



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES**

TÍTULO:

AUTOR (A):

Raúl Omar Rendón Puga

**Propuesta para la creación de una empresa relacionada con el
alquiler de maquinarias para el área de construcción.**

TUTOR:

Lcda. Zumba Córdova Margarita, Msc

Guayaquil, Ecuador

2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Raúl Omar Rendón Puga**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniera En Desarrollo De Negocios Bilingüe**

TUTOR (A)

REVISOR(ES)

DIRECTOR DE LA CARRERA

Guayaquil, a 25 del mes de Septiembre del año 2015



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Raúl Omar Rendón Puga

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “Propuesta para la creación de una empresa relacionada al alquiler de maquinarias para el área de construcción” previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Desarrollo de Negocios Bilingüe**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 25 del mes de Septiembre del año 2015

EL AUTOR (A)



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES**

AUTORIZACIÓN

Yo, Rendón Puga Raúl Omar

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “Propuesta para la Creación de una Empresa Relacionada con el Alquiler de Maquinarias para el Área de Construcción” cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 26 del mes de Septiembre del año 2015

EL AUTOR:

Rendón Puga Raúl Omar

AGRADECIMIENTO

A DIOS, por darme la fuerza mental y física para terminar la tesis.

A MIS PADRES, quien me ha dado la fuerza y las herramientas para estudiar y luchar por mis sueños. Este título va dedicado a ellos sobre todas las cosas, siempre confiando en mis capacidades y aptitudes, gracias totales.

A mi familia profesores en general por haberme siempre dado su fuerza y llenarme de conocimientos y apoyo incondicional.

A LA UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL, por dejarme ser parte de esta gran Institución, brindándome la más alta calidad con docentes capacitados, siempre dispuestos a brindarnos toda su experiencia y conocimientos.

A MI TUTOR, Ing. Margarita Zumba, por su paciencia, y gran conocimiento para ayudarme con los pasos correctos a seguir con el proyecto.

A MIS PROFESORES por haber compartido conmigo sus conocimientos y ayudarme a ser un profesional.

Agradecer a todos mis compañeros que directa o indirectamente fueron de gran ayuda para llegar a este momento.

Rendón Puga Raúl Omar

DEDICATORIA

A DIOS, porque ha estado conmigo en todo momento, cuidándome y dándome fortaleza y sobre todo mucha paciencia para continuar y terminar la carrera.

A MIS PADRES, ejemplos y motivación constante en mi vida, quienes ha estado en todo momento dándome consejos, brindándome toda su confianza en cada paso que he tomado. Su lucha incansable y perseverancia me han servido de ejemplo en la vida, gracias a ellos yo y mis hermanos somos personas de bien, por eso los amo y los respeto.

Raúl Omar Rendón Puga

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

PROFESOR TUTOR

PROFESOR DELEGADO



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE INGENIERIA DE EMPRENDEDORES**

CALIFICACIÓN

**Lcda. Margarita Zumba Msc.
PROFESOR TUTOR**

INDICE GENERAL

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN	23
1.1. Tema – Título.....	23
1.2 Justificación	23
1.3 Planteamiento o delimitación del Tema u Objeto de Estudio	24
1.4 Contextualización del tema u Objeto de Estudio.....	25
1.5 Objetivos de la investigación	26
1.5.1 Objetivo General.....	26
1.5.2 Objetivos específicos.....	26
1.6 Determinación del método de investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información	26
1.7 Planteamiento del Problema	28
1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto	28
1.8.1 Marco Referencial	28
1.8.2 Marco Teórico	30
Marco Conceptual	31
1.8.3 Marco Legal	33
1.8.4 Marco Lógico.....	34
1.9 Formulación de la Hipótesis y-o Preguntas de la Investigación de las Cuales se Establecerán los Objetivos.....	35
1.10 Cronograma	35
2.1 Análisis de la Oportunidad.....	37
2.1.1 Descripción de la idea de Negocios	37
2.1.2 Descripción de la idea de Producto o Servicio	39

2.1.2 Descripción de la idea de Producto o Servicio	40
2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa	40
2.3 Objetivos de la empresa	42
2.3.1 Objetivo General	42
2.3.2 Objetivos Específicos.....	42
2.4 Estructura Organizacional.....	43
2.4.1 Organigrama	43
2.4.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles	43
2.4.3 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones y Responsabilidades.....	44
3.1 <i>Entorno Jurídico de la EMPRESA</i>	47
3.1.1 <i>Generalidades (Tipo de Empresa)</i>	47
3.1.2 <i>Fundación de La Empresa</i>	48
3.1.3 <i>Capital Social, Acciones y Participaciones</i>	48
3.1.4 <i>Juntas Generales de Accionistas y/o Socios</i>	49
3.2 <i>Aspecto Laboral de la Empresa</i>	49
3.2.2 <i>Aspecto Laboral</i>	50
3.2.3 <i>Tipos de Contrato de Trabajo</i>	50
3.2.4 <i>Obligaciones del Empleador</i>	51
3.2.5 <i>Décimo Tercera y Decima Cuarta Remuneración</i>	51
<i>Décimo Tercero y Decima Cuarta Remuneración.</i>	52
3.2.6 <i>Fondo de Reserva y Vacaciones</i>	53
3.2.7 <i>Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo</i>	54
3.3 <i>Contratación Civil</i>	55
3.3.1 <i>Principios Básicos de la Contratación</i>	55

