilibrio en función de las ventas para el primer año

$$P.E. = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{costos variables}}{\text{ingresos totales}}}$$

$$P.E. = \frac{34.388,47}{1 - \frac{150.624,29}{260.000,00}}$$

$$P.E. = \$85.925,62$$

Gráfico N° 62: Punto de equilibrio en función a las ventas y la capacidad instalada para el Año 1



Elaboración: El Autor

Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 11,95% y con un ingreso en las ventas de 85.925,62 dólares, en este punto la empresa no gana ni pierde.

Punto de Equilibrio en función de la capacidad instalada para el quinto año

$$P.E. = \frac{\text{Costo fijo total}}{\text{Ingresos totales} - \text{costo variable}} * 100$$

$$P.E. = \frac{39.251,99}{787.833,52 - 375.397,23} * 100$$

$$P.E. = 9,51\% \text{ Rta.}$$

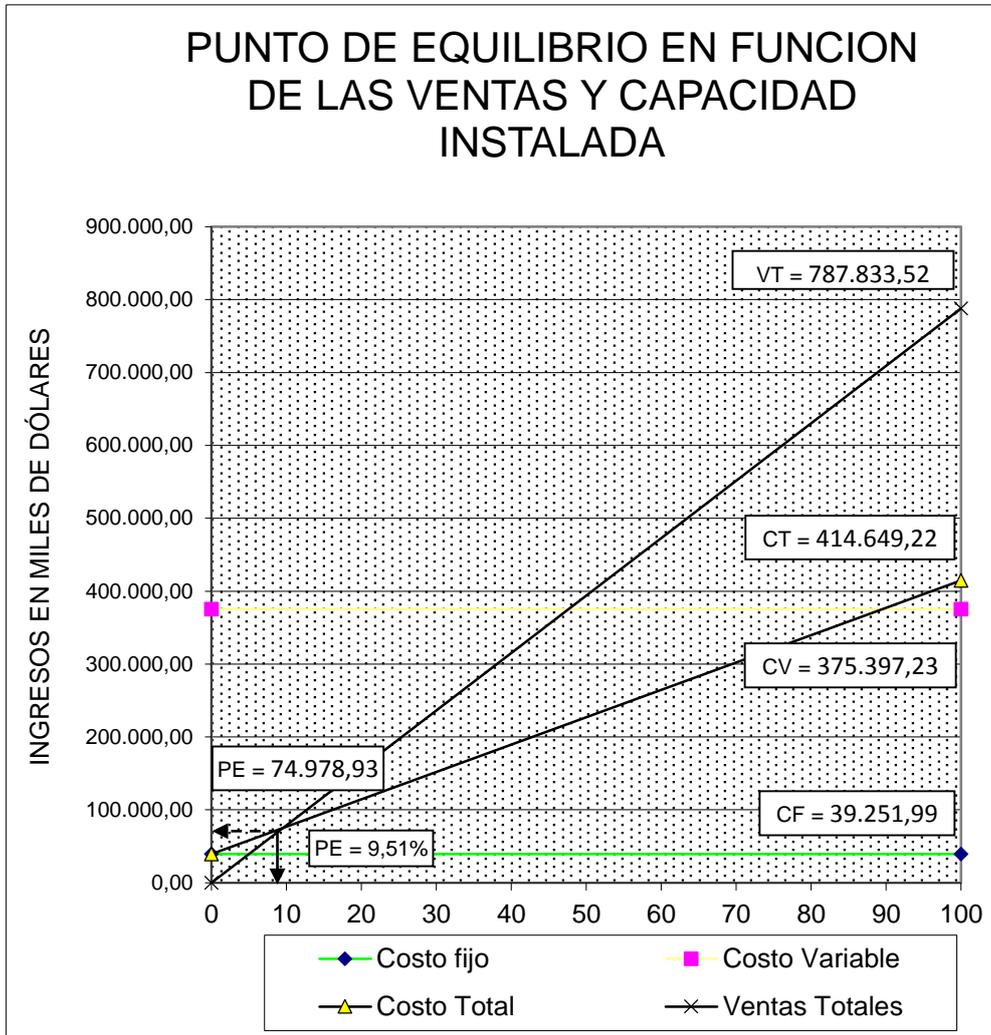
Punto de Equilibrio en función de las ventas para el quinto año

$$P.E. = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{costos variables}}{\text{ingresos totales}}}$$

$$P.E. = \frac{39.251,99}{1 - \frac{375.397,23}{787.833,52}}$$

$$P.E. = \$74.978,93$$

Gráfico N° 63: Punto de equilibrio en función a las ventas y la capacidad instalada para el Año 5



Elaboración: El Autor

Análisis: El punto de equilibrio se produce cuando la empresa trabaja con una capacidad instalada de 9,51% y con un ingreso en las ventas de 74.978,93 dólares, en este punto la empresa no gana ni pierde.

FLUJO DE CAJA

El Flujo de Caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de los años de vida útil del proyecto.

Cuadro N° 120: Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
DENOMINACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ventas		719.331,29	735.414,60	752.160,56	769.699,62	787.833,52
Crédito Bancario	150.000,00					
Capital propio	260.665,27					
Valor de rescate					520,00	5.219,99
Total de ingresos	410.665,27	719.331,29	735.414,60	752.160,56	770.219,62	793.053,51
EGRESOS						
Activo Fijo	29.921,96					
Activo Diferido	3.062,50					
Activo Circulante	377.680,82					
Presupuesto de operación		378.595,42	387.060,31	395.873,98	405.105,07	414.649,22
Depreciación y Amort. A.D.		4.755,20	4.755,20	4.755,20	4.812,98	4.812,98
15% Utilidad a los trab.		51.110,38	52.253,14	53.442,99	54.689,18	55.977,64
25% Impuesto a la Renta		72.406,37	74.025,29	75.710,90	77.476,34	79.301,66
Amortización de Capital		30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00	30.000,00
Total de egresos	410.665,27	536.867,38	548.093,95	559.783,07	572.083,58	584.741,51
FLUJO DE CAJA	0,00	182.463,92	187.320,65	192.377,49	198.136,05	208.312,00

Fuente: Cuadro N° 99, 100, 101, 117 y 119

Elaboración: El Autor

VALOR ACTUAL NETO

El método del Valor Actual Neto (VAN), consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto. El VAN, representa en valores actuales, el total de los recursos que quedan en manos de la empresa al final de toda su vida útil, es decir, es el retorno líquido actualizado generado por el proyecto.

Cuadro N° 121: Valor Actual Neto

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	F. Caja	Factor de Act. 7,07%	Valor Act.
0	410.665,27		
1	182.463,92	0,934012	170423,50
2	187.320,65	0,872379	163414,51
3	192.377,49	0,814812	156751,50
4	198.136,05	0,761044	150790,30
5	208.312,00	0,710825	148073,28
		ΣF	789.453,08
		INV	410.665,27
		VAN	378.787,81

Fuente: Cuadro N° 99, 120

Elaboración: El Autor

Análisis: El Van de la empresa de reforma de construcción REFORMAR B&O Cia. Ltda., es de **378.787,81** dólares lo que significa que es mayor a 1 por lo tanto el proyecto se puede ejecutar.

TASA INTERNA DE RETORNO

Método de evaluación que al igual que el Valor Actual Neto (VAN), toma en consideración el valor en el tiempo del dinero y las variaciones de los flujos de caja durante toda la vida útil del proyecto.

Se define a la "Tasa Interna de Retorno" TIR, como aquella tasa que iguala el valor presente de los flujos de ingresos con la inversión inicial.

Cuadro N° 122: Tasa Interna de Retorno

TASA INTERNA DE RETORNO					
Años	Flujo Neto	Factor de Descuento	Valor Actual	Factor de Descuento	Valor Actual
		36,50%	Tm	37,50%	TM
0	- 410.665,27		-410.665,27		-410.665,27
1	182.463,92	0,732601	133.673,20	0,7272727	132.701,03
2	187.320,65	0,536704	100.535,71	0,5289256	99.078,69
3	192.377,49	0,393190	75.640,83	0,3846732	74.002,46
4	198.136,05	0,288051	57.073,29	0,2797623	55.431,00
5	208.312,00	0,211026	43.959,33	0,2034635	42.383,89
VAN Tm			217,08	VAN TM	-7.068,20

Fuente: Cuadro N° 99 y 120
 Elaboración: El Autor

$$TIR = Tm + Dt \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}$$

$$TIR = 36.50 + 1 \frac{217,08}{217,08 - 7.068,20}$$

TIR = 36.47% Rta.

En el caso del este proyecto de reforma de construcción REFORMAR B&O Cia. Ltda., la TIR es de **36,47%**, lo cual es mayor al costo de oportunidad del capital lo cual demuestra que la empresa tendrá un buen rendimiento a la hora de poner en práctica el proyecto.

PERDIDO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Consiste en el tiempo requerido para recuperar la inversión original, en una medida de la rapidez con que el proyecto reembolsará el desembolso original de capital.

Cuadro N° 123: Perdido de Recuperación de Capital

PERIODO DE RECUPERACION DE CAPITAL				
AÑOS	INVERSION		FLUJO NETO	
0	410.665,27			
1			182.463,92	
2			187.320,65	
3			192.377,49	562.162,06
4			198.136,05	
5			208.312,00	
TOTAL:			968.610,11	

Fuente: Cuadro N° 99 y 120

Elaboración: El Autor

$$P. R. C = \text{Año Sup. Inv.} \frac{\text{Inv. Inicial} - \sum \text{Prim. Flujos}}{\text{Flujos del año que supera la inversion}}$$

$$P. R. C = 3 + \frac{410.665,27 - 562.162,06}{192.377,49}$$

P. R. C = 2,213% Años.

P. R. C = 2,56% Meses.

P. R. C = 10,50% Días.

La inversión se recuperará en 2 años, 3 meses y 10 día

RELACIÓN BENÉFICO / COSTOS

El indicador beneficio-costos, se interpreta como la cantidad obtenida en calidad de beneficio, por cada dólar invertido, pues para la toma de decisiones, se deberá tomar en cuenta lo siguiente

Cuadro N° 124: Relación Benéfico / Costos

RELACIÓN BENÉFICO / COSTOS					
Año	Ingresos Original	Costos Originales	Factor Actualización 7,07%	Ingresos Actualizados	Costos Actualizados
1	719.331,29	378.595,42	0,934012	671.864,10	353.612,68
2	735.414,60	387.060,31	0,872379	641.559,89	337.663,10
3	752.160,56	395.873,98	0,814812	612.869,48	322.562,88
4	769.699,62	405.105,07	0,761044	585.775,48	308.302,88
5	787.833,52	414.649,22	0,710825	560.011,37	294.742,83
				3.072.080,32	1.616.884,38

Fuente: Cuadro N° 101 y 117
Elaboración: El Autor

$$P. R. C = \text{Año Sup. Inv.} \frac{\text{Inv. Inicial} - \sum \text{Prim. Flujos}}{\text{Flujos del año que supera la inversion}}$$

$$P. R. C = \frac{1.616.884,38}{3.072.080,32}$$

$$P. R. C = 1,90\% \text{ Rta.}$$

En el presente proyecto, la relación beneficio-costos es mayor que uno (1.90) indicador que sustenta la realización del proyecto, esto quiere decir que por cada dólar invertido, se recibiría 0.90 centavos de utilidad.

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

En un proyecto, es conveniente efectuar el análisis de sensibilidad, porque se trata de medir si le afectan o no a un proyecto, dos situaciones que se dan en una economía, esto es, el aumento en los costos y la disminución en los ingresos.

Cuadro N° 125: Análisis de Sensibilidad con el Incremento del 48,00% en los Costos

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON INCREMENTO DEL 48,00% EN LOS COSTOS								
Años	Costo T. Original	Costo T. original aumentado	Ingreso Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		48,00%			40,00%		41,00%	
0				-410.665,27				
1	378.595,42	560.321,22	719331,29	159.010,08	0,71428571	113.578,63	0,7092199	112.773,10
2	387.060,31	572.849,27	735414,60	162.565,33	0,51020408	82.941,50	0,5029928	81.769,19
3	395.873,98	585.893,49	752160,56	166.267,07	0,36443149	60.592,96	0,3567325	59.312,87
4	405.105,07	599.555,50	769699,62	170.144,13	0,26030820	44.289,91	0,2530018	43.046,76
5	414.649,22	613.680,85	787833,52	174.152,67	0,18593443	32.380,98	0,1794339	31.248,89
					Total	333.783,97	Total	328.150,82
					Inversión	-410.665,27	Inversión	-410.665,27
					VAN Tm	-76.881,31	VAN TM	-82.514,46

Fuente: Cuadro N° 101 y 117

Elaboración: El Autor

NUEVA TIR

$$N.TIR = Tm + Dt \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}$$

$$N.TIR = 40 + 1 \frac{-76.881,31}{-76.881,31 + 82.514,46}$$

$$N.TIR = 26,35\% \text{ Rta.}$$

DIFERENCIA DE TIR

$$Dif.TIR = TIR\ Proy. - Nueva\ TIR$$

$$Dif.TIR = 36,47\% - 26,35\%$$

$$Dif.TIR = 0,101\% \text{ Rta.}$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% Var = \frac{Dif\ TIR}{TIR\ del\ Proy.} * 100$$

$$\% Var = \frac{0,101\%}{36,47\%} * 100$$

$$\% Var = 27,74\% \text{ Rta.}$$

SENSIBILIDAD

$$Sen = \frac{\% Var}{Nueva TIR}$$

$$Sen \frac{27,74\%}{26,35\%}$$

$$Sen = 0,965 \text{ Rta.}$$

La empresa de reforma de construcción REFORMAR B&O Cia. Ltda., soportara un incremento en los costos del 48,00% dando como resultado un 0.965 de sensibilidad, lo que significa que el proyecto en este punto no sufrirá cambios ni se verá afectada su rentabilidad.