3.3.2 <i>Contratos de Prestación de Servicios</i>	55
3.3.3 <i>Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios</i>	55
3.3.4 <i>Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación</i>	56
3.3.5 <i>Generalidades de la Contratación Pública</i>	56
3.3.6 <i>Contratos de Confidencialidad</i>	56
3.4 <i>Políticas de Buen Gobierno Corporativo</i>	57
3.4.1 <i>Código de Ética</i>	57
3.5 <i>Propiedad Intelectual</i>	57
3.5.1 <i>Registro de la Marca</i>	57
3.5.2 <i>Derecho de Autor del Proyecto</i>	57
3.5.3 <i>Patente y-o Modelo de Utilidad</i>	57
3.6 <i>Seguros</i>	58
3.6.1 <i>Incendio</i>	58
3.6.2 <i>Robo</i>	58
3.6.3 <i>Fidelidad</i>	58
3.6.4 <i>Maquinarias y Equipos</i>	58
3.6.5 <i>Materias Primas y Mercadería</i>	58
3.7 <i>Presupuesto Constitución de la Empresa</i>	59
AUDITORIA DE MERCADO	62
4.1 PEST	62
4.2 <i>Atractividad de la Industria: Estadística de Ventas, Importaciones y Crecimiento de la Industria</i>	67
4.3 <i>Análisis de Ciclo de Vida de la Industria</i>	70
4.4. <i>Matriz BCG</i>	71

4.5Análisis de ciclo de vida del producto en el mercado	72
4.6 Análisis de las cinco fuerzas de Porter	73
4.7Análisis de la Oferta.....	75
4.7.1 Tipo de Competencia	75
4.7.2 Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial	76
4.7.3 Segmentación de Mercado	77
4.7.4 Características de los Competidores	78
4.7.5 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra- Estrategia de la empresa	78
4.8Análisis de la demanda	79
4.8.1 Criterio de segmentación.....	79
4.8.2 Selección de Segmentos.....	79
4.8.3 Perfiles de los segmentos	79
4.10 Investigación de Mercado.....	81
4.10.1 Método	81
4.10.2 Diseño de la Investigación	81
4.10.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos.	81
4.10.2.2 Tamaño de la Muestra.....	82
4.10.2.3 Técnica de Recogida y Análisis de datos	82
4.10.2.3.1 Exploratoria.....	82
4.10.2.3.2 Concluyente (Encuesta)	83
4.10.4.2 Análisis de Datos.....	84
2. ¿Las licitaciones con las que cuenta son: construcción de inmuebles (edificaciones) o construcción vial?	85
4.10.2.5 <i>Resumen e interpretación de resultado</i>	92

4.10.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado	92
4.10.4 <i>Recomendaciones de la Investigación de Mercado</i>	92
5. PLAN DE MARKETING	95
5.1. Objetivos: General y Específicos.....	95
Objetivo General.....	95
5.1.1 Mercado Meta	95
5.1.1.1 Tipos de Estrategia y Penetración	95
5.1.1.2 Cobertura.....	97
5.2 Posicionamiento.....	98
5.2.1 Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios	98
5.3 Marketing Mix	99
5.3.1 Estrategia de Producto o Servicio	99
5.3.1.1: Definición, Composición, Color, Tamaño , Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real , Producto Aumentado	99
5.3.1.2 Adaptación del producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje.....	102
5.3.1.4. Marcas y Submarcas	103
5.3.2. Estrategia de Precios	103
5.3.2.1. Precios de la Competencia	103
5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta	103
5.3.2.3. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo, (Kilo, Tonelada) Términos de Venta, Métodos de Pago.....	104
5.3.3 Estrategia de Plaza: Puntos de Venta.	105

5.3.3.1 Localización de Macro Y Micro	105
5.3.3.1.1. Distribución del Espacio.....	105
5.3.3.1.2. Merchandising	106
5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial	107
5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.....	107
5.3.3.2.2 Penetración de los Mercado Urbanos o Rurales	107
5.3.3.2.3 Logística	107
5.3.3.2.4. Red de Ventas.....	108
5.3.3.2.5 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-Venta y Post-Venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones.....	108
5.3.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCION.....	109
5.3.4.1 Estrategias Btl y Atl	109
5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria:	110
5.3.4.3 Promoción de Ventas.....	110
5.3.4.3.1 Venta Personal.....	110
5.3.4.3.2 Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.	111
5.3.4.3.3 Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencias a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o de Bajo Precio, Cupones o Vales de Descuentos, Concursos, Premios, Muestra, Degustaciones, Regalos, otras.	111
5.3.4.4 Publicidad.....	111
5.3.4.4.1 Estrategia de Lanzamiento	111
5.3.4.4.3 Mindshare	112

5.3.4.4.4 Relaciones Públicas	112
5.3.4.4.5 Marketing Relacional.....	112
5.3.4.4.6.1 Estrategias de E-Commerce, E-Business y E-Marketing.....	113
5.3.4.4.6.2 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	114
5.3.4.4.6.3 Diseño e Implementación de la Pagina Web	114
5.3.4.4.7 Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales	115
5.3.4.4.7.1 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.....	115
5.3.4.4.7.2 Diseño e Implementación de Fan Page, en Redes Sociales.....	115
5.3.4.4.7.3 Marketing Social	115
5.3.4.5 Ámbito Internacional	116
5.3.4.5.1 Estrategia de Distribución Internacional (solo aplica en casos de exportación).....	116
5.3.4.5.2 Estrategias de Precio Internacional.....	116
5.3.5 Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña a Utilizar)	116
6.-Plan Operativo	119
6.1 Producción.....	119
6.1.1 Proceso Productivo	119
6.1.2 Infraestructura Obra Civil. Maquinarias y Equipos	120
6.1.3 Mano de Obra	121
6.1.4 Capacidad Instalada.....	121
6.1.1 Flujogramas de Procesos.....	121
6.1.2 <i>Presupuesto</i>	122
6.2 Gestión de Calidad	123
6.2.1 Procesos de Gestión de Calidad.....	123

6.2.2 Beneficios de las Acciones Proactivas	124
6.2.4 Procesos de Control de Calidad	124
6.2.5 Certificaciones y Licencias	125
6.2.6 Presupuesto	125
6.3. GESTION AMBIENTAL	125
6.3.1 Procesos de Planeación Ambiental	125
6.3.2 Beneficios de las Acciones Proactivas	125
6.3.3 Políticas de Protección Ambiental	126
6.3.4 Procesos de control de calidad.....	127
6.3.5 Logística Verde	127
6.3.6 Certificaciones y Licencias	127
6.3.7 Presupuesto	128
6.4.1 Procesos de Planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social	128
6.4.2 Beneficios de las Acciones Proactivas de la Empresa.....	128
6.4.3 Políticas de Protección Social.....	128
6.4.4 Certificaciones y Licencias	129
6.4.5 Presupuesto	129
6.5 Balance ScoreCard y Mapa Estratégico	129
7. Estudio Económico-Financiero-Tributario	133
7.1.1 Inversión Inicial	133
7.1.2 Tipo de Inversión	133
7.1.2.2 Diferida.....	134
7.1.2.3 Corriente	134

7.1.3 Financiamiento de la Inversión	135
7.1.3.1 Fuentes de Financiamiento.....	135
7.1.3.2 Tabla de Amortización	135
7.2 Análisis de Costos	136
7.2.1 Costos Fijos.....	136
7.2.2 Costos Variables.....	137
7.2.2.1 Costos de Producción.....	137
7.3 Capital de Trabajo.....	138
7.3.1 Costos de Operación	138
7.3.2 Costos Administrativos	139
7.3.3 Costos de Ventas	139
7.3.4 Costos Financieros.....	139
7.4 Análisis de Variables Críticas.....	140
7.4.1 Determinación del Mercado	140
7.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en Función de la Proyección de Ventas .	141
7.4.3 Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de Análisis Marginales	141
7.4.4 Análisis de Punto de Equilibrio	141
7.5 Entorno Fiscal de la Empresa	142
7.5.1 Planificación Tributaria.....	142
7.5.1.1 Generalidades (Disposición Normativas).....	142
7.5.1.2 Minimización de la Carga Fiscal.....	142
7.5.1.3 Impuesto a la Renta.....	142
7.5.4 Impuesto al Valor Agregado.....	143

7.5.1.5 Impuestos a los Consumos Especiales.....	143
7.5.1.6 Impuestos, Tasas, Contribuciones Municipales	144
7.1.5.8 Impuesto a la Salida de Divisas	144
7.1.5.9 Impuestos a los Vehículos Motorizados.....	144
7.1.5.10 Impuestos a las Tierras Rurales (aplica solo proyectos)	144
7.6 Estados Financieros Proyectados	145
7.6.1 Balance General Inicial.....	145
7.6.2 Estados de Pérdidas y Ganancias	146
7.6.2.1 Flujo de Caja Proyectado.....	147
7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad	147
7.6.2.1.1.1 TMAR	147
7.6.2.1.1.2 Van.....	148
7.6.2.1.1.3 Tir.....	149
7.6.2.1.1.4 Payback	149
7.7 Análisis de Sensibilidad Multi variable o de Escenarios Múltiples	151
7.7.1 Productividad.....	151
7.7.2 Precio Mercado Local	151
7.7.3 Precio Mercado Externo	151
7.7.4 Costo de Materia Prima	151
7.7.5 Costo de Materiales Indirectos	152
7.7.6 Costo de Suministros y Servicios.....	152
7.7.7 Costo de Mano de Obra Directa.....	152
7.7.8 Costo de Mano de Obra Indirecta	152
7.7.9 Gastos Administrativos	152