Cuadro N° 126: Análisis de Sensibilidad con la Disminución del 25,00% en los Ingresos

ANALISIS DE LA SENSIBILIDAD CON DISMINUCIÓN DEL 25,00% EN LOS INGRESOS								
Años	Ingreso Original	Ingreso original disminuido	Costo Original	Actualización				
				Flujo Neto	Factor de Actualización	Valor Actual	Factor de Actualización	Valor Actual
		25,00%			40,00%	Tm	41,00%	TM
0				-410.665,27				
1	719.331,29	539.498,47	378.595,42	160.903,05	0,71428571	114.930,75	0,7092199	114.115,64
2	735.414,60	551.560,95	387.060,31	164.500,63	0,51020408	83.928,89	0,5029928	82.742,64
3	752.160,56	564.120,42	395.873,98	168.246,44	0,36443149	61.314,30	0,3567325	60.018,97
4	769.699,62	577.274,72	405.105,07	172.169,65	0,26030820	44.817,17	0,2530018	43.559,23
5	787.833,52	590.875,14	414.649,22	176.225,92	0,18593443	32.766,47	0,1794339	31.620,90
					Total	337.757,59	Total	332.057,37
					Inversión	-410.665,27	Inversión	-410.665,27
					VAN Tm	-72.907,69	VAN TM	-78.607,90

Fuente: Cuadro N° 101 y 117

Elaboración: El Autor

NUEVA TIR

$$N.TIR = Tm + Dt \frac{VAN\ menor}{VAN\ menor - VAN\ mayor}$$

$$N.TIR = 40 + 1 \frac{-72.907,69}{-72.907,69 + 78.607,90}$$

$$N.TIR = 27,21\% \text{ Rta.}$$

DIFERENCIA DE TIR

$$Dif.TIR = TIR\ Proy. - Nueva\ TIR$$

$$Dif.TIR = 36,47\% - 27,21\%$$

$$Dif.TIR = 0,092\% \text{ Rta.}$$

PORCENTAJE DE VARIACIÓN

$$\% Var = \frac{Dif\ TIR}{TIR\ del\ Proy.} * 100$$

$$\% Var = \frac{0,092\%}{36,47\%} * 100$$

$$\% Var = 25,39\% \text{ Rta.}$$

SENSIBILIDAD

$$Sen = \frac{\% Var}{Nueva TIR}$$

$$Sen \frac{25,39\%}{27,21\%}$$

$$Sen = 0,87 \text{ Rta.}$$

La empresa de reforma de construcción REFORMAR B&O Cia. Ltda., soporta hasta un 25,00% en lo que respecta a disminución de los ingresos dando como resultado un 0.965 de sensibilidad, lo que significa que el proyecto en este punto no sufrirá cambios ni se verá afectada su rentabilidad.

h. CONCLUSIONES

Una vez concluido el trabajo de investigación, se llegó a determinar varias conclusiones, entre las cuales señalamos las siguientes:

- Se concluye mediante las encuestas aplicadas a demandantes que un 96.03% de la población están dispuestas a adquirir el nuevo producto, lo cual resulta beneficioso para el proyecto.
- Se concluye a través del estudio financiero que el valor de la inversión inicial es de \$410.665,27. Para financiar esta inversión se cuenta con el 63,47% de capital propio y el 36,55% mediante un crédito Bancario
- El mejor lugar para la ubicación de la empresa es en la ciudad de Loja, en el área Urbana, barrio El Valle, esta es una zona cercana a la materia prima y de fácil movilización, y además posee los servicios básicos que se requiere para la empresa.
- Los resultados obtenidos de la evaluación financiera del proyecto reflejan que el proyecto es rentable, por lo que; el VAN del presente proyecto es de 378.787,8 dólares, el cual es superior a 1, La TIR es del 36,47%, por lo tanto se visualizan ingresos positivos y alta rentabilidad para los inversionistas. La RBC del proyecto es de 1,90; lo que representa que por cada dólar invertido se obtendrán 0,90 centavos. En cuanto al PRC será en 2 años, 3 meses y 10 día; y en el análisis de sensibilidad el proyecto acepta un incremento en los costos del 48,00% y resiste una disminución en los ingresos del 25,00%

i. RECOMENDACIONES

Al haber concluido con el presente trabajo, es de nuestro deber realizar las siguientes recomendaciones:

- Una solución para dejar de utilizar el servicio de personas independientes que solo se enfocan en un área de reforma, es utilizar el servicio de reforma de construcción ya que abarca todo tipo de reforma enfocada en satisfacer la necesidad del cliente.

- Al establecer que el proyecto es factible de ejecutarse se recomienda poner el mismo en ejecución, dada su alta rentabilidad y su importante aporte al desarrollo empresarial en la Ciudad de Loja.

- Desarrollar un plan operativo de marketing con la finalidad de dar a conocer el nuevo producto, esto con el fin de captar el mayor número de nuevos clientes y así posicionar la marca en el mercado.

- Realizar constantes evaluaciones de mercado para ratificar que se esté satisfaciendo las necesidades de los consumidores y cubriendo así la demanda insatisfecha.

- Dar seguimiento continuo a los indicadores de evaluación financiera para de esta manera verificar si se están cumpliendo los objetivos del estudio financiero y evaluación financiera de la empresa.

j. BIBLIOGRAFIA

ACUÑA, J. a. (17 de Marzo de 2013). *Emprendimiento Globalizado en Competitividad* . Obtenido de <http://acualonit.overblog.com/las-4-p-preciproducto-plaza-y-promocion>

Adolfo, B. (2010). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Ediciones Torán.

ALVAREZ, J. (9 de MARZO de 2013). *Demanda Potencial*. Obtenido de <http://competitividadturistica.com/?p=131>

BACA URBINA, G. (2013). *EVALUACION DE PROYECTOS*. MEXICO: 7ta EDICION MC, GRAW, HILL.

CHIAVENATO, I. (2011). *Administracion de recursos humanos* (novena ed.). Mexico: McGraw Hill.

Construmatica. (16 de Enero de 2007). Obtenido de http://r.search.yahoo.com/_ylt=A0LEV2VAdjNXytYA018DEQx.;_ylu=X3oDMTBybGY3bmpvBGNvbG8DYmYxBHBvcwMyBHZ0aWQDBHNIYwNzcg--/RV=2/RE=1463019201/RO=10/RU=http%3a%2f%2fwww.construmatica.com%2fs%2fconstruccion/RK=0/RS=Wkjr5NN8KHNKvKDySJkxlz94JYg-

CÓRDOBA MARCIAL, P. (2011). *FORMULACION Y EVALUACION DE PROYECTOS* (SEGUNDA EDICION ed.).

Cordova, O. (2012). *Guía del Estudio de Mercado para la Evaluacion de Proyectos* .

Definiciones.de. (2011). Obtenido de <http://definicion.de/reforma/#ixzz47Yj3XZCZ>

Definiciones.de. (2011). Obtenido de <http://definicion.de/construccion/#ixzz47YIYBUcd>

DIAZ SERGIO, A. (2013). *EVALUACION ECONOMICA DE PROYECTOS DE INVERSION*. Obtenido de

<http://www.monografias.com/trabajos79/evaluacion-economica-proyectos-inversion/evaluacion-economica-proyectos-inversion2.shtml#ixzz2hfsWTCan>

Espinosa, R. (2013). *Robert Espinosa.es*. Obtenido de <http://robertoepinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>

Fernández, J. (2012). *Empresa y Administración*. EDITEX.

GREGORY, M. (2010). *PRINCIPIOS DE ECONOMIA*. Madrid: Grafica rodas.

INEC. (2010). *Redatam*. Obtenido de <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

KOTLER, P. (2012). *Dirección de Marketing*. Edición del Milenio.

Lafuente., J. (2012). *Marketing estrategico para empresas de servicios*.

MANKIWI, G. (2009). *Principios de Economía*. MC GRANW HILL.

Marcial, C. (2011). *Formulacion y Evaluacion de Proyectos*. Bogota: Ecoe Ediciones.

Menene, L. M. (4 de Abril de 2014). *Blog de Luis Miguel Menene*. Obtenido de <https://luismiguelmanene.wordpress.com/2012/04/04/el-mercado-concepto-tipos-estrategias-atractivo-y-segmentacion/>

RODRIGUEZ, A. F. (17 de Febrero de 2012). *Desarrollo de un sistema administrativo y financiero para la empresa Corporación Magma Ecuador ubicada en Quito. Provincia de Pichincha*. Recuperado el 04 de 04 de 2016, de PROPUESTA DE ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL PARA LA COORPORACION MAGMA ECUADOR:

<http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/1370/6/CAPITULO%205.pdf>

- ROJAS YISEL, T. (2012). *FUENTES Y FORMAS DE FINANCIAMIENTO EMPRESARIAL*. Obtenido de <http://www.monografias.com/trabajos82/fuentes-formas-financiamiento-empresarial/fuentes-formas-financiamiento-empresarial.shtml#370#ixzz2hfmKv9ep>
- ROJAS, A. M., ROMERO, S. M., SUAREZ, M., VELASQUEZ, F., & VILLAROEEL, M. (2010). *Monografias.com*. Obtenido de Los organigramas: <http://www.monografias.com/trabajos12/organ/organ.shtml>
- SANTILLAN, M. (19 de 05 de 2012). *mktunlam.blogspot.com*. Recuperado el 03 de 05 de 2016, de [blogdiario.com: http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/slideshare](http://mktunlam.blogspot.es/1211159940/slideshare). (25 de Septiembre de 2012). Obtenido de <http://es.slideshare.net/videoconferencias/qu-es-un-proyecto-14459815>
- TECOPY, G. (s.f.). *Grupo TECOPY*. Obtenido de <http://www.grupotecopy.es/es/nosotros/quienes-somos.html>
- THOMPSON, I. (Julio de 2010). *Promonegocios.net*. Recuperado el 10 de abril de 2016, de Tipos de organigramas.: <http://www.promonegocios.net/organigramas/tipos-de-organigramas.html>
- Velastegui, M. W. (2014). *SlideShare*. Obtenido de <http://es.slideshare.net/wilsonvelas/resea-historica-de-la-construccion>
- William, J. (16 de Abril de 2012). *Gestiopolis*. Obtenido de <http://www.gestiopolis.com/el-estado-de-resultados-o-de-perdidas-y-ganancias/>

k. ANEXOS

Anexo 1

FICHA DE RESUMEN

TEMA:

“FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE REFORMA DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”

PROBLEMÁTICA

Dentro de los problemas más notorios en nuestro país, es la falta de desarrollo empresarial por estos acontecimientos y por otros de carácter internacional las personas que tienen grandes cantidades de capital no invierten en nuestro país, esto se da debido a que no se prestan las garantías de seguridad económica que requieren los inversionistas, de tal manera que buscan invertir sus capitales fuera del país.

Además, el Ecuador es un país que atraviesa un excesivo endeudamiento externo e interno, una baja en las exportaciones, el desempleo, gran etapa de crisis, desarrollo desigual, entre otros aspectos, llevando a que se produzca un deficiente manejo de modelo económico impidiendo confrontar la grave crisis y la baja productividad del país generando un bajo crecimiento en el desarrollo empresarial.

La influencia del entorno económico, social, político y tecnológico en el que se desarrollan las empresas es importante para el desenvolvimiento de las mismas.

En el Ecuador la mayor cantidad del desarrollo empresarial tiene ubicación las grandes ciudades del país como son Quito, Guayaqu

menor grado la ciudad de Cuenca. Si se analiza la problemática de Loja, encontramos que la escasa implementación de empresas, se da debido a la limitada inversión tanto pública como privada y de quienes están inmersos en el desarrollo empresarial de nuestra ciudad de Loja, llegando a provocado un limitado nivel de producción dejando de lado los recursos naturales, materiales y humanos existentes en el lugar, generando incremento en los niveles de pobreza, desempleo, y deteriorado la calidad de vida de la comunidad.

En la ciudad de Loja debido a que se encuentra aleja de los sectores de producción más dinámicos del país se ha visto obligada a crecer en otros sector como son los del servicio, y del comercio al por Mayor o Menor.

La ciudad de Loja, se ha visto envuelta en un incremento considerable de su población mas no ha experimentado aumento en el desarrollo empresarial, es por ello que la ciudadanía se ha convertido en consumista y burócrata, permitiendo que el trabajo se desarrolle tanto en oficina como en sus propios negocios, llevándonos a encontrarse con la realidad de que en la ciudad de Loja no existen empresas u organismos que oferten un servicio de reforma de construcción, que permitas la construcción y reparaciones de espacios físicos que requieran cambios ya sea por la mala utilización de los mismos o la falta de asesoramiento técnico al momento de construir, lo que existe son personas que las realizan informalmente, lo que es atractivo para la implementación o puesta en marcha de esta empresa en el mercado.

Las empresas de servicios son las que permitirán un desarrollo en nuestra ciudad es por ello que presento a continuación el proyecto, “FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE REFORMA DE CONSTRUCCIÓN EN LA CIUDAD DE LOJA”. La misma que tiene como objeto brindar el servicio de construcciones y reparaciones enfocándose en la albañilería en general, plomería, electricidad y pintura, sobre los espacios físicos que requieran cambios ya sea por la mala utilización de los mismos o la falta de asesoramiento técnico al momento de construir tanto las viviendas, los locales comerciales, oficinas y demás.

OBJETIVOS

Objetivo General:

“Determinar la factibilidad para implementar una empresa de servicio de reforma de construcción en la ciudad de Loja.”.

Objetivos Específicos:

- Determinar mediante el estudio de mercado la demanda y oferta; y establecer la existencia o no de la demanda insatisfecha.
- Establecer en el estudio técnico el tamaño y localización del proyecto y la ingeniería del mismo.
- Diseñar la estructura legal y administrativa en la empresa.
- Realizar un estudio económico financiero para el proyecto utilizando índices financieros de evaluación VAN, TIR PRC A/S R/BC, etc., para conocer su rentabilidad.

JUSTIFICACIÓN

Académico:

La Carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, requiere la elaboración de un trabajo de investigación, que justifique los conocimientos adquiridos y su relación con la práctica, previa la obtención del título de ingeniero en administración de empresas.

Para cumplir este cometido se pretende elaborar un proyecto de tesis que justifique lo anteriormente expuesto, permitiendo poner en práctica los conocimientos adquiridos vinculándonos con los problemas de la sociedad y a la vez ganar experiencia en la planificación, desarrollo y control de proyectos ya que esto nos impulsa hacia nuevos retos y metas en el campo investigativo, la conformación de nuevas empresa generando innovación, y dejando un aporte para futuras generaciones como fuente de consulta para quienes estudien en nuestra Universidad.

En términos generales, realizar este trabajo, permitirá mostrar los conocimientos adquiridos durante estos ciclos y despejar dudas que pudiesen existir sobre la materia, y esto, a mi parecer es lo más importante.

Social:

En la actualidad este proyecto de tesis nos permitirá establecer como problemática fundamental, demostrar la limitante en la adquisición de un servicio de reforma de construcción en la ciudad de Loja, sabiendo que el problema son los espacios físicos que requieren de cambios ya sea por la mala utilización de los mismos o la falta de asesoramiento técnico al momento de construir.

Priorizamos este problema sabiendo que el crecimiento de la ciudad de Loja es constante y existe a la vez un gran incremento mobiliario en la ciudad, el cual no están libres de la necesidad de requerir este servicio, llevando a la situación actual que permite la creación de una empresa de reforma de construcción la misma ayuda a disminuir la tasa de desempleo generando nuevas fuentes de trabajo en la ciudad de Loja.

Dentro de los propósitos principales es facilitar y acortar el tiempo en cuanto a la adquisición de este servicio causado por la incomodidad y dificultad de encontrar personas especializadas en reforma de construcción o a la vez contar personas con grados de titulación especializados en la construcción que generalmente realizan trabajos a un costo muy elevado en la ciudad Loja; es por esto que este proceso favorece a todas las personas que se encuentren en la ciudad de Loja.