7.7.10 Gastos de Ventas.....	152
7.7.11 Inversión en Activos Fijos.....	153
7.7.12 Tasa de Interés Promedio.....	153
7.8 Balance General.....	153
7.8.1 Razones Financieras.....	154
7.8.1.1 Liquidez.....	154
7.8.1.2 Gestión.....	154
7.8.1.3 Endeudamiento.....	154
7.8.1.4 Rentabilidad.....	155
7.9 Conclusión Financiera.....	155
8. Plan de Contingencia.....	158
8.1.1 Principales Riesgos.....	158
8.1.2 Reuniones para Mitigar los Riesgos.....	158
8.1.2.3 Tormenta de Ideas (Brainstorming) listas de verificación (Checklists).....	159
8.2 Planeación de la respuesta al riesgo.....	159
8.2.1 Monitoreo y Control del riesgo.....	159
8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas.....	159
9. Conclusiones.....	163
10. RECOMENDACIONES.....	166
11. FUENTES.....	168

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Marco Lógico.....	28
Tabla 2: Organigrama.....	36
Tabla 3: Manual de Funciones.....	37
Tabla 4: Capital Social, Acciones.....	40
Tabla 5: Décimo Tercero, Décimo Cuarto.....	43
Tabla 6: Fondo Reserva y Vacaciones.....	44
Tabla 7: Presupuesto Constitución de la Empresa.....	48
Tabla 8: Gastos Diferidos.....	49
Tabla 9: Características de los Competidores.....	64
Tabla 10: Análisis Foda.....	66
Tabla 11: Tamaño de la Muestra.....	68
Tabla 12: Estrategia de Posicionamiento.....	80
Tabla 13: Políticas de Precio.....	85
Tabla 14: Distribución del Espacio.....	87
Tabla 15: Logística.....	88
Tabla 16: Cronograma.....	96
Tabla 17: Presupuesto.....	97
Tabla 18: Infraestructura.....	100
Tabla 19: Flujo Grama.....	101
Tabla 20: Presupuesto.....	102
Tabla 21: Balanced Scorecard.....	107
Tabla 22: Mapa Estrategico.....	108
Tabla 23: Tipo de Inversión.....	111
Tabla 24: Diferido.....	112
Tabla 25: Corriente.....	112
Tabla 26: Fuentes de Financiamiento.....	113
Tabla 27: Tabla de Amortización.....	113
Tabla 28: Cronograma de Inversiones.....	113
Tabla 29: Costos Fijos.....	114
Tabla 30: Costos Variables.....	114
Tabla 31: Costos de Producción.....	115
Tabla 32: Costos de Operación.....	115
Tabla 33: Costos Administrativos.....	116
Tabla 34: Costos Financieros.....	117
Tabla 35: Determinación del Mercado.....	118

Tabla 36: Proyección de Costos.....	119
Tabla 37: Análisis de Punto de Equilibrio.....	118
Tabla 38: Impuesto a la Renta.....	119
Tabla 39: Balance General Inicial.....	120
Tabla 40: Estado de Pérdidas y Ganancias.....	122
Tabla 41: Flujo de Caja.....	122
Tabla 42: TMAR.....	123
Tabla 43: Van.....	124
Tabla 44: Payback.....	125
Tabla 45: Productividad.....	126
Tabla 46: Gastos de Ventas.....	127
Tabla 47: Balance General.....	128
Tabla 48: Liquidez.....	128
Tabla 49: Gestión.....	129
Tabla 50: Endeudamiento.....	129
Tabla 51: Rentabilidad.....	130
Tabla 52: Principales Riesgos.....	132
Tabla 53: plan de Contingencia.....	133

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Ilustración 1: Mapa de Guayaquil.....	20
Ilustración 2: Marco Teórico.....	26
Ilustración 3: Rotomartillo.....	27
Ilustración 4: Cronograma.....	29
Ilustración 5: Factor Político.....	51
Ilustración 6: Factor Económico.....	53
Ilustración 7: Factor Social.....	54
Ilustración 8: Factor Social.....	54
Ilustración 9: Factor Social.....	55
Ilustración 10: Macro Entorno.....	56
Ilustración 11: Ciclo Vida de la Industria.....	58
Ilustración 12: Matriz Bcg.....	59
Ilustración 13: Fuerzas Porter.....	59
Ilustración 14: Tipo de Competencia.....	62
Ilustración 15: MarketShare.....	63
Ilustración 16: Características de los Competidores...	64
Ilustración 17: Matriz Foda.....	66
Ilustración 18: Tamaño de la Muestra.....	68
Ilustración 19: Análisis de Datos.....	70
Ilustración 20: Tipo de Estrategia.....	78
Ilustración 21: Localización Macro y Micro.....	86
Ilustración 22: Marketing Relacional.....	94

RESUMEN

La propuesta del proyecto cuenta con exactitud que las compañías que se pretende apuntar necesitan en algún momento el alquiler de maquinarias para la construcción.

El precio establecido rodea el precio de alquiler del mercado, el proyecto pretende entrar y expandirse en base a una sólida relación con el cliente, establecida principalmente en la confianza y rápida solución al momento del alquiler de maquinarias.

INTRODUCCIÓN

En estos últimos años el sector de la producción ha tenido notorios avances por ende con la experiencia adquirida por abastecer a este sector, se crea la idea de dar un servicio de alquiler de maquinarias a la constructora que lo necesitase.

Las compañías de construcción son varias en Guayaquil y no siempre se cuenta con todas las maquinarias necesarias o muchas veces se la cuenta pero por problemas mecánicos de esta o que esta se encuentra en uso en otra obra se necesita adquirir de manera inmediata otra, procediendo al alquiler de esta.

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1. DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema – Título

Propuesta para la creación de una empresa relacionada con el alquiler de maquinarias para el área de construcción.

1.2 Justificación

Dado que la ciudad de Guayaquil cuenta con construcciones civiles y adecuaciones en sus vías de forma continua, es óptimo el aporte de equipos que ayuden y agilicen la construcción, ya que el alquiler de maquinarias representa soluciones para los contratistas puesto que no deben adquirir maquinarias nuevas a un alto costo para usarlas por un lapso de tiempo corto y tampoco se justificaría su compra en proporción de precio-uso por horas. Su uso para el contratista consistirá en el uso de la misma sin preocuparse en el arreglo y cambio de repuestos de la maquinaria contratada.

Cada maquinaria adquirida y alquilada generará empleo a personas que estén aptas para el uso de la misma, así como la remuneración y retorno de capital invertido por parte del dueño del equipo. (IESS, 2014)

La necesidad de adquirir equipos de construcción por parte de las constructoras o contratistas es baja dado que dependen mucho de las obras que tengas en futuras ocasiones por ende es más conveniente el contratar maquinarias, esto representa una necesidad real y a corto plazo para la adquisición de maquinarias, ninguna construcción puede comenzar sin el personal calificado, herramientas necesarias, ingenieros y máquinas para la construcción, es indispensable contar con lo mencionado ya que son complementos que no pueden dejar de ser tomados en cuenta bajo ninguna circunstancia.

Sin duda alguna la construcción contribuye a fuentes de empleo, en Guayaquil la construcción genera alrededor del 20% de empleo estable en

periodos de seis a veinticuatro meses dependiendo la magnitud de la obra, una ciudad en construcción constante y renovación atrae el turismo interno y externo, lo cual representa entrada de dinero a la ciudad. Así como genera el 8.5% de trabajos en el Ecuador (Comicon, 2014)

La construcción en Guayaquil y sus alrededores sigue en auge, por ejemplo la construcción de nuevo aeropuerto, nuevas urbanizaciones en Vía la costa, nuevos centros comerciales vía Samborondón, construcción de complejo de edificios en el aeropuerto, hoteles entre otros.

1.3 Planteamiento o delimitación del Tema u Objeto de Estudio

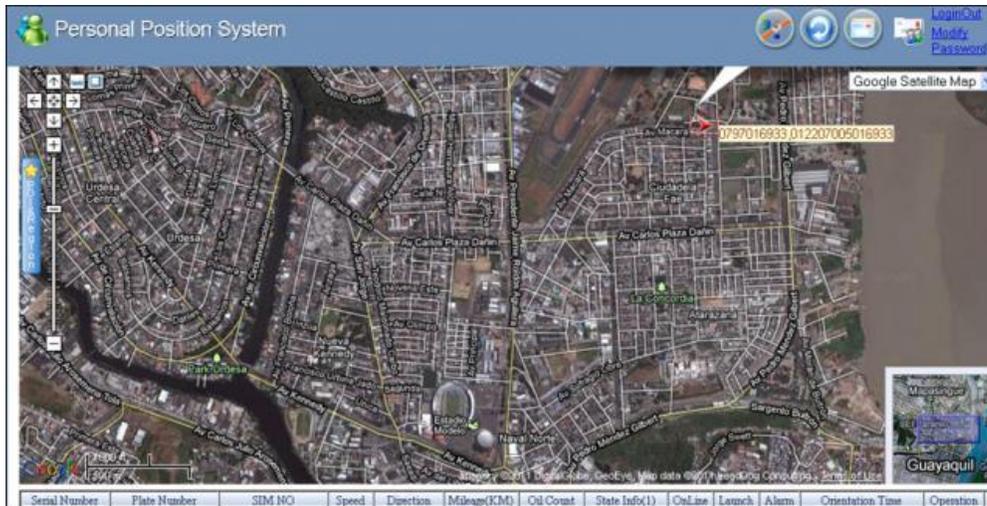
El proyecto está planteado en satisfacer la necesidades de empresas de construcción, ingenieros civiles, personas particulares que tengan la necesidad de construir, reconstruir o adecuar un bien inmueble dentro de la provincia del Guayas, garantizando seguridad, un trabajo de calidad y un precio justo que se adapte al mercado, beneficiando a ambas partes.