Económico:

La economía del país se encuentra en una reestructuración, debido a esta razón como ecuatorianos debemos contribuir de tal forma que la economía se vea envuelta en un incremento considerable en cuanto al desarrollo económico del país; Sin lugar a duda la elaboración del presente proyecto de inversión nos permitirá conducir a la aportación de fuentes de trabajo y a contribuir con el desarrollo económico e incentivar el bienestar de la ciudad de Loja.



Anexo 2

UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA

ADMINISTRACION D E EMPRESAS

Estimado amigo(a) soy estudiante de X módulo de la carrera de Administración de Empresas de la Universidad Nacional de Loja, me dirijo a Usted con la finalidad de obtener información para la elaboración de un proyecto de factibilidad para la implementación de una empresa de servicio de reforma de construcción en la ciudad de Loja.

1. ¿Usted es dueño de la vivienda que ocupa actualmente?

Si ()

No ()

2. ¿Cuál es el tipo de construcción que su vivienda tiene actualmente?

Tabique (adobe, tierra) ()

Hormigón Armado ()

Hormigón Armado y estructura metálica ()

Hormigón Armado y Ladrillo ()

Hormigón Armado y Bloque ()

Estructura de Madera ()

3. ¿Ha realizado en los últimos 5 años algún tipo de innovación o remodelación en su vivienda?

Si ()

No ()

4. ¿Si su respuesta es afirmativa que tipo de innovación o remodelación a realiza en su vivienda?

Paredes ()

Pisos ()

Techos ()

Pintura ()

Fachada ()

Eléctrico ()

Plomería ()

5. ¿Si se llegara a instalar una empresa de servicio de reforma de construcción adquiriría los servicios que presta?

Si ()

No ()

6. ¿Si su respuesta es afirmativa que tipo de innovación o remodelación a realiza en su vivienda?

- Paredes ()
- Pisos ()
- Techos ()
- Pintura ()
- Fachada ()
- Eléctrico ()
- Plomería ()

7. ¿Qué cantidad de metros cuadrados adquiriría de innovación o remodelación para su vivienda?

Detalle	Paredes	Pisos	Techos	Pintura	Fachada	Eléctrico	Plomería
1 a 10							
11 a 20							
21 a 30							
31 a 40							
41 en adelante							
Total							

8. ¿Cuánto pagaría por el metro cuadrado de innovación o remodelación para su vivienda?

Detalle	Paredes	Pisos	Techos	Pintura	Fachada	Eléctrico	Plomería
\$0,01 a \$2,50							
\$2,51 a \$5,00							
\$5,01 a \$7,50							
\$7,51 a \$10,00							
\$10,01 en adelante							
Total							

9. ¿Que toma en cuenta Ud. antes de contratar el servicio de reforma de construcción para su vivienda?

- Precio ()
- Calidad ()
- Promoción ()
- Materiales ()

10. ¿A través de que medio o medios le gustaría recibir información sobre la nueva empresa?

- | | |
|-----------------------------------|--------|
| Anuncios en periódicos o revistas | () |
| Redes sociales | () |
| Televisión | () |
| Radio | () |
| Internet (páginas web) | () |
| Hojas volantes | () |

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 3



UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA
AREA JURIDICA, SOCIAL Y ADMINISTRATIVA
ADMINISTRACIOND E EMPRESAS

Señor (a)

En calidad de estudiante del módulo X de la carrera de administración de empresas se le pide de manera muy comedida y respetuosa se digne en contestar las siguientes preguntas, que servirán para realizar mi trabajo de tesis y saber si será factible crear una empresa de servicios de reforma de construcción en la ciudad de Loja.

1. ¿Usted realiza reformas de construcción para viviendas?

Si ()

No ()

2. ¿Si su respuesta es afirmativa que tipo de innovación o remodelación a realiza su empresa?

Paredes ()

Pisos ()

Techos ()

Pintura ()

Fachada ()

Eléctrico ()

Plomería ()

3. ¿Qué cantidad de metros cuadrados de innovación o remodelación a realiza su empresa?

Detalle	Paredes	Pisos	Techos	Pintura	Fachada	Eléctrico	Plomería
1 a 10							
11 a 20							
21 a 30							
31 a 40							
41 en adelante							
Total							

4. ¿Cuánto cobra por el metro cuadrado de innovación o remodelación para su vivienda?

Detalle	Paredes	Pisos	Techos	Pintura	Fachada	Eléctrico	Plomería
\$0,01 a \$2,50							
\$2,51 a \$5,00							
\$5,01 a \$7,50							
\$7,51 a \$10,00							
\$10,01 en adelante							
Total							

5. ¿Antes de ofrecer el servicio de reforma de construcción, considera?

Precio ()

Calidad ()

Promoción ()

Materiales ()

6. ¿Qué clase de promociones maneja su empresa?

Descuentos directos

Concursos de reformas gratis

Cupones

Premios

7. ¿A través de que medio o medios de publicidad da a conocer de la existencia de empresa?

Anuncios en periódicos o revistas ()

Redes sociales ()

Televisión ()

Radio ()

Internet (páginas web) ()

Hojas volantes ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Anexo 4

PRESUPUESTO PARA ERAMIENTAS DE TRABAJO			
DENOMINACIÓN	CANT.	V/UNIT.	VALOR TOTAL
kit de albañilería	4	90,00	360,00
kit de plomería	2	189,00	378,00
kit de electricidad	1	65,00	65,00
Herramientas de corte y filo de plomería	2	250,00	500,00
Cortador de azulejo	2	120,00	240,00
Batidor de mortero	2	90,00	180,00
Revocadora de mortero	2	1.300,00	2.600,00
Compresor de aire	2	180,00	360,00
Escalera multifunción	2	160,00	320,00
Carretilla	2	100,00	200,00
Rodillo Industrial	2	59,95	119,90
Brocha	24	4,00	96,00
TOTAL			5.418,90

Elaboración: El autor

Anexo 4.1

DEPRECIACIÓN DE ERAMIENTAS DE TRABAJO				
VALOR DEL ACTIVO:		5.418,90		
5	AÑOS DE VIDA ÚTIL		20%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	5.418,90	1.083,78		4.335,12
1	4.335,12		867,02	3.468,10
2	3.468,10		867,02	2.601,07
3	2.601,07		867,02	1.734,05
4	1.734,05		867,02	867,02
5	867,02		867,02	0,00

Elaboración: El autor

Anexo 5

PRESUPUESTO DE EQUIPOS DE SEGURIDAD			
DENOMINACIÓN	CANT.	VAL. UNIT.	VAL. TOTAL
Guantes (pares)	10	12,00	120,00
Gafas	10	6,00	60,00
Cascos	10	9,00	90,00
Overoles	10	30,00	300,00
TOTAL			570,00

Elaboración: El autor

Anexo 5.1

PROYECCIÓN EQUIPOS DE SEGURIDAD	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	570,00
2	587,61
3	605,77
4	624,49
5	643,79

Elaboración: El autor

Anexo 6

PRESUPUESTO DE MUEBLES Y ENSERES			
DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Escritorio tipo gerente	1	140,00	140,00
Sillón tipo gerente	1	70,00	70,00
Escritorio tipo Secretaria	2	110,00	220,00
Silla giratoria	2	50,00	100,00
Sillón de espera	3	120,00	360,00
Archivadores	6	140,00	840,00
Exhibidores de fotografía	3	85,00	255,00
Estantes	2	100,00	200,00
Total:			2.185,00

Elaboración: El autor

Anexo 6.1

DEPRECIACIÓN DE MUEBLES Y ENSERES				
VALOR DEL ACTIVO:		2.185,00		
10	AÑOS DE VIDA ÚTIL		10%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	2.185,00	218,50		1.966,50
1	1.966,50		196,65	1.769,85
2	1.769,85		196,65	1.573,20
3	1.573,20		196,65	1.376,55
4	1.376,55		196,65	1.179,90
5	1.179,90		196,65	983,25
6	983,25		196,65	786,60
7	786,60		196,65	589,95
8	589,95		196,65	393,30
9	393,30		196,65	196,65
10	196,65		196,65	0,00

Elaboración: El autor

Anexo 7

PRESUPUESTO PARA EQUIPO DE OFICINA			
DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Impresora	2	60,00	120,00
Teléfono	1	40,00	40,00
Grapadora	1	6,45	6,45
Perforadora	1	6,75	6,75
Total:			173,20

Elaboración: El autor

Anexo 7.1

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE OFICINA				
VALOR DEL ACTIVO:		173,20		
3	AÑOS DE VIDA ÚTIL		10%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	173,20	17,32		155,88
1	155,88		15,59	140,29
2	140,29		15,59	124,70
3	124,70		15,59	109,12
4	109,12		15,59	93,53
5	93,53		15,59	77,94
6	77,94		15,59	62,35
7	62,35		15,59	46,76
8	46,76		15,59	31,18
9	31,18		15,59	15,59
10	15,59		15,59	0,00

Elaboración: El autor

Anexo 8

PRESUPUESTO PARA VEHÍCULO		
DENOMINACIÓN	CANTIDAD	VAL. TOTAL
Chevrolet N300 Cargo Mod. 2016	1	17.290,00
TOTAL		17.290,00

Elaboración: El autor

Anexo 8.1

DEPRECIACIÓN DE VEHÍCULO				
VALOR DEL ACTIVO:		17.290,00		
5	AÑOS DE VIDA ÚTIL		20%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC. C.	VAL. ACTUAL
0	17.290,00	3.458,00		13.832,00
1	13.832,00		2766,4	11.065,60
2	11.065,60		2766,4	8.299,20
3	8.299,20		2766,4	5.532,80
4	5.532,80		2766,4	2.766,40
5	2.766,40		2766,4	0,00

Elaboración: El autor

Anexo 9

PRESUPUESTO EQUIPO DE COMPUTO			
DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadora	2	650,00	1.300,00
Total:			1.300,00

Elaboración: El autor

Anexo 9.1

DEPRECIACIÓN DE EQUIPO DE COMPUTO				
VALOR DEL ACTIVO:		1.300,00		
3	AÑOS DE VIDA ÚTIL		33%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.300,00	433,33		866,67
1	866,67		288,89	577,78
2	577,78		288,89	288,89
3	288,89		288,89	0,00

Elaboración: El autor

Anexo 10

PRESUPUESTO REIMVERSION 4º AÑO EQUIPO DE CÓMPUTO (+20,00%)			
DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Computadora	2	780,00	1.560,00
Total:			1.560,00

Elaboración: El autor

Anexo 10.1

DEPRECIACIÓN REIMVERSION 4º AÑO EQUIPO DE COMPUTO (+20,00%)				
VALOR DEL ACTIVO:		1.560,00		
3	AÑOS DE VIDA ÚTIL		33%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	1.560,00	520,00		1.040,00
1	1.040,00		346,67	693,33
2	693,33		346,67	346,67
3	346,67		346,67	0,00

Elaboración: El autor

Anexo 11

PRESUPUESTO PARA ADECUACION DE INTALACIONES			
DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Lámparas de 10 amp.	9	6,00	54,00
Focos ahorrador	4	2,00	8,00
Interruptores	12	1,30	15,60
Breaker con caja	1	13,00	13,00
TOTAL			90,60

Elaboración: El autor

Anexo 11.1

DEPRECIACIÓN ADECUACION DE INSTALACIONES				
VALOR DEL ACTIVO:		90,60		
10	AÑOS DE VIDA ÚTIL		10%	DEPRECIACIÓN
AÑOS	VAL. ACTIVO	VAL. RES.	DEPRECIAC.	VAL. ACTUAL
0	90,60	9,06		81,54
1	81,54		8,15	73,39
2	73,39		8,15	65,23
3	65,23		8,15	57,08
4	57,08		8,15	48,92
5	48,92		8,15	40,77
6	40,77		8,15	32,62
7	32,62		8,15	24,46
8	24,46		8,15	16,31
9	16,31		8,15	8,15
10	8,15		8,15	0,00

Elaboración: El autor

Anexo 12

PRESUPUESTO DE MATERIA PRIMA DIRECTA				
DENOMINACIÓN	UNID.	CANTIDAD	VALOR UNIT.	VAL. TOTAL
Arena	Metro cubico	150	21,67	3.250,50
Cemento	Saco	550	7,18	3.949,00
Aditec Empaste Interior	Funda	624	14,75	9.204,00
Resina	Galón	624	8,92	5.566,08
Hierro	Unidades	1.040	13,48	14.019,20
Ladrillo	Unidades	199.680	0,19	37.939,20
Mortero Bondex estándar		416	5,87	2.441,92
Mortero bondex premiun	Caja	335	20,99	7.031,65
Cemex		104	23,21	2.413,84
Cielo Razo - Estuco		6.240	11,83	73.819,20
Pintura Interior Satinada		1.040	17,52	18.220,80
Pintura Exterior Cóndor		1.040	26,05	27.092,00

Aditec Empaste Exterior		312	25,26	7.881,12
Resina Exterior		312	10,66	3.325,92
Canaletas		4.160	1,46	6.073,60
Adaptador		4.160	0,80	3.328,00
Boquillas		4.160	0,78	3.244,80
Breaker		4.160	4,28	17.804,80
Cables		42	40,83	1.714,86
Interruptor		4.160	2,49	10.358,40
Enchufes		4.160	1,65	6.864,00
Manguera de abasto		2.080	3,65	7.592,00
Rejillas		2.080	1,80	3.744,00
Tubos PVC		347	22,56	7.828,32
Uniones		2.080	0,90	1.872,00
Codos		2.080	1,40	2.912,00
TOTAL				289.491,21

Elaboración: El autor

Anexo 12.1

PROYECCIÓN PARA MATERIA PRIMA DIRECTA	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	289.491,21
2	298.436,49
3	307.658,18
4	317.164,81
5	326.965,21

Elaboración: El autor

Anexo 13

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	
DENOMINACIÓN	OBRERO
Básico	366,00
Décimo tercero 1/12	30,50
Décimo cuarto SBU/12	30,50
Vacaciones 1/24	15,25
Aporte patronal 12,15% de 1	44,47
Fondo de Reserva 1/12 (Desde 2do. Año)	30,50
Total	517,22
Nº de Obreros	5,00
Total Mensual	2.586,10
Tota anual	31.033,14

Elaboración: El autor

Anexo 13.1

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA DIRECTA	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	31.033,14
2	31.992,06
3	32.980,62
4	33.999,72
5	35.050,31

Elaboración: El autor

Anexo 14

PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA INDIRECTA	
DENOMINACIÓN	SUPERVISOR
Básico	450,00
Décimo tercero 1/12	37,50
Décimo cuarto SBU/12	30,50
Vacaciones 1/24	18,75
Aporte patronal 12,15% de 1	54,68
Fondo de Reserva 1/12 (Desde 2do. Año)	37,50
Total	628,93
Nº de Personas	1,00
Total Mensual	628,93
Tota anual	7.547,10

Elaboración: El autor

Anexo 14.1

PROYECCIÓN PARA MANO DE OBRA INDIRECTA	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	7.547,10
2	7.841,44
3	8.147,25
4	8.465,00
5	8.795,13

Elaboración: El autor

Anexo 15

PRESUPUESTO PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS		
RUBROS/PUESTOS	GERENTE	SECRET./CONT.
Básico	700,00	500,00
Décimo tercero 1/12	58,33	41,67
Décimo cuarto SBU/12	30,50	30,50
Vacaciones 1/24	29,17	20,83
Aporte patronal 12,15% de 1	87,50	62,50
Fondo de Reserva 1/12 (desde 2do año)	58,33	41,67
Total	963,83	697,17
Nº de Empleados	1,00	1,00
Total Mensual	963,83	697,17
Tota anual	11.566,00	8.366,00
Total Sueldos Administ.	19.932,00	

Elaboración: El autor

Anexo 15.1

PROYECCIÓN PARA SUELDOS ADMINISTRATIVOS	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	19.932,00
2	20.547,90
3	21.182,83
4	21.837,38
5	22.512,15

Elaboración: El autor

Anexo 16

PRESUPUESTO PARA SERVICIOS BASICOS					
DENOMINACIÓN	UNID.	CANT.	V. UNIT.	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Consumo de energía elect.	(Kw./h)	250	0,103	25,75	309,00
Consumo de agua potable	m ³	20	0,37	7,40	88,80
Consumo de Teléfono				50,00	600,00
Consumo de Internet				45,00	540,00
TOTAL				128,15	1.537,80

Elaboración: El autor

Anexo 16.1

PROYECCIÓN PARA SERVICIOS BASICOS	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	1.537,80
2	1.585,32
3	1.634,30
4	1.684,80
5	1.736,86

Elaboración: El autor

Anexo 17

PRESUPUESTO PARA ARRIENDO			
DENOMINACIÓN	CANT.	V/MENS.	VALOR ANUAL
Local para producción y Comercialización	1	600,00	7.200,00
TOTAL			7.200,00

Elaboración: El autor

Anexo 17.1

PROYECCIÓN PARA ARRIENDO	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	7.200,00
2	7.422,48
3	7.651,83
4	7.888,28
5	8.132,02

Elaboración: El autor

Anexo 18

PRESUPUESTO PARA UTILIES DE OFICINA			
DENOMINACIÓN	CANT.	V. UNIT.	VAL. TOTAL
Papel bond	12	4	48
Papel copia	200	0,02	4
Lápices	12	0,30	3,6
Esferográficos	12	0,40	4,8
Otros 2%			1,21
Total			61,61

Elaboración: El autor

Anexo 18.1

PROYECCIÓN PARA SERVICIOS BASICOS	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	61,61
2	63,51
3	65,47
4	67,50
5	69,58

Elaboración: El autor

Anexo 19

PRESUPUESTO DE COMBUSTIBLE Y LUBRICANTE		
DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Gasolina	60,00	720,00
Lubricantes	35,00	420,00
Total		1.140,00

Elaboración: El autor

Anexo 19.1

PROYECCIÓN DE COMBUSTIBLE Y LUBRICANTE	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	1.140,00
2	1.175,23
3	1.211,54
4	1.248,98
5	1.287,57

Elaboración: El autor

Anexo 20

PRESUPUESTO PARA UTILES DE ASEO			
DENOMINACIÓN	CANT	VAL. UNIT	VAL. TOTAL
Escoba	2	2,50	5,00
Recogedor	2	1,72	3,44
Recipiente de basura	8	5,75	46,00
Jabón tocador	2	2,50	60,00
Franelas	2	4,03	8,06
Escobilla para baño	2	3,83	7,66
Funda de basura	250	0,10	25,00
Papel higiénico x 12 rollos	10	4,80	48,00
Total:			203,16

Elaboración: El autor

Anexo 20.1

PROYECCIÓN POR UTILES DE ASEO	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	203,16
2	209,44
3	215,91
4	222,58
5	229,46

Elaboración: El autor

Anexo 21

PRESUPUESTO DE MANTENIMIENTO			
DENOMINACIÓN	PRECIO	MANT.	VAL. ANUAL
Mantenimiento de herramientas de trabajo	5.418,90	0,05	270,95
Mantenimiento de vehículo	17.290,00	0,05	864,5
Total			1.135,45

Elaboración: El autor

Anexo 21.1

PROYECCIÓN DE MANTENIMIENTO	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	1.135,45
2	1.170,53
3	1.206,70
4	1.243,99
5	1.282,43

Elaboración: El autor

Anexo 22

PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		
DENOMINACIÓN	VAL. MENS.	VAL. ANUAL
Radio	50,00	600,00
Página web		350,00
TOTAL		950,00

Elaboración: El autor

Anexo 22.1

PROYECCIÓN POR PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	
AÑOS	VALOR TOTAL
	INC. 3,09%
1	950,00
2	979,36
3	1.009,62
4	1.040,81
5	1.072,98

Elaboración: El autor

Anexo 23

AMORTIZACION DEL PRESTAMO				
Nº	Depreciación Capital	Interés 9,15%	Capital + Interés	Total
0				150.000,00
1	15.000,00	6.862,50	21.862,50	135.000,00
2	15.000,00	6.176,25	21.176,25	120.000,00
3	15.000,00	5.490,00	20.490,00	105.000,00
4	15.000,00	4.803,75	19.803,75	90.000,00
5	15.000,00	4.117,50	19.117,50	75.000,00
6	15.000,00	3.431,25	18.431,25	60.000,00
7	15.000,00	2.745,00	17.745,00	45.000,00
8	15.000,00	2.058,75	17.058,75	30.000,00
9	15.000,00	1.372,50	16.372,50	15.000,00
10	15.000,00	686,25	15.686,25	0,00

Elaboración: El autor

Anexo 24

AMORTIZACION DE ACTIVO DIFERIDO			
Nº	Val. Act. Dif.	Amortización	Total
1	3.062,50	612,50	2.450,00
2	2.450,00	612,50	1.837,50
3	1.837,50	612,50	1.225,00
4	1.225,00	612,50	612,50
5	612,50	612,50	0,00

Elaboración: El autor

Anexo 25

COSTO DE MATRIALES PARA EL SERVICIO DE INOVACION O REMODELACION									
TIPO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN	AÑO 2009	% Inc. o Dism.	AÑO 2010	% Inc. o Dism.	AÑO 2011	% Inc. o Dism.	AÑO 2012	% Total	AÑO 2016
Arena	20,90	-2,63%	20,35	2,51%	20,86	0,86%	21,04	0,74%	21,67
Cemento	6,72	5,65%	7,10	-2,11%	6,95	-2,16%	6,80	1,38%	7,18
Aditec Empaste interior	13,4	-3,73%	12,90	9,46%	14,12	-3,68%	13,60	2,04%	14,75
Resina	7,46	-1,47%	7,35	-3,40%	7,10	8,59%	7,71	3,72%	8,92
Hierro	12,86	6,14%	13,65	4,76%	14,30	-9,79%	12,90	1,11%	13,48
Ladrillo	0,18	11,11%	0,20	-5,00%	0,19	-5,26%	0,18	0,85%	0,19
Mortero Bondex Standar	5,11	7,63%	5,5	13,09%	6,22	-17%	5,14	3,36%	5,87
Mortero Bondex Pimiun	20,12	-1,79%	19,76	6,78%	21,1	-4%	20,24	0,92%	20,99
Cemex	20,98	0,76%	21,14	0,66%	21,28	0,61%	21,41	2,04%	23,21
Cielo Razo - Estuco	10,3	7%	11	-11%	9,8	7%	10,5	3,03%	11,83
Pintura Interior Satinada	17,40	-5,75%	16,40	17,68%	19,30	-11,35%	17,11	0,59%	17,52
Pintura Exterior Cóndor	24,75	-1,49%	24,38	1,52%	24,75	1,01%	25,00	1,03%	26,05
Aditec Empaste Exterior	23,68	-0,06	22,30	0,03	22,87	0,05	23,93	1,36%	25,26
Resina Exterior	10,36	0,04	10,78	-0,05	10,23	0,02	10,40	0,61%	10,66
Canaletas	0,98	12%	1,1	-5%	1,05	14%	1,2	21,99%	1,46
Adaptador redondo o plano	0,80	2,50%	0,82	-4,88%	0,78	2,56%	0,8	0,19%	0,80
Boquillas	0,75	-20,00%	0,60	16,67%	0,70	7,14%	0,75	3,81%	0,78
Breaker	4,15	-4,82%	3,95	-3,80%	3,80	10,53%	4,20	1,91%	4,28
Cable	39,10	0,38%	39,25	-1,20%	38,78	3,02%	39,95	2,20%	40,83
Interruptor	1,95	-6,67%	1,82	12,64%	2,05	7,32%	2,20	13,29%	2,49

Enchufes	1,40	-3,57%	1,35	-11,11%	1,20	25,00%	1,50	10,32%	1,65
Manguera de abasto	3,00	7,3%	3,22	-3,7%	3,10	6,8%	3,31	10,4%	3,65
Rejillas	1,65	-3%	1,6	-13%	1,4	21%	1,70	5,90%	1,80
Tubos PVC	21,78	1%	22	-4%	21,18	5%	22,15	1,86%	22,56
Uniones	0,75	-0,09	0,68	0,32	0,90	-0,11	0,80	11,91%	0,90
Codos	1,08	27%	1,37	-15%	1,17	3%	1,21	15,67%	1,40

Fuente: Revista de la cámara de la construcción
Elaboración: El autor

Formulas:

% de Incremento o Disminución = segundo año – primer año /primer año

% Total = \sum de % de incremento o disminución /número de %

Costo Proyectado = costo inicial * $(1 + i)^n$

Anexo 26

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PARED					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arena	m3	75	\$ 21,67	\$ 1.625,25
2	Cemento	Funda	275	\$ 7,18	\$ 1.974,50
3	Aditec Empaste Interior	Funda	312	\$ 14,75	\$ 4.602,00
4	Resina	Bote	312	\$ 8,92	\$ 2.783,04
5	Hierro	Varilla	520	\$ 13,48	\$ 7.009,60
6	Ladrillo	Unidad	99.840	\$ 0,19	\$ 18.969,60
7	Mano de obra directa	Costo	7	\$ 31.033,14	\$ 4.433,31
8	Mano de obra indirecta	Costo	7	\$ 7.547,10	\$ 1.078,16
9	Costos de producción o fabricación	Costo	7	\$ 6.487,02	\$ 926,72
10	Gastos administrativos	Costo	7	\$ 29.435,69	\$ 4.205,10
11	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 950,00	\$ 135,71
12	Gastos financieros	Costo	7	\$ 13.038,75	\$ 1.862,68
13	Otros gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 49.693,16

Elaboración: El autor

Anexo 27

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Mortero bondex estándar	Funda	416	\$ 5,87	\$ 2.441,92
2	Mortero bondex premiun	Funda	335	\$ 20,99	\$ 7.031,65
3	Cemex	Funda	104	\$ 23,21	\$ 2.413,84
7	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 31.033,14	\$ 4.433,31
8	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 7.547,10	\$ 1.078,16
9	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.487,02	\$ 926,72
10	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 29.435,69	\$ 4.205,10
11	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 950,00	\$ 135,71
12	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 13.038,75	\$ 1.862,68
13	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 24.616,58

Elaboración: El autor

Anexo 28

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Aditec Empaste Interior	Funda	312	\$ 14,75	\$ 4.602,00
2	Resina	Bote	312	\$ 8,92	\$ 2.783,04
3	Cielo Razo - Estuco	M2	6240	\$ 11,83	\$ 73.819,20
4	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 31.033,14	\$ 4.433,31
5	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 7.547,10	\$ 1.078,16
6	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.487,02	\$ 926,72
7	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 29.435,69	\$ 4.205,10
8	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 950,00	\$ 135,71
9	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 13.038,75	\$ 1.862,68
10	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 93.933,41

Elaboración: El autor

Anexo 29

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Pintura interior Satinada	Galón	1040	\$ 17,52	\$ 18.220,80
2	Pintura exterior cóndor	Galón	1040	\$ 26,05	\$ 27.092,00
3	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 31.033,14	\$ 4.433,31
4	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 7.547,10	\$ 1.078,16
5	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.487,02	\$ 926,72
6	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 29.435,69	\$ 4.205,10
7	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 950,00	\$ 135,71
8	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 13.038,75	\$ 1.862,68
9	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 58.041,97

Elaboración: El autor

Anexo 30

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arena	m3	75	\$ 21,67	\$ 1.625,25
2	Cemento	Funda	275	\$ 7,18	\$ 1.974,50
3	Aditec Empaste Exterior	Funda	312,00	\$ 25,26	\$ 7.881,12
4	Resina	Bote	312	\$ 10,66	\$ 3.325,92
5	Hierro	Varilla	520	\$ 13,48	\$ 7.009,60
6	Ladrillo	Unidad	99840	\$ 0,19	\$ 18.969,60
7	Mano de obra directa	Costo	7	\$ 31.033,14	\$ 4.433,31
8	Mano de obra indirecta	Costo	7	\$ 7.547,10	\$ 1.078,16
9	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 6.487,02	\$ 926,72
10	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 29.435,69	\$ 4.205,10
11	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 950,00	\$ 135,71
12	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 13.038,75	\$ 1.862,68
13	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 53.515,16

Elaboración: El autor

Anexo 31

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Canaletas	Unidad	4160	\$ 1,46	\$ 6.073,60
2	adaptador redondo o plano	Unidad	4160	\$ 0,80	\$ 3.328,00
3	Boquillas	Unidad	4160	\$ 0,78	\$ 3.244,80
4	Breaker	Unidad	4160	\$ 4,28	\$ 17.804,80
5	Cables	Unidad	42	\$ 40,83	\$ 1.714,86
6	Interruptor	Unidad	4160	\$ 2,49	\$ 10.358,40
7	Enchufes	Unidad	4160	\$ 1,65	\$ 6.864,00
8	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 31.033,14	\$ 4.433,31
9	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 7.547,10	\$ 1.078,16
10	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.487,02	\$ 926,72
11	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 29.435,69	\$ 4.205,10
12	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 950,00	\$ 135,71
13	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 13.038,75	\$ 1.862,68
14	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 62.117,63

Anexo 32

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN PLOMERÍA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Manguera de abasto	Unidad	2080	\$ 3,65	\$ 7.592,00
2	Rejillas	Unidad	2080	\$ 1,80	\$ 3.744,00
3	Tubos PVC	Unidad	347	\$ 22,56	\$ 7.828,32
4	Uniones	Unidad	2080	\$ 0,90	\$ 1.872,00
5	Codos	Unidad	2080	\$ 1,40	\$ 2.912,00
6	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 31.033,14	\$ 4.433,31
7	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 7.547,10	\$ 1.078,16
8	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.487,02	\$ 926,72
9	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 29.435,69	\$ 4.205,10
10	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 950,00	\$ 135,71
11	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 13.038,75	\$ 1.862,68
12	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 36.677,49