La compañía tendrá como misión buscar empresas con la necesidad de adquirir maquinarias de construcción a corto plazo, así mismo se incluirá el servicio de mejorar la calidad del área de construcción si este ya existiere, enfocar en particulares que necesiten readecuar algún inmueble que estos tuviesen.

El proyecto está en proceso y su elaboración comenzará en los próximos tres meses, el primer trimestre se conformará la empresa, se creará el nombre y se sacará el ruc de la misma, dentro del segundo trimestre la empresa tiene que estar en funcionamiento, una vez obtenido el préstamo y adquirido las maquinarias para empezar el funcionamiento.

El siguiente mapa es de la ciudad de Guayaquil, la cual será la localización de la empresa y su nicho de mercado.

Ilustración 1: Mapa de Guayaquil



(maps, 2015)

1.4 Contextualización del tema u Objeto de Estudio

El surgimiento de la empresa pretende generar nuevas plazas de trabajo que permita obtener ganancias a la empresa y a los empleados de la misma y una satisfacción total de nuestros clientes.

En un corto plazo la empresa tendrá como misión principal la creación de un ruc y su nombre para comenzar con su funcionamiento, enfocarse en que maquinarias son las primeras que se conseguirá para su alquiler.

Luego se pedirá un préstamo a un Banco que se ajuste a lo deseado por la compañía (SuperIntendencia de Bancos del Ecuador, 2015) para poder formar la empresa y comenzar a adquirir las maquinarias y equipos de construcción.

A mediano plazo la empresa tendrá que estar en funcionamiento, trabajando con compañías conocidas en el área de la construcción e ingenieros independientes que requieran el servicio que la empresa brinda.

La empresa ya deberá estar generando ganancias para el pago de las maquinarias adquiridas, pago de sus empleados y ganancia para la compañía.

A largo plazo la misión de la compañía se enfocará a la compra de más maquinarias, transportes que faciliten al traslado de materiales de construcción, la fuente de financiamiento deberá salir de las ganancias que genere la empresa dentro de los primeros 18 meses. Así como de aumentar el personal para brindar mejor calidad a las compañías que requieran nuestros servicios. Delimitar el mercado fuera del territorio de la provincia del Guayas para así llevarlo a provincias cercanas.

1.5 Objetivos de la investigación

1.5.1 Objetivo General

La creación de una empresa que se enfoque al alquiler de maquinarias enfocada a la construcción. Revisar la rentabilidad que la compañía pueda generar a corto plazo, peligros y amenazas que puede representar esta nueva compañía.

1.5.2 Objetivos específicos

- Realizar una investigación de empresas que se enfoquen a la construcción dentro del Guayas.
- Buscar pequeñas empresas que requieran un uso constante de maquinarias
- Revisar el monto que conllevará a realizar el proyecto.
- Calcular la rentabilidad del proyecto
- Determinar el retorno de la inversión
- Definir los principales problemas y amenazas a la que se enfrenta el proyecto

1.6 Determinación del método de investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información

Método Deductivo:

Está basado en mi experiencia en el conocimiento de proyectos dentro del territorio del Guayas, mejorar la necesidad del cliente y ver una oportunidad dentro de un mercado que está en constante expansión.

Tener la claridad para saber lo que el cliente necesita y poderlo satisfacer en base a esto

Podemos determinar que nuestras principales ventajas y publicidad al mismo tiempo es que se conoce a los potenciales clientes, se les brinda servicio y eficacia en lo que ellos necesitan, por este motivo la confianza de ellos a nuestra empresa es muy alta.

La técnica de recogida de información según el trabajo realizado sobre los métodos de investigación (Marta Alelú Hernández): Se lo puede realizar mediante técnicas de encuesta: cuestionario y entrevista, observación sistemática: Grabaciones en vídeo, escalas de actitudes, grupos de discusión, análisis de documentos y producciones: Monografías, Resúmenes, Textos escritos.

Esto permitirá ir conociendo el nuevo mercado al que deseamos llegar y conseguir nuevos clientes que nos ayude a expandirnos en el mercado, por este motivo debemos realizar las siguientes técnicas:

- Primarias: Observación a empresas de construcción que puedan ser potenciales clientes.
- Secundarias: Reuniones con las personas encargadas en la adquisición de compras y alquileres.

Entrevistas con los ingenieros de las obras y ofrecerles el servicio para la obra realizada en ese momento y particularmente en un futuro si fuese el caso.

Con esta información se puede determinar si el proyecto es viable su funcionamiento.

1.7 Planteamiento del Problema

La creación de dicha propuesta se basa en la oportunidad que conlleva trabajar con constructoras y que la compañía encuentre un mercado de acuerdo a la experiencia que será adquirida a corto plazo.