Elaboración: El autor

Anexo 33

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PARED					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arena	m3	75	\$ 22,34	\$ 1.675,47
2	Cemento	Funda	275	\$ 7,40	\$ 2.035,51
3	Aditec Empaste Interior	Funda	312	\$ 15,21	\$ 4.744,20
4	Resina	Bote	312	\$ 9,20	\$ 2.869,04
5	Hierro	Varilla	520	\$ 13,90	\$ 7.226,20
6	Ladrillo	Unidad	99.840	\$ 0,20	\$ 19.555,76
7	Mano de obra directa	Costo	7	\$ 31.992,06	\$ 4.570,29
8	Mano de obra indirecta	Costo	7	\$ 7.841,44	\$ 1.120,21
9	Costos de producción o fabricación	Costo	7	\$ 6.574,95	\$ 939,28
10	Gastos administrativos	Costo	7	\$ 30.329,77	\$ 4.332,82
11	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 979,36	\$ 139,91
12	Gastos financieros	Costo	7	\$ 10.293,75	\$ 1.470,54
13	Otros gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 50.766,72

Elaboración: El autor

Anexo 34

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Mortero bondex estándar	Funda	416	\$ 6,05	\$ 2.517,38
2	Mortero bondex premiun	Funda	335	\$ 21,64	\$ 7.248,93
3	Cemex	Funda	104	\$ 23,93	\$ 2.488,43
7	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 31.992,06	\$ 4.570,29
8	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 7.841,44	\$ 1.120,21
9	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.574,95	\$ 939,28
10	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 30.329,77	\$ 4.332,82
11	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 979,36	\$ 139,91
12	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 10.293,75	\$ 1.470,54
13	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 24.915,28

Elaboración: El autor

Anexo 35

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Aditec Empaste Interior	Funda	312	\$ 15,21	\$ 4.744,20
2	Resina	Bote	312	\$ 9,20	\$ 2.869,04
3	Cielo Razo - Estuco	M2	6240	\$ 12,20	\$ 76.100,21
4	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 31.992,06	\$ 4.570,29
5	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 7.841,44	\$ 1.120,21
6	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.574,95	\$ 939,28
7	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 30.329,77	\$ 4.332,82
8	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 979,36	\$ 139,91
9	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 10.293,75	\$ 1.470,54
10	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 96.374,00

Elaboración: El autor

Anexo 36

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Pintura interior Satinada	Galón	1040	\$ 18,06	\$ 18.783,82
2	Pintura exterior cóndor	Galón	1040	\$ 26,85	\$ 27.929,14
3	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 31.992,06	\$ 4.570,29
4	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 7.841,44	\$ 1.120,21
5	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.574,95	\$ 939,28
6	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 30.329,77	\$ 4.332,82
7	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 979,36	\$ 139,91
8	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 10.293,75	\$ 1.470,54
9	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 59.373,51

Elaboración: El autor

Anexo 37

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arena	m3	75	\$ 22,34	\$ 1.675,47
2	Cemento	Funda	275	\$ 7,40	\$ 2.035,51
3	Aditec Empaste Exterior	Funda	312,00	\$ 26,04	\$ 8.124,65
4	Resina	Bote	312	\$ 10,99	\$ 3.428,69
5	Hierro	Varilla	520	\$ 13,90	\$ 7.226,20
6	Ladrillo	Unidad	99840	\$ 0,20	\$ 19.555,76
7	Mano de obra directa	Costo	7	\$ 31.992,06	\$ 4.570,29
8	Mano de obra indirecta	Costo	7	\$ 7.841,44	\$ 1.120,21
9	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 6.574,95	\$ 939,28
10	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 30.329,77	\$ 4.332,82
11	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 979,36	\$ 139,91
12	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 10.293,75	\$ 1.470,54
13	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 54.706,82

Elaboración: El autor

Anexo 38

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Canaletas	Unidad	4160	\$ 1,51	\$ 6.261,27
2	adaptador redondo o plano	Unidad	4160	\$ 0,82	\$ 3.430,84
3	Boquillas	Unidad	4160	\$ 0,80	\$ 3.345,06
4	Breaker	Unidad	4160	\$ 4,41	\$ 18.354,97
5	Cables	Unidad	42	\$ 42,09	\$ 1.767,85
6	Interruptor	Unidad	4160	\$ 2,57	\$ 10.678,47
7	Enchufes	Unidad	4160	\$ 1,70	\$ 7.076,10
8	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 31.992,06	\$ 4.570,29
9	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 7.841,44	\$ 1.120,21
10	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.574,95	\$ 939,28
11	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 30.329,77	\$ 4.332,82
12	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 979,36	\$ 139,91
13	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 10.293,75	\$ 1.470,54
14	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 63.575,11

Elaboración: El autor

Anexo 39

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN PLOMERÍA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Manguera de abasto	Unidad	2080	\$ 3,76	\$ 7.826,59
2	Rejillas	Unidad	2080	\$ 1,86	\$ 3.859,69
3	Tubos PVC	Unidad	347	\$ 23,26	\$ 8.070,22
4	Uniones	Unidad	2080	\$ 0,93	\$ 1.929,84
5	Codos	Unidad	2080	\$ 1,44	\$ 3.001,98
6	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 31.992,06	\$ 4.570,29
7	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 7.841,44	\$ 1.120,21
8	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.574,95	\$ 939,28
9	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 30.329,77	\$ 4.332,82
10	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 979,36	\$ 139,91
11	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 10.293,75	\$ 1.470,54
12	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 37.348,87

Elaboración: El autor

Anexo 40

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PARED					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arena	m3	75	\$ 23,03	\$ 1.727,24
2	Cemento	Funda	275	\$ 7,63	\$ 2.098,41
3	Aditec Empaste Interior	Funda	312	\$ 15,68	\$ 4.890,80
4	Resina	Bote	312	\$ 9,48	\$ 2.957,69
5	Hierro	Varilla	520	\$ 14,33	\$ 7.449,49
6	Ladrillo	Unidad	99.840	\$ 0,20	\$ 20.160,03
7	Mano de obra directa	Costo	7	\$ 32.980,62	\$ 4.711,52
8	Mano de obra indirecta	Costo	7	\$ 8.147,25	\$ 1.163,89
9	Costos de producción o fabricación	Costo	7	\$ 6.665,59	\$ 952,23
10	Gastos administrativos	Costo	7	\$ 31.251,48	\$ 4.464,50
11	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.009,62	\$ 144,23
12	Gastos financieros	Costo	7	\$ 7.548,75	\$ 1.078,39
13	Otros gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 51.885,92

Elaboración: El autor

Anexo 41

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Mortero bondex estándar	Funda	416	\$ 6,24	\$ 2.595,16
2	Mortero bondex premiun	Funda	335	\$ 22,31	\$ 7.472,92
3	Cemex	Funda	104	\$ 24,67	\$ 2.565,32
7	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 32.980,62	\$ 4.711,52
8	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.147,25	\$ 1.163,89
9	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.665,59	\$ 952,23
10	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 31.251,48	\$ 4.464,50
11	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.009,62	\$ 144,23
12	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 7.548,75	\$ 1.078,39
13	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 25.235,66

Elaboración: El autor

Anexo 42

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Aditec Empaste Interior	Funda	312	\$ 15,68	\$ 4.890,80
2	Resina	Bote	312	\$ 9,48	\$ 2.957,69
3	Cielo Razo - Estuco	M2	6240	\$ 12,57	\$ 78.451,71
4	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 32.980,62	\$ 4.711,52
5	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.147,25	\$ 1.163,89
6	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.665,59	\$ 952,23
7	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 31.251,48	\$ 4.464,50
8	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.009,62	\$ 144,23
9	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 7.548,75	\$ 1.078,39
10	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 98.902,45

Elaboración: El autor

Anexo 43

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Pintura interior Satinada	Galón	1040	\$ 18,62	\$ 19.364,24
2	Pintura exterior cóndor	Galón	1040	\$ 27,68	\$ 28.792,15
3	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 32.980,62	\$ 4.711,52
4	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.147,25	\$ 1.163,89
5	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.665,59	\$ 952,23
6	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 31.251,48	\$ 4.464,50
7	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.009,62	\$ 144,23
8	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 7.548,75	\$ 1.078,39
9	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 60.758,65

Elaboración: El autor

Anexo 44

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arena	m3	75	\$ 23,03	\$ 1.727,24
2	Cemento	Funda	275	\$ 7,63	\$ 2.098,41
3	Aditec Empaste Exterior	Funda	312,00	\$ 26,85	\$ 8.375,70
4	Resina	Bote	312	\$ 11,33	\$ 3.534,64
5	Hierro	Varilla	520	\$ 14,33	\$ 7.449,49
6	Ladrillo	Unidad	99840	\$ 0,20	\$ 20.160,03
7	Mano de obra directa	Costo	7	\$ 32.980,62	\$ 4.711,52
8	Mano de obra indirecta	Costo	7	\$ 8.147,25	\$ 1.163,89
9	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 6.665,59	\$ 952,23
10	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 31.251,48	\$ 4.464,50
11	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 1.009,62	\$ 144,23
12	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 7.548,75	\$ 1.078,39
13	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 55.947,76

Elaboración: El autor

Anexo 45

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Canaletas	Unidad	4160	\$ 1,55	\$ 6.454,75
2	adaptador redondo o plano	Unidad	4160	\$ 0,85	\$ 3.536,85
3	Boquillas	Unidad	4160	\$ 0,83	\$ 3.448,43
4	Breaker	Unidad	4160	\$ 4,55	\$ 18.922,14
5	Cables	Unidad	42	\$ 43,39	\$ 1.822,48
6	Interruptor	Unidad	4160	\$ 2,65	\$ 11.008,44
7	Enchufes	Unidad	4160	\$ 1,75	\$ 7.294,75
8	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 32.980,62	\$ 4.711,52
9	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.147,25	\$ 1.163,89
10	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.665,59	\$ 952,23
11	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 31.251,48	\$ 4.464,50
12	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.009,62	\$ 144,23
13	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 7.548,75	\$ 1.078,39
14	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 65.090,08

Anexo 46

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN PLOMERÍA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Manguera de abasto	Unidad	2080	\$ 3,88	\$ 8.068,43
2	Rejillas	Unidad	2080	\$ 1,91	\$ 3.978,95
3	Tubos PVC	Unidad	347	\$ 23,98	\$ 8.319,58
4	Uniones	Unidad	2080	\$ 0,96	\$ 1.989,48
5	Codos	Unidad	2080	\$ 1,49	\$ 3.094,74
6	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 32.980,62	\$ 4.711,52
7	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.147,25	\$ 1.163,89
8	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.665,59	\$ 952,23
9	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 31.251,48	\$ 4.464,50
10	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.009,62	\$ 144,23
11	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 7.548,75	\$ 1.078,39
12	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 38.053,45

Elaboración: El autor

Anexo 47

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PARED					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arena	m3	75	\$ 23,74	\$ 1.780,61
2	Cemento	Funda	275	\$ 7,87	\$ 2.163,25
3	Aditec Empaste Interior	Funda	312	\$ 16,16	\$ 5.041,92
4	Resina	Bote	312	\$ 9,77	\$ 3.049,08
5	Hierro	Varilla	520	\$ 14,77	\$ 7.679,68
6	Ladrillo	Unidad	99.840	\$ 0,21	\$ 20.782,98
7	Mano de obra directa	Costo	7	\$ 33.999,72	\$ 4.857,10
8	Mano de obra indirecta	Costo	7	\$ 8.465,00	\$ 1.209,29
9	Costos de producción o fabricación	Costo	7	\$ 6.759,03	\$ 965,58
10	Gastos administrativos	Costo	7	\$ 32.259,44	\$ 4.608,49
11	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.040,81	\$ 148,69
12	Gastos financieros	Costo	7	\$ 4.803,75	\$ 686,25
13	Otros gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 53.060,42

Elaboración: El autor

Anexo 48

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Mortero bondex estándar	Funda	416	\$ 6,43	\$ 2.675,35
2	Mortero bondex premiun	Funda	335	\$ 23,00	\$ 7.703,83
3	Cemex	Funda	104	\$ 25,43	\$ 2.644,59
7	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 33.999,72	\$ 4.857,10
8	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.465,00	\$ 1.209,29
9	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.759,03	\$ 965,58
10	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 32.259,44	\$ 4.608,49
11	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.040,81	\$ 148,69
12	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 4.803,75	\$ 686,25
13	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$25.586,67

Elaboración: El autor

Anexo 49

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Aditec Empaste Interior	Funda	312	\$ 16,16	\$ 5.041,92
2	Resina	Bote	312	\$ 9,77	\$ 3.049,08
3	Cielo Razo - Estuco	M2	6240	\$ 12,96	\$ 80.875,87
4	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 33.999,72	\$ 4.857,10
5	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.465,00	\$ 1.209,29
6	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.759,03	\$ 965,58
7	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 32.259,44	\$ 4.608,49
8	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.040,81	\$ 148,69
9	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 4.803,75	\$ 686,25
10	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 101.529,77

Elaboración: El autor

Anexo 50

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Pintura interior Satinada	Galón	1040	\$ 19,19	\$ 19.962,60
2	Pintura exterior cóndor	Galón	1040	\$ 28,54	\$ 29.681,83
3	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 33.999,72	\$ 4.857,10
4	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.465,00	\$ 1.209,29
5	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.759,03	\$ 965,58
6	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 32.259,44	\$ 4.608,49
7	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.040,81	\$ 148,69
8	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 4.803,75	\$ 686,25
9	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 62.207,32

Elaboración: El autor

Anexo 51

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arena	m3	75	\$ 23,74	\$ 1.780,61
2	Cemento	Funda	275	\$ 7,87	\$ 2.163,25
3	Aditec Empaste Exterior	Funda	312,00	\$ 27,67	\$ 8.634,51
4	Resina	Bote	312	\$ 11,68	\$ 3.643,86
5	Hierro	Varilla	520	\$ 14,77	\$ 7.679,68
6	Ladrillo	Unidad	99840	\$ 0,21	\$ 20.782,98
7	Mano de obra directa	Costo	7	\$ 33.999,72	\$ 4.857,10
8	Mano de obra indirecta	Costo	7	\$ 8.465,00	\$ 1.209,29
9	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 6.759,03	\$ 965,58
10	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 32.259,44	\$ 4.608,49
11	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 1.040,81	\$ 148,69
12	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 4.803,75	\$ 686,25
13	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 57.247,78

Elaboración: El autor

Anexo 52

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Canaletas	Unidad	4160	\$ 1,60	\$ 6.654,20
2	adaptador redondo o plano	Unidad	4160	\$ 0,88	\$ 3.646,14
3	Boquillas	Unidad	4160	\$ 0,85	\$ 3.554,98
4	Breaker	Unidad	4160	\$ 4,69	\$ 19.506,83
5	Cables	Unidad	42	\$ 44,73	\$ 1.878,79
6	Interruptor	Unidad	4160	\$ 2,73	\$ 11.348,60
7	Enchufes	Unidad	4160	\$ 1,81	\$ 7.520,16
8	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 33.999,72	\$ 4.857,10
9	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.465,00	\$ 1.209,29
10	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.759,03	\$ 965,58
11	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 32.259,44	\$ 4.608,49
12	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.040,81	\$ 148,69
13	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 4.803,75	\$ 686,25
14	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 66.672,59

Elaboración: El autor

Anexo 53

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN PLOMERÍA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Manguera de abasto	Unidad	2080	\$ 4,00	\$ 8.317,75
2	Rejillas	Unidad	2080	\$ 1,97	\$ 4.101,90
3	Tubos PVC	Unidad	347	\$ 24,72	\$ 8.576,66
4	Uniones	Unidad	2080	\$ 0,99	\$ 2.050,95
5	Codos	Unidad	2080	\$ 1,53	\$ 3.190,37
6	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 33.999,72	\$ 4.857,10
7	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.465,00	\$ 1.209,29
8	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.759,03	\$ 965,58
9	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 32.259,44	\$ 4.608,49
10	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.040,81	\$ 148,69
11	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 4.803,75	\$ 686,25
12	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 38.800,53

Anexo 54

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PARED					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arena	m3	75	\$ 24,48	\$ 1.835,64
2	Cemento	Funda	275	\$ 8,11	\$ 2.230,09
3	Aditec Empaste Interior	Funda	312	\$ 16,66	\$ 5.197,72
4	Resina	Bote	312	\$ 10,07	\$ 3.143,30
5	Hierro	Varilla	520	\$ 15,22	\$ 7.916,98
6	Ladrillo	Unidad	99.840	\$ 0,21	\$ 21.425,17
7	Mano de obra directa	Costo	7	\$ 35.050,31	\$ 5.007,19
8	Mano de obra indirecta	Costo	7	\$ 8.795,13	\$ 1.256,45
9	Costos de producción o fabricación	Costo	7	\$ 6.855,36	\$ 979,34
10	Gastos administrativos	Costo	7	\$ 33.238,99	\$ 4.748,43
11	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.072,98	\$ 153,28
12	Gastos financieros	Costo	7	\$ 2.058,75	\$ 294,11
13	Otros gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 54.275,18

Elaboración: El autor

Anexo 55

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Mortero bondex estándar	Funda	416	\$ 6,63	\$ 2.758,02
2	Mortero bondex premiun	Funda	335	\$ 23,71	\$ 7.941,88
3	Cemex	Funda	104	\$ 26,21	\$ 2.726,31
7	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 35.050,31	\$ 5.007,19
8	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.795,13	\$ 1.256,45
9	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.855,36	\$ 979,34
10	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 33.238,99	\$ 4.748,43
11	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.072,98	\$ 153,28
12	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 2.058,75	\$ 294,11
13	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 25.952,50

Elaboración: El autor

Anexo 56

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Aditec Empaste Interior	Funda	312	\$ 16,66	\$ 5.197,72
2	Resina	Bote	312	\$ 10,07	\$ 3.143,30
3	Cielo Razo - Estuco	M2	6240	\$ 13,36	\$ 83.374,93
4	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 35.050,31	\$ 5.007,19
5	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.795,13	\$ 1.256,45
6	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.855,36	\$ 979,34
7	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 33.238,99	\$ 4.748,43
8	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.072,98	\$ 153,28
9	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 2.058,75	\$ 294,11
10	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 104.242,24

Elaboración: El autor

Anexo 57

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Pintura interior Satinada	Galón	1040	\$ 19,79	\$ 20.579,44
2	Pintura exterior cóndor	Galón	1040	\$ 29,42	\$ 30.599,00
3	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 35.050,31	\$ 5.007,19
4	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.795,13	\$ 1.256,45
5	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.855,36	\$ 979,34
6	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 33.238,99	\$ 4.748,43
7	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.072,98	\$ 153,28
8	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 2.058,75	\$ 294,11
9	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 63.704,73

Elaboración: El autor

Anexo 58

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Arena	m3	75	\$ 24,48	\$ 1.835,64
2	Cemento	Funda	275	\$ 8,11	\$ 2.230,09
3	Aditec Empaste Exterior	Funda	312,00	\$ 28,53	\$ 8.901,31
4	Resina	Bote	312	\$ 12,04	\$ 3.756,45
5	Hierro	Varilla	520	\$ 15,22	\$ 7.916,98
6	Ladrillo	Unidad	99840	\$ 0,21	\$ 21.425,17
7	Mano de obra directa	Costo	7	\$ 35.050,31	\$ 5.007,19
8	Mano de obra indirecta	Costo	7	\$ 8.795,13	\$ 1.256,45
9	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 6.855,36	\$ 979,34
10	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 33.238,99	\$ 4.748,43
11	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 1.072,98	\$ 153,28
12	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 2.058,75	\$ 294,11
13	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 58.591,93

Elaboración: El autor

Anexo 59

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Canaletas	Unidad	4160	\$ 1,65	\$ 6.859,81
2	adaptador redondo o plano	Unidad	4160	\$ 0,90	\$ 3.758,80
3	Boquillas	Unidad	4160	\$ 0,88	\$ 3.664,83
4	Breaker	Unidad	4160	\$ 4,83	\$ 20.109,59
5	Cables	Unidad	42	\$ 46,12	\$ 1.936,84
6	Interruptor	Unidad	4160	\$ 2,81	\$ 11.699,27
7	Enchufes	Unidad	4160	\$ 1,86	\$ 7.752,53
8	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 35.050,31	\$ 5.007,19
9	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.795,13	\$ 1.256,45
10	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.855,36	\$ 979,34
11	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 33.238,99	\$ 4.748,43
12	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.072,98	\$ 153,28
13	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 2.058,75	\$ 294,11
14	Otros Gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 68.307,97

Anexo 60

PRESUPUESTO PARA SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN PLOMERÍA					
Ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
1	Manguera de abasto	Unidad	2080	\$ 4,12	\$ 8.574,77
2	Rejillas	Unidad	2080	\$ 2,03	\$ 4.228,65
3	Tubos PVC	Unidad	347	\$ 25,48	\$ 8.841,68
4	Uniones	Unidad	2080	\$ 1,02	\$ 2.114,33
5	Codos	Unidad	2080	\$ 1,58	\$ 3.288,95
6	Mano de Obra Directa	Costo	7	\$ 35.050,31	\$ 5.007,19
7	Mano de Obra Indirecta	Costo	7	\$ 8.795,13	\$ 1.256,45
8	Costos de Producción o Fabricación	Costo	7	\$ 6.855,36	\$ 979,34
9	Gastos Administrativos	Costo	7	\$ 33.238,99	\$ 4.748,43
10	Gastos de Ventas	Costo	7	\$ 1.072,98	\$ 153,28
11	Gastos Financieros	Costo	7	\$ 2.058,75	\$ 294,11
12	Otros gastos	Costo	7	\$ 612,50	\$ 87,50
Total					\$ 39.574,66

Elaboración: El autor

Anexo 61

OFERTANTES DE SERVICIO IGUAL O PARECIDO AL DE UNA REFORMA DE CONSTRUCCIÓN

RAZON SOCIAL	CLASE CONTRIBUYENTE	TIPO CONTRIBUYENTE	NOMBRE COMERCIAL	CALLE	INTERSECCION	DESCRIPCION CANTON	DESCRIPCION PARROQUIA	ACTIVIDAD ECONOMICA
SANCHEZ VELASTEGUI LUIS ALBERTO	OTROS	PERSONAS NATURALES	C&S GYPSUM	ROMERILLOS		LOJA	EL SAGRARIO	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
GALLEGOS GONZALEZ JOSE GREGORIO	OTROS	PERSONAS NATURALES		MIGUEL ANGEL		LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
JIMENEZ DAVILA PACO WILSON	OTROS	PERSONAS NATURALES		BUCAREST		LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
QUILCA ALFONSO	RISE	PERSONAS NATURALES		ADOLFO VALAREZO	FRANCISCO DE ASIS	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
PINZON JIMENEZ BOLIVAR MATEO	OTROS	PERSONAS NATURALES		JUAN BAUTITSA	JACOB	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
PACCHA UCHUARI FANNY DE JESUS	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS,

								ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
VELEZ CUENCA MANUEL JOSE	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
VELEZ CUENCA MANUEL JOSE	OTROS	PERSONAS NATURALES	EMPASTE Y DECORACION			LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL
MEDINA TACURI JOSE IVAN	OTROS	PERSONAS NATURALES		GUAGRAHUMA	LIMONCILLOS	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
AUQUILLA GALAN JORGE RAMIRO	OTROS	PERSONAS NATURALES	ARMONIAS & CONTRASTES	SANTA MARIANA DE JESUS		LOJA	EL SAGRARIO	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
AUQUILLA GALAN JORGE RAMIRO	OTROS	PERSONAS NATURALES	ARMONIAS & CONTRASTES	SANTA MARIANA DE JESUS		LOJA	EL SAGRARIO	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

MOROCHO PINTA VICTOR MAURICIO	OTROS	PERSONAS NATURALES	MADEMARMO L	NICOLAS GARCIA	ENTRE AZUAY Y MIGUEL RIOFRIO	LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
SANCHEZ LOZANO EDUARDO MARCELO	OTROS	PERSONAS NATURALES		FAIQUES	CEIBOS	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
BURI BAUTISTA MIGUEL	RISE	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
HURTADO ARMIJOS EMERITO VINICIO	OTROS	PERSONAS NATURALES		AV. SANTA MARIANA DE JESUS		LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
RODAS GONZALEZ GONZALO	OTROS	PERSONAS NATURALES		AVENIDA CHUQUIRIBA MBA		LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS,

								ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
UYAGUARI PACCHA VICTOR MODESTO	OTROS	PERSONAS NATURALES	REVI PLAST	BENJAMIN PEREIRA GAMBA	MARIA DE LEIVA	LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
MAZA MAZA JUAN JOSE	OTROS	PERSONAS NATURALES	MAZART CARPINTERIA Y EBANISTERIA	BOLIVAR	MIGUEL RIOFRIO	LOJA	EL SAGRARIO	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
LEON MEJIA BYRON JAVIT	RISE	PERSONAS NATURALES		GUADALAJARA	JALISCO	LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA

								PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
LEON MEJIA BYRON JAVIT	RISE	PERSONAS NATURALES		RAMON PINTO	10 DE AGOSTO	LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
LEON MEJIA BYRON JAVIT	RISE	PERSONAS NATURALES	CERA PARA PISOS LA MAGICA	PUEBLA		LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS,

								INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
QUEZADA FLORES SHIRLEY IBANOVVA	OTROS	PERSONAS NATURALES	CREARTE JOCABED	BERNARDO VALDIVIESO	MERCADILLO	LOJA	SAN SEBASTIAN	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
QUEZADA FLORES SHIRLEY IBANOVVA	OTROS	PERSONAS NATURALES	EXEL PISOS	BOLIVAR	MERCADILLO	LOJA	SAN SEBASTIAN	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
SISDECO RAMOS & COMPAÑIA	OTROS	SOCIEDADES	SISTEMAS DECORATIVOS CONSTRULIVOS R & CIA.	IBARRA	AMBATO Y GRAN COLOMBIA	LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS,

								ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
PUCHAICELA CUENCA JOSE COSME	OTROS	PERSONAS NATURALES	PIMASA	AZUAY	LAURO GUERRERO Y RAMON PINTO	LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
GUAMAN GUAMBAÑA SEGUNDO MANUEL	OTROS	PERSONAS NATURALES		BOLIVAR BAILON	DOMINGO YAGURTO	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
CARRILLO CUENCA JOSE VICENTE	OTROS	PERSONAS NATURALES		AV. BENJAMIN CARRION	ANTONIO NEUMANE	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
CARRILLO CUENCA JOSE VICENTE	OTROS	PERSONAS NATURALES		AV. BENJAMIN CARRION	ANTONIO NEUMANE	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

FARINANGO MOLINA CARLOS ERNESTO	OTROS	PERSONAS NATURALES		AV. SALVADOR BUSTAMANTE CELI	CHONE	LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
YUNGAN MENDOZA CARLOS RODRIGO	OTROS	PERSONAS NATURALES	HOUSE DEKOR ASESORIA & DECORACION	ASUNCION	MONTEVIDEO	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
LEON GRANDA WILSON RAFAEL	OTROS	PERSONAS NATURALES		QUITUMBE	MANUEL ESPINOZA	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
PACCHA BENITEZ EDGAR LEONIDAS	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
VIZHCO MOCHA CLEVER NICANOR	OTROS	PERSONAS NATURALES	DEKORA CONSTRUCCI ONES	AV. ISIDRO AYORA		LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
PACCHA BENITEZ JIMMY COSMAN	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

COLORMAX CONSTRUCCIONES Y ACABADOS CIA. LTDA.	OTROS	SOCIEDADES	COLORMAX CONSTRUCCIONES	IMBABURA	BERNARDO VALDIVIESO	LOJA	EL SAGRARIO	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
RIVERA BAO VICENTE RODRIGO	OTROS	PERSONAS NATURALES	DICONS: DISEÑO Y CONSTRUCCIONES	VICENTE DELGADO	AV. 8 DE DICIEMBRE	LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
GUAMAN GUAMBAÑA LUIS ALFREDO	OTROS	PERSONAS NATURALES		FRANCISCO ARIAS	GASPAR DE VILLAROEL	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
LOPEZ QUITUIZACA GALO VINICIO	OTROS	PERSONAS NATURALES		PARIS		LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.