El mercado de alquiler de maquinarias es rentable, por ello se necesita que la empresa comience a ganar experiencia y nombre en el mercado, esto ayudará a su rápida expansión siempre pensando en las necesidades del cliente y el ahorro en tiempo y dinero que estos buscan.

Por ello la compañía deberá emplear todos los recursos que estén a su alcance para ser lo más personalizado posible con cada cliente que tuviese la empresa y así comenzar hacerse conocer en diferentes compañías e ingenieros independientes que pueden llegar hacer clientes de la compañía.

1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1 Marco Referencial

La construcción estuvo dentro de los 5 fuentes de ingreso que más genera al estado, y a las constructoras como a los distribuidores en el 2014, esto nos ayuda a entender la importancia y la oportunidad que brinda el ingreso a este mercado, dado que las obras en Guayaquil específicamente son favorables y continuas, ejemplos (Talleres Lideres, 2014)

Construcción Mall Alhambra en la Vía Samborondon, Complejo de edificios donde era el antiguo aeropuerto, Hotel Sky Building, Spazio, Bellini en el Puerto Santa Ana, en el sur de la ciudad contamos con la construcción de Hospital Zofragua por el Puerto Marítimo, adecuaciones constantes de Tagsa, dentro de los próximos años el nuevo aeropuerto de Guayaquil a la altura de Chongon, Vía la Costa, entre otros por mencionar, todo estas construcciones de edificación, cabe mencionar que las construcciones de carreteras y

mantenimiento de las mismas ocupan un espacio importante en donde la empresa quiere abarcar (Corporacion Financiera Nacional, 2013)

El sector de la construcción está a la alza en mediciones trimestrales, el producto interno bruto que aporta este rubro tiene un aumento del 4.5% anual según el Gobierno Nacional y Seccional.

Los nuevos impuestos creados en Marzo por el presidente actual puede ser una traba para el sector de la construcción ya que sus presupuestos deber ser reajustados y esto podría hacer que haya un recorte de materiales externos y ajustarse con lo que ya cuente la empresa o ingeniero independiente, pero esto no debe de ser un motivo para detenerse al momento de comenzar dicha empresa sino solamente se deberá reajustar al presupuesto de cada construcción que haya, las salvaguardias afectan al sector de maquinarias entre un 25% a un 45% dependiendo la maquinaria que se fuera a adquirir.

Por ejemplo una maquinaria industrial para demoliciones de suelo así como de paredes su incremento fue del 25% aproximadamente por la salvaguardia que

Corresponde a taladros, roto martillos, y accesorios de compresión. Una maquinaria industrial pudo haber sufrido un incremento del 35 al 45%.

En todo caso el mercado se debe ajustar a los nuevos precios que manejan las constructoras e ingenieros y ajustarse a los presupuestos que estos manejan.

El negocio de la construcción en el 2013 fue de 3000 millones de dólares, el presupuesto no cambia con las salvaguardias solo el ajuste y la competencia de precios va a estar más ajustada

En el 2014 mantuvo un promedio de 3000 millones de dólares, en el 2015 y 2016 se espera que desacelere este número dado que el gobierno tuvo que ajustar su presupuesto con la caída del petróleo, y ya habiendo consumido gran parte del préstamo que el gobierno Chino ha hecho en Ecuador, sin

embargo esto no significa que es el fin de la construcción por dos motivos principales:

El gobierno debe mantener la construcción como sus principales formas de dar empleo a los ciudadanos y no todas las construcciones vienen por parte del gobierno muchas vienen por parte de empresas independientes.

Los préstamos para pequeños negocios es algo que el gobierno fomenta ya que genera nuevas fuentes de trabajo, el gobierno destino 200 millones de dólares para la creación de nuevas empresas, y otro fuerte desembolso para el mejoramiento de empresas ya existente, fuera de los préstamos bancarios que se pueden conseguir así como de cooperativas que también ofrecen préstamos de hasta 36 meses (Washington Pasquel, 2014)