GUAMAN GUAMBAÑA FLORENTINO	OTROS	PERSONAS NATURALES		FRANCISCO ARIAS	GASPAR DE VILLARROEL	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
MOROCHO LUIS VICENTE	OTROS	PERSONAS NATURALES		SANTA MARIANA DE JESUS		LOJA	EL SAGRARIO	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
RODRIGUEZ LUDEÑA JOSE ANTONIO	RISE	PERSONAS NATURALES	PUBLICIDAD ARTE LOJA	SUCRE	CELICA	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
GRANDA TAIZHA SILVIO RENE	RISE	PERSONAS NATURALES		AV. CHUQUIRIBA MBA	PIO MONTUFAR	LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
SALCEDO BRAVO WILMER ADALID	OTROS	PERSONAS NATURALES		AV. KIGMAN	GOBERNCION DE MAINAS	LOJA	SAN SEBASTIAN	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y

								OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
BENITEZ UCHUARI LINDER EDUARDO	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
GONZALEZ ZUMBA AMPARO VICTORIA	OTROS	PERSONAS NATURALES		BENITO JUAREZ	MIGUEL HIDALGO	LOJA	LOJA	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
GRANDA FAICAN LUIS ALBERTO	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS,

								INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
VELIZ GOMEZ LUIS GONZALO	RISE	PERSONAS NATURALES				LOJA	TAQUIL (MIGUEL RIOFRIO)	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
BERMEO JIMENEZ RUBEN EDUARDO	RISE	PERSONAS NATURALES		PARIS		LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
RAMOS CAÑAR RODRIGO VICTORIANO	OTROS	PERSONAS NATURALES	S & G CONSTRUCCI ONES	AV. MANUEL CARRION PINZANO	MANUEL PALACIOS	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

ESTRUCTURAS ECOLOGICAS ECOESTRUCTURAS CIA LTDA	OTROS	SOCIEDADES	ECOESTRUCTURAS CIA LTDA	24 DE MAYO	SEGUNDO CUEVA CELI	LOJA	EL SAGRARIO	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
PINEDA PINEDA CARLOTA	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
DALGO CADENA CARLOS ALBERTO	OTROS	PERSONAS NATURALES		AUCAS	PARAGUAY	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
JIMENEZ SOTO ANGEL FRANCISCO	OTROS	PERSONAS NATURALES		AV ZOILO RODRIGUEZ	GUACHANAMA	LOJA	EL SAGRARIO	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
SANCHEZ JARAMILLO CRISTIAN PASIFICO	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
JIMENEZ BETANCOURT GRACIANO	RISE	PERSONAS NATURALES		BULGARIA	KUWAIT	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

ROSAS MORALES GONZALO DAVID	RISE	PERSONAS NATURALES		MEXICO	CURAZAO	LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
CAMPOVERDE VARGAS LUIS GABRIEL	RISE	PERSONAS NATURALES		SN		LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
CAMACHO CALVA VICENTE CARLOS	OTROS	PERSONAS NATURALES		AV. BENJAMIN CARRION	JORGE GAITAN	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
CUASQUER MARTINEZ JOSE ELIAS	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
SINCHIRE UCHUARI FELIX DAVID	OTROS	PERSONAS NATURALES	LOJA GYPSUM			LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
MACAS MEDINA LUIS ALBERTO	RISE	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS,

								ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
SOLANO CHAMBA LUIS ALBERTO	OTROS	PERSONAS NATURALES	DECORACIONES DE INTERIORES Y TERMINADOS	SOZORANGA	EDUARDO KIGMAN	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
MACAS TENE ANGEL WILSON	RISE	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
MUÑOZ GUZMAN ROBER ANTONIO	OTROS	PERSONAS NATURALES		NICOLAS GARCIA	AZUAY	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
CUENCA LOARTE EDGAR MEDARDO	RISE	PERSONAS NATURALES		BUCAREST	MOSCU	LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.

CHUQUIMARCA A BETANCOURT FREDDY FABIAN	OTROS	PERSONAS NATURALES	MULTISERVIS CONSTRUCCI ONES	CORAZON	ANTISANA	LOJA	EL SAGRARIO	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
MINGA GOMEZ JORGE ANTONIO	RISE	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
MENDOZA INFANTE WALTER RAMIRO	OTROS	PERSONAS NATURALES		JAMAICA	UNGRIA	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
GUAMAN GUANCA LUIS ALBERTO	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

ZHONDO ZARUMA ANGEL EDUARDO	RISE	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
GUACHISACA SALINAS MANUEL AGUSTIN	OTROS	PERSONAS NATURALES		PARIS	BRUSELAS	LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
GUELEDEL OGOÑO PEDRO MANUEL	RISE	PERSONAS NATURALES		AV. 8 DE DICIEMBRE	CHANTACO	LOJA	VALLE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
MASABANDA CHAQUINGA FRANKLIN GIOVANNY	OTROS	PERSONAS NATURALES		AV UNIVERSITARI A	CARIAMANGA	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

SILVA ALVAREZ EDINSON SERAFIN	RISE	PERSONAS NATURALES		PRAGA	PARIS	LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
DUARTE ORTIZ MANUEL RICARDO	OTROS	PERSONAS NATURALES		GUAGRAHUMA	LIMONSILLOS	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
OCAMPO RAMIREZ GALO ESTANISLAO	RISE	PERSONAS NATURALES		IQUITUS	ROSARIO Y ASUNCION	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
LAVANDA CUENCA GONZALO FABIAN	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
CORDOVA ORELLANA MARIO GEOVANY	OTROS	PERSONAS NATURALES		MAURICE RAVEL	JUAN PIO MONTUFAR	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
CORDOVA ORELLANA MARIO GEOVANY	OTROS	PERSONAS NATURALES		MAURICE RAVEL	JUAN PIO MONTUFAR	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
YAGUANA MOROCHO CARLOS DARWIN	RISE	PERSONAS NATURALES		EUGENIO ESPEJO	POLONIA	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
RIVERA GRANDA JOSE LUIS	RISE	PERSONAS NATURALES		VILLONACO	VICENTE ORANTE	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

TERAN SANMARTIN MARCO ANTONIO	OTROS	PERSONAS NATURALES		AMERICO VESPUCIO		LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
MAZA VALLADARES EDDY ANIBAL	RISE	PERSONAS NATURALES		GUADALAJAR A		LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
BARVA DORA CUMANDA	RISE	PERSONAS NATURALES		TUCUMAN		LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
MUÑOZ QUIROGA LUIS ALFREDO	RISE	PERSONAS NATURALES		AZTECAS		LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
CAJAMARCA GUALAQUIZA FRANKLIN GUSTAVO	OTROS	PERSONAS NATURALES	MARMOL Y GRANITO "PIEDRA NATURAL"	JOSE ANTONIO EGUIGUREN	RAMON PINTO	LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS,

								ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
MARISACA CHAMBA DANIEL RIGOBERTO	OTROS	PERSONAS NATURALES	PINTU DEKOR	18 DE NOVIEMBRE	LOURDES	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
ORDOÑEZ BAUTISTA JONATHAN MAURICIO	RISE	PERSONAS NATURALES		NICOLASA JURADO	AV LOS PALTAS	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
PASACA MOROCHO RICARDO IVAN	OTROS	PERSONAS NATURALES		URUGUAY	NICARAGUA	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
QUEZADA MEDINA WILMER ALEJANDRO	RISE	PERSONAS NATURALES		LEOPOLDO PALACIOS	JUAN JOSE PEÑA	LOJA	SAN SEBASTIAN	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
CARDOZO LUTO MAURICIO EMANUEL	RISE	PERSONAS NATURALES				LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

AGUINSACA AGUINSACA DARWIN TEOBALDO	OTROS	PERSONAS NATURALES				LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
TOABANDA NARANJO ANGEL BLADIMIR	RISE	PERSONAS NATURALES		ALAMOS	CIPRES	LOJA	SAN SEBASTIAN	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
PAUCAR ESTRADA PAUL GONZALO	OTROS	PERSONAS NATURALES	NOVA GYPSUM	IRLANDA	DINAMARCA	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
CARREÑO TORRES JOSE AMADO	OTROS	PERSONAS NATURALES		AV CHUQUIRIBA MBA		LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.

ORTEGA NEIRA SEGUNDO RICARDO	RISE	PERSONAS NATURALES		STA MARIA JOSEFA	ESCALINATAS	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
SALINAS PLAZA DAVID FERNANDO	RISE	PERSONAS NATURALES		AV. DE INTEGRACION		LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
ORTIZ SALAZAR MANUEL DARIO	RISE	PERSONAS NATURALES		ROMERILLO	CASCARILLAS	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
YANZA PUGA ANGEL EDUARDO	OTROS	PERSONAS NATURALES		AV EUGENIO ESPEJO	PARAGUAY	LOJA	SAN SEBASTIAN	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
MORA PASACA OMAR DITO	RISE	PERSONAS NATURALES		URUGUAY	NICARAGUA	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
QUICHIMBO BENITEZ ANGEL HUMERCINDO	RISE	PERSONAS NATURALES				LOJA	TAQUIL (MIGUEL RIOFRIO)	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

NIVELLO LOJA VICTOR HUGO	RISE	PERSONAS NATURALES		AV PABLO PALACIOS		LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
CABRERA MEDINA ROSARIO MARLENE	OTROS	PERSONAS NATURALES		BENJAMIN CARRION	DOMINGO SARMIENTO	LOJA	SUCRE	INSTALACIÓN DE CERÁMICAS BALDOSAS, LOSAS Y LOSETAS DE CERÁMICA, HORMIGÓN O PIEDRA TALLADA PARA PAREDES Y PISOS, ACCESORIOS DE CERÁMICA PARA COCINAS, PARQUÉ Y OTROS REVESTIMIENTOS DE MADERA PARA PISOS, ALFOMBRAS Y CUBRIMIENTOS DE LINÓLEO PARA PISOS, INCLUIDOS LOS DE CAUCHO O PLÁSTICO.
CAMACHO CALVA LUIS EMILIO	OTROS	PERSONAS NATURALES	ALBAPLAC DECORACIÓN	BENAJMIN CARRION	FRANCISCO MORTAZA	LOJA	SUCRE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
GUAMAN PULLAGUARI NELSON RAMIRO	RISE	PERSONAS NATURALES		SN	SN	LOJA	VALLE	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.
PETRAS BERGHAMMER COREY JAY	RISE	PERSONAS NATURALES		BERLIN	PARIS	LOJA	EL SAGRARIO	PINTURA INTERIOR O EXTERIOR DE EDIFICIOS. INCLUYE PINTURA DE OBRAS DE INGENIERÍA CIVIL.

Fuente: SRI
Elaboración: El Autor

Índice

Índice

PORTADA	I
CERTIFICACIÓN.....	II
AUTORÍA	III
CARTA DE AUTORIZACIÓN DE TESIS	IV
DEDICATORIA.....	V
AGRADECIMIENTO	VI
A. TÍTULO	1
B. RESUMEN.....	2
C. INTRODUCCIÓN	8
D. REVISIÓN DE LITERATURA	11
1. MARCO REFERENCIAL	11
1.1. <i>Historia de la construcción</i>	11
1.1.2. <i>Reseña histórica de la construcción en el Ecuador</i>	14
1.2. <i>Reforma</i>	16
1.2.1. <i>Tipos de reformas</i>	16
1.3. <i>Construcciones</i>	16
1.3.1. <i>Tipos de construcciones</i>	17
1.4. <i>Reforma de construcción</i>	18
1.4.1. <i>Características del servicio</i>	20
2. MARCO CONCEPTUAL	22
2.1. <i>Administración de empresas</i>	22
2.2. <i>Empresa</i>	23
2.3. <i>Proyecto</i>	23
3. ESTUDIO DE MERCADO	23
3.1. <i>Mercado</i>	23
3.2. <i>Segmentación de mercado</i>	24
3.3. <i>Análisis de la demanda</i>	24
3.4. <i>Demanda</i>	25
3.4.1. <i>Demanda Potencial</i>	25
3.4.2. <i>Demanda Real</i>	26

3.4.3.	Demanda Efectiva	26
3.4.4.	Demanda Insatisfecha	26
3.5.	Oferta	26
3.6.	Plan de comercialización	26
3.6.1.	Producto	26
3.6.1.1.	Producto principal	27
3.6.1.2.	Producto sustituto	27
3.6.1.3.	<i>Producto complementario</i>	28
3.6.2.	Precio	28
3.6.3.	Promoción	29
3.6.4.	Plaza	29
4.	ESTUDIO TÉCNICO	30
4.1.	Capacidad Instalada	30
4.2.	Capacidad Utilizada	30
4.3.	Tamaño del proyecto	31
4.4.	Localización del proyecto	31
4.4.1.	Micro localización	32
4.4.2.	Macro localización	32
4.5.	Factores de localización	32
4.6.	Ingeniería de proyectos	32
4.6.1.	Procesos de producción	33
4.7.	Componente tecnológico	33
4.8.	Infraestructura	33
4.9.	Distribución de la planta	34
4.11.	<i>Estructura organizativa empresarial</i>	35
4.11.1.	Estructura organizacional	35
4.11.2.	Base Legal	35
4.11.3.	Estructura empresarial	37
4.11.4.	Niveles jerárquicos de autoridad	37
4.12.	Organigrama	38
4.12.1.	Organigrama estructural	39
4.12.2.	Organigrama funciona	39
4.12.3.	Organigrama posicional	39
4.13.	Manuales	40
5.	Estudio Financiero	40
5.1.	Inversiones	41
5.1.1.	Las inversiones se clasifican en tres categorías:	41
5.2.1.	Financiamiento	42
5.2.2.	Fuentes y usos de fondos	42
5.2.3.	Análisis de costos	43

5.2.3.1.	Costos de producción fabricación	43
5.2.4.	Establecimiento de precio.....	44
5.2.4.1.	Método rígido.....	45
5.2.4.2.	Método flexible	45
5.2.5.	Clasificación de costos	45
5.3.	Presupuesto proyectado	46
5.4.	Estado de pérdida y ganancia	46
6.	Evaluación financiera	46
6.2.	Valor actual neto.....	47
Criterios de decisión del VAN:	47	
Procedimiento:	48	
La fórmula para calcular el van es la siguiente:	48	
6.3.	<i>Tasa interna de retorno</i>	48
Criterio de decisión de la TIR	49	
Procedimiento de la TIR.....	49	
La formulación para calcular la TIR	49	
6.4.	<i>Periodo de recuperación de capital</i>	50
Procedimiento del PRC	50	
La fórmula para calcular el PRC.....	50	
6.5.	<i>Relación beneficio costos (R.B.C)</i>	50
Criterio de evaluación del RBC.....	51	
Procedimiento	51	
Fórmula para calcular la RBC	51	
6.6.	<i>Análisis de sensibilidad</i>	51
E.	MATERIALES Y MÉTODOS	52
1.	MATERIALES.....	52
2.	MÉTODOS	52
3.	TÉCNICAS	53
F.	RESULTADOS.....	59
ENCUESTA REALIZADA A LOS DUEÑOS DE LAS VIVIENDAS DE LA CIUDAD DE LOJA.....	59	
G.	DISCUSIÓN	104
1.	ESTUDIO DE MERCADO	104
ANÁLISIS DE LA DEMANDA	104	
DEMANDA EFECTIVA SEGÚN EL TIPO DE SERVICIO	106	
DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS SEGÚN EL TIPO DE SERVICIO.....	109	
ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	112	

OFERTA PROYECTADA.....	112
OFERTA SEGÚN EL TIPO DE SERVICIO	113
OFERTA EN METROS CUADRADOS SEGÚN EL TIPO DE SERVICIO	115
DEMANDA INSATISFECHA.....	118
COMERCIALIZACION DEL PRODUCTO	123
2. ESTUDIO TÉCNICO	128
CAPACIDAD INSTALADA DE LA PLANTA	128
CAPACIDAD UTILIZADA	129
LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	130
FACTOR DE LOCALIZACIÓN	131
INFRAESTRUCTURA FÍSICA	133
PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.....	135
FLUJOGRAMA DE PROCESOS	137
COMPONENTE TECNOLÓGICO	139
3. ESTUDIO ADMINISTRATIVO	146
BASE LEGAL DE LA EMPRESA	146
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	151
MANUALES DE FUNCIONES	155
4. ESTUDIO FINANCIERO	162
INVERSIONES	162
ACTIVOS FIJOS.....	162
ACTIVOS DIFERIDOS.....	163
ACTIVOS CIRCULANTES O CAPITAL DE TRABAJO.....	163
RESUMEN DE LA INVERSIÓN TOTAL	164
FINANCIAMIENTO.....	164
PRESUPUESTOS.....	165
COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN.....	166
CLASIFICACIÓN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES	173
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	174
PUNTO DE EQUILIBRIO	175
FLUJO DE CAJA	180
VALOR ACTUAL NETO	180
TASA INTERNA DE RETORNO	181
PERDIDO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	182
RELACIÓN BENÉFICO / COSTOS.....	183
ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	184

H.	CONCLUSIONES	191
I.	RECOMENDACIONES	192
J.	BIBLIOGRAFIA	193
K.	ANEXOS	196
	ÍNDICE.....	265

INDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1: RESUMEN PROYECCIÓN DE LAS VIVIENDAS	56
CUADRO N° 2: ESTRATIFICACIÓN DE LA MUESTRA.	57
CUADRO N° 3: OFERTANTES EN LA CIUDAD DE LOJA.....	58
CUADRO N° 4: DUEÑOS DE LA VIVIENDA	59
CUADRO N° 5: TIPO DE CONSTRUCCIÓN DE LA VIVIENDA	60
CUADRO N° 6: REALIZADO ALGÚN TIPO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN	61
CUADRO N° 7: TIPOS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN	62
CUADRO N° 8: INSTALACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE REFORMA.....	63
CUADRO N° 9: TIPOS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN	64
CUADRO N° 10: CANTIDAD DE METROS CUADRADOS QUE ADQUIERE	65
CUADRO N° 11: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES	65
CUADRO N° 12: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	67
CUADRO N° 13: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO.....	68
CUADRO N° 14: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA	69
CUADRO N° 15: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADAS.....	70
CUADRO N° 16: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO	71
CUADRO N° 17: PROMEDIO DE METROS DE PLOMERÍA.....	72
CUADRO N° 18: PAGO POR EL METRO CUADRADO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN.....	73
CUADRO N° 19: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES.....	73
CUADRO N° 20: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS.....	75
CUADRO N° 21: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHOS.....	76
CUADRO N° 22: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA.....	77
CUADRO N° 23: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA.....	78
CUADRO N° 24: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE ELÉCTRICO	79
CUADRO N° 25: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PLOMERÍA.....	80
CUADRO N° 26: QUE SE TOMA EN CUENTA AL CONTRATAR EL SERVICIO	81
CUADRO N° 27: MEDIO DE RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE LA NUEVA EMPRESA	82
CUADRO N° 28: REALIZA REFORMAS DE CONSTRUCCIÓN.....	83
CUADRO N° 29: TIPOS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN	84
CUADRO N° 30: CANTIDAD DE METROS CUADRADOS QUE ADQUIERE	85
CUADRO N° 31: PROMEDIO DE METROS DE PAREDES.....	85
CUADRO N° 32: PROMEDIO DE METROS DE PISOS	87
CUADRO N° 33: PROMEDIO DE METROS DE TECHO.....	88
CUADRO N° 34: PROMEDIO DE METROS DE PINTURA.....	89
CUADRO N° 35: PROMEDIO DE METROS DE FACHADAS.....	90

CUADRO N° 36: PROMEDIO DE METROS DE ELÉCTRICO.....	91
CUADRO N° 37: PROMEDIO DE METROS DE PLOMERÍA.....	92
CUADRO N° 38: COSTO POR EL METRO CUADRADO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN	93
CUADRO N° 39: PROMEDIO DE COSTO DE PAREDES	93
CUADRO N° 40: PROMEDIO DE COSTO DE PISOS.....	95
CUADRO N° 41: PROMEDIO DE COSTO DE TECHOS.....	96
CUADRO N° 42: PROMEDIO DE COSTO DE PINTURA	97
CUADRO N° 43: PROMEDIO DE COSTO DE FACHADA	98
CUADRO N° 44: PROMEDIO DE COSTO DE ELÉCTRICO	99
CUADRO N° 45: PROMEDIO DE COSTO DE PLOMERÍA	100
CUADRO N° 46: OFRECIMIENTO DEL SERVICIO	101
CUADRO N° 47: CLASE DE PROMOCIONES	102
CUADRO N° 48: MEDIO O MEDIOS DE PUBLICIDAD.....	103
CUADRO N° 49: DEMANDA POTENCIAL.....	104
CUADRO N° 50: DEMANDA REAL.....	105
CUADRO N° 51: DEMANDA EFECTIVA.....	106
CUADRO N° 52: DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES	106
CUADRO N° 53: DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS.....	107
CUADRO N° 54: DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHOS.....	107
CUADRO N° 55: DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA.....	107
CUADRO N° 56: DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA.....	108
CUADRO N° 57: DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO	108
CUADRO N° 55: DEMANDA EFECTIVA DEL SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PLOMERÍA	108
CUADRO N° 59: DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PAREDES	109
CUADRO N° 60: DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PISOS.....	110
CUADRO N° 61: DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS TECHOS	110
CUADRO N° 62: DEMANDA EN METROS CUADRADOS PINTURA.....	110
CUADRO N° 63: DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS FACHADA.....	111
CUADRO N° 64: DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS ELÉCTRICO	111
CUADRO N° 65: DEMANDA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS DE PLOMERÍA	111
CUADRO N° 66: OFERTA	112
CUADRO N° 67: PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	112
CUADRO N° 68: OFERTA INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES	113
CUADRO N° 69: OFERTA INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	113
CUADRO N° 70: OFERTA INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHOS.....	114
CUADRO N° 71: OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN PINTURA	114
CUADRO N° 72: OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN FACHADA	114

CUADRO N° 73: OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO	115
CUADRO N° 74: OFERTA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN PLOMERÍA	115
CUADRO N° 75: OFERTA EN METROS CUADRADOS DE PAREDES	116
CUADRO N° 76: OFERTA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS PISOS	116
CUADRO N° 77: OFERTA EFECTIVA EN METROS CUADRADOS TECHOS.....	116
CUADRO N° 78: OFERTA EN METROS CUADRADOS PINTURA.....	117
CUADRO N° 79: OFERTA EN METROS CUADRADOS FACHADA.....	117
CUADRO N° 80: OFERTA EN METROS CUADRADOS ELÉCTRICO	117
CUADRO N° 81: OFERTA EN METROS CUADRADOS PLOMERÍA	118
CUADRO N° 82: DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES	119
CUADRO N° 83: DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	119
CUADRO N° 84: DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO.....	120
CUADRO N° 85: DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA.....	120
CUADRO N° 86: DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA.....	121
CUADRO N° 87: DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO	121
CUADRO N° 88: DEMANDA INSATISFECHA DE SERVICIO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PLOMERÍA.....	122
CUADRO N° 89: DEMANDA INSATISFECHA EN METROS CUADRADOS DE TODO LO SERVICIO	122
CUADRO N° 90: CAPACIDAD INSTALADA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN.....	129
CUADRO N° 91: CAPACIDAD UTILIZADA DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN	130
CUADRO N° 92: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE REFORMA DE CONSTRUCCIÓN.....	137
CUADRO N° 93: DIAGRAMA DE FLUJO DE PROCESOS PARA LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE REFORMA DE CONSTRUCCIÓN A TRAVÉS DE VÍA TELEFÓNICA.....	138
CUADRO N° 94: MANO DE OBRA DIRECTA	145
CUADRO N° 95: PERSONAL ADMINISTRATIVO	146
CUADRO N° 96: PRESUPUESTO ACTIVOS FIJOS	162
CUADRO N° 97: PRESUPUESTO ACTIVOS DIFERIDOS	163
CUADRO N° 98: PRESUPUESTO CAPITAL DE TRABAJO.....	163
CUADRO N° 99: RESUMEN DE INVERSIÓN.....	164
CUADRO N° 100: FINANCIAMIENTO	164
CUADRO N° 101: PRESUPUESTO GENERAL	165
CUADRO N° 102: COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN AÑO 1	166
CUADRO N° 103: COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN AÑO 2	167
CUADRO N° 104: COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN AÑO 3	167
CUADRO N° 105: COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN AÑO 4	167
CUADRO N° 106: COSTO UNITARIO DE PRODUCCIÓN AÑO 5	168
CUADRO N° 107: PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO AÑO 1	169

CUADRO N° 108: PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO AÑO 2	169
CUADRO N° 109: PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO AÑO 3	169
CUADRO N° 110: PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO AÑO 4	170
CUADRO N° 111: PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO AÑO 5	170
CUADRO N° 112: INGRESOS TOTALES AÑO 1	171
CUADRO N° 113: INGRESOS TOTALES AÑO 2	171
CUADRO N° 114: INGRESOS TOTALES AÑO 3	171
CUADRO N° 115: INGRESOS TOTALES AÑO 4	172
CUADRO N° 116: INGRESOS TOTALES AÑO 5	172
CUADRO N° 117: RESUMEN DE LOS INGRESOS TOTALES.....	172
<i>CUADRO N° 118: COSTOS FIJOS Y VARIABLES.....</i>	<i>173</i>
CUADRO N° 119: ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	175
<i>CUADRO N° 120: FLUJO DE CAJA.....</i>	<i>180</i>
<i>CUADRO N° 121: VALOR ACTUAL NETO.....</i>	<i>181</i>
<i>CUADRO N° 122: TASA INTERNA DE RETORNO</i>	<i>182</i>
<i>CUADRO N° 123: PERDIDO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL</i>	<i>183</i>
<i>CUADRO N° 124: RELACIÓN BENÉFICO / COSTOS.....</i>	<i>184</i>
CUADRO N° 125: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 48,00% EN LOS COSTOS	185
CUADRO N° 126: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 25,00% EN LOS INGRESOS	188

INDICE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1: DUEÑOS DE LAS VIVIENDAS.....	59
GRÁFICO N° 2: TIPO DE CONSTRUCCIÓN DE LA VIVIENDA.....	60
GRÁFICO N° 3: REALIZADO ALGÚN TIPO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN.....	61
GRÁFICO N° 4: TIPOS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN.....	62
GRÁFICO N° 5: INSTALACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE REFORMA.....	63
GRÁFICO N° 6: TIPOS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN.....	64
GRÁFICO N° 7: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES.....	66
GRÁFICO N° 8: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISO	67
GRÁFICO N° 9: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO.....	68
GRÁFICO N° 10: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA	69
GRÁFICO N° 11: PROMEDIO DE METROS DE FACHADA.....	70
GRÁFICO N° 12: PROMEDIO DE METROS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN ELÉCTRICO.....	71
GRÁFICO N° 13: PROMEDIO DE METROS DE PLOMERÍA	72
GRÁFICO N° 14: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PAREDES	74
GRÁFICO N° 15: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PISOS	75
GRÁFICO N° 16: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE TECHO	76
GRÁFICO N° 17: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PINTURA	77
GRÁFICO N° 18: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE FACHADA	78
GRÁFICO N° 19: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE ELÉCTRICO.....	79
GRÁFICO N° 20: PROMEDIO DE COSTO DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN DE PLOMERÍA	80
GRÁFICO N° 21: QUE SE TOMA EN CUENTA AL CONTRATAR EL SERVICIO	81
GRÁFICO N° 22: MEDIO DE RECIBIR INFORMACIÓN SOBRE LA NUEVA EMPRESA.....	82
GRÁFICO N° 23: REALIZA REFORMAS DE CONSTRUCCIÓN	83
GRÁFICO N° 24: TIPOS DE INNOVACIÓN O REMODELACIÓN.....	84
GRÁFICO N° 25: PROMEDIO DE METROS DE PAREDES	86
GRÁFICO N° 26: PROMEDIO DE METROS DE PISO	87
GRÁFICO N° 27: PROMEDIO DE METROS DE TECHO	88
GRÁFICO N° 28: PROMEDIO DE METROS DE PINTURA.....	89
GRÁFICO N° 29: PROMEDIO DE METROS DE FACHADA.....	90
GRÁFICO N° 30: PROMEDIO DE METROS DE ELÉCTRICO	91
GRÁFICO N° 31: PROMEDIO DE METROS DE PLOMERÍA	92
GRÁFICO N° 32: PROMEDIO DE COSTO DE PAREDES.....	94
GRÁFICO N° 33: PROMEDIO DE COSTO DE PISOS	95
GRÁFICO N° 34: PROMEDIO DE COSTO DE TECHO	96
GRÁFICO N° 35: PROMEDIO DE COSTO DE PINTURA	97

GRÁFICO N° 36: PROMEDIO DE COSTO DE FACHADA	98
GRÁFICO N° 37: PROMEDIO DE COSTO DE ELÉCTRICO.....	99
GRÁFICO N° 38: PROMEDIO DE COSTO DE PLOMERÍA	100
GRÁFICO N° 39: OFRECIMIENTO DEL SERVICIO	101
GRÁFICO N° 40: CLASE DE PROMOCIONES	102
GRÁFICO N° 41: MEDIO O MEDIOS DE PUBLICIDAD.....	103
GRÁFICO N° 42: LOGOTIPO DEL SERVICIO	125
GRÁFICO N° 43: CANAL DE DISTRIBUCIÓN	128
GRÁFICO N° 44: MACRO – LOCALIZACIÓN, MAPA POLÍTICO DE LA REGIÓN 7	132
GRÁFICO N° 45: MICRO – LOCALIZACIÓN.....	133
GRÁFICO N° 46: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA	134
GRÁFICO N° 47: HERRAMIENTAS DE MANO.....	139
GRÁFICO N° 48: HERRAMIENTAS DE PLOMERÍA.....	140
GRÁFICO N° 49: HERRAMIENTAS DE CORTE	140
GRÁFICO N° 50: KIT DE ELECTRICISTA	141
GRÁFICO N° 51: CORTADORA DE AZULEJO.....	141
GRÁFICO N° 52: BATIDOR DE MORTERO	142
GRÁFICO N° 53: REVOCADORA.....	142
GRÁFICO N° 54: COMPRESOR DE AIRE.....	143
GRÁFICO N° 55: ESCALERA MULTIFUNCIÓN.....	143
GRÁFICO N° 56: CARRETILLA	144
GRÁFICO N° 57: PISTOLA DE PINTAR	144
GRÁFICO N° 58: BROCHAS	145
GRÁFICO N° 59: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL REFORMAR B&O CIA. LTDA.	152
GRÁFICO N° 60: ORGANIGRAMA FUNCIONAL REFORMAR B&O CIA. LTDA.	153
GRÁFICO N° 61: ORGANIGRAMA DE POSICIÓN REFORMAR B&O CIA. LTDA.	154
GRÁFICO N° 62: PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN A LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA PARA EL AÑO 1...177	
GRÁFICO N° 63: PUNTO DE EQUILIBRIO EN FUNCIÓN A LAS VENTAS Y LA CAPACIDAD INSTALADA PARA EL AÑO 5...179	