1.8.2 Marco Teórico

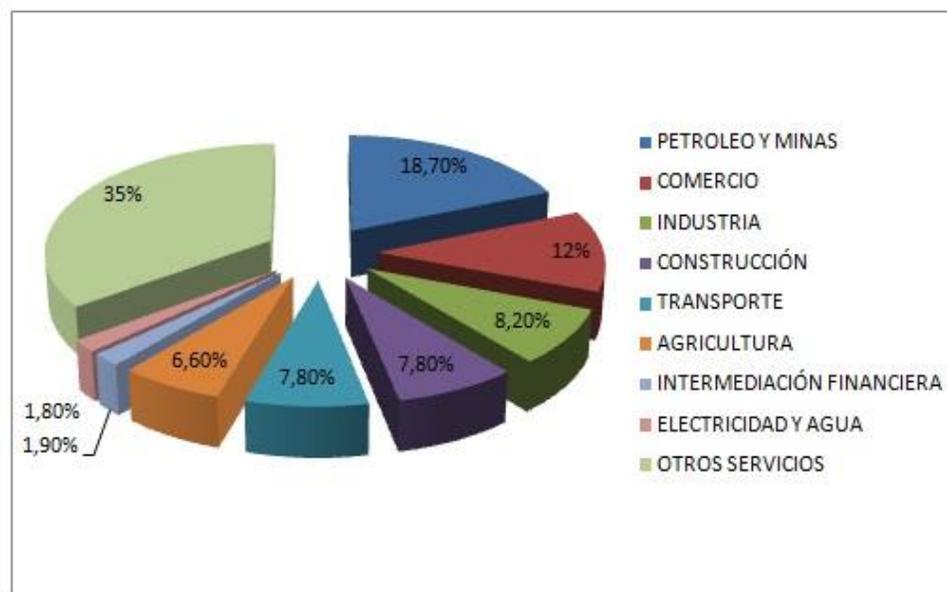
El gobierno del Ecuador ha hecho una inversión de aproximadamente 10000 millones de dólares según el ministerio de transporte y obras públicas, bastantes de estos proyectos siguen realizándose, por ende hay un gran mercado en el que la compañía pretende tener participación, así como de construcciones de compañías privadas que redondean aproximadamente unos 200 millones de dólares en el área del Guayas. (Dirección de Comunicación Social y Atención al Ciudadano, 2014)

Esto nos ayuda a entender el gran mercado que tiene la construcción en el Ecuador.

Cabe mencionar la importancia que las compañías privadas proporcionan cuando comienzan con nuevas construcciones ya que es dinero que tienen un presupuesto fijo y que no depende tanto de factores externos que si debe depender el gobierno como el petróleo, alza o baja de bonos, préstamos internacionales entre otros.(Ministerio de Obras Publicas, 2014)

Los arreglos particulares será de gran empuje al momento de querer que el negocio crezca porque son mercados que aunque no sea muy constante ni generen ingresos por un largo tiempo, siempre hay varios particulares diariamente que necesitan adecuaciones y necesitan de completa información y personal.

Ilustración 2



FUENTE: BANCO CENTRAL DEL ECUADOR.

Marco Conceptual

Proyecto: La utilización de principios científicos, información técnica e imaginación en la definición de una estructura mecánica, máquina o sistema que realice funciones predefinidas con la máxima economía y eficiencia. (Fielden, 1999)

Maquinaria:

Se denomina maquinaria a los conjuntos de máquinas que se aplican para un mismo fin para un funcionamiento específico. Conjunto de máquinas o bienes de equipo mediante las se realiza extracción o elaboración de productos.(Plan General Contable, 2004)

Construcción: es el arte o técnica de fabricar edificios e infraestructuras. En un sentido más amplio, se denomina construcción a todo aquello que exige, antes de hacerse, disponer de un proyecto y una planificación predeterminada (Lexicoon, 2005)

Obra: Edificación o infraestructura en proceso de realización, e incluso a toda la zona adyacente usada en la ejecución de la misma (Lexicoon, 2005)

Rotomartillo: Son herramientas más robustas y potentes que el taladro, se lo utiliza para quebrar lozas, piso, hormigo. (Herramientas Eléctricas y Accesorios, 2012)

ILUSTRACION 3 ROTOMARTILLO



1.8.3 Marco Legal

La empresa será constituida como una empresa de compra-venta y alquiler de maquinarias para la construcción, estará enmarcada en la ley de propiedad intelectual del Ecuador, y estará en el Registro Mercantil, así como el nombre de la misma será patentado junto a su marca y logo. Todo en base al código laboral del Ecuador y lo permitido por la constitución.

La empresa tendrá su personal y será afiliado tal como lo indica la ley (Codigo Laboral Del Ecuador, 2005)

1.8.4 Marco Lógico

	Nivel Objetivo	Indicador	Medios Verificacion
Fin	Adentrarnos en la economía del país, y proyecciones al sector inmobiliario	La inversión en obras viales y construcción han sido de aproximadamente 1000 millones de dólares en desembolsos y presupuestos para los próximos 3 años	
Propósito	Tener un aproximado de la Participación de mercado con la que contará la compañía		-Entrevistas -Reuniones con clientes potenciales -revisiones semanales de nuevas obras
Componente	Tener clientes satisfechos con el servicio que se brinda. Comenzar con una cartera de clientes conocida.		Búsqueda de información por web e indicadores nacionales.
Actividad	Tener claro los precios con lo que se maneja la competencia Comenzar con una buena campaña de Marketing.		

Elaborado por Raúl Rendón

1.9 Formulación de la Hipótesis y-o Preguntas de la Investigación de las Cuales se Establecerán los Objetivos

Hipótesis:

Crear y formar una empresa sólida que brinde y preste servicios a las compañías y particulares que lo necesiten.

Analizar la factibilidad de la propuesta con este estudio antes de llevar a cabo la misma.

Establecer si visitas a constructoras y pagina web será la mejor publicidad con la que pueda contar la empresa y brindar información a clientes no relacionados al área de la construcción.

Preguntas de la Investigación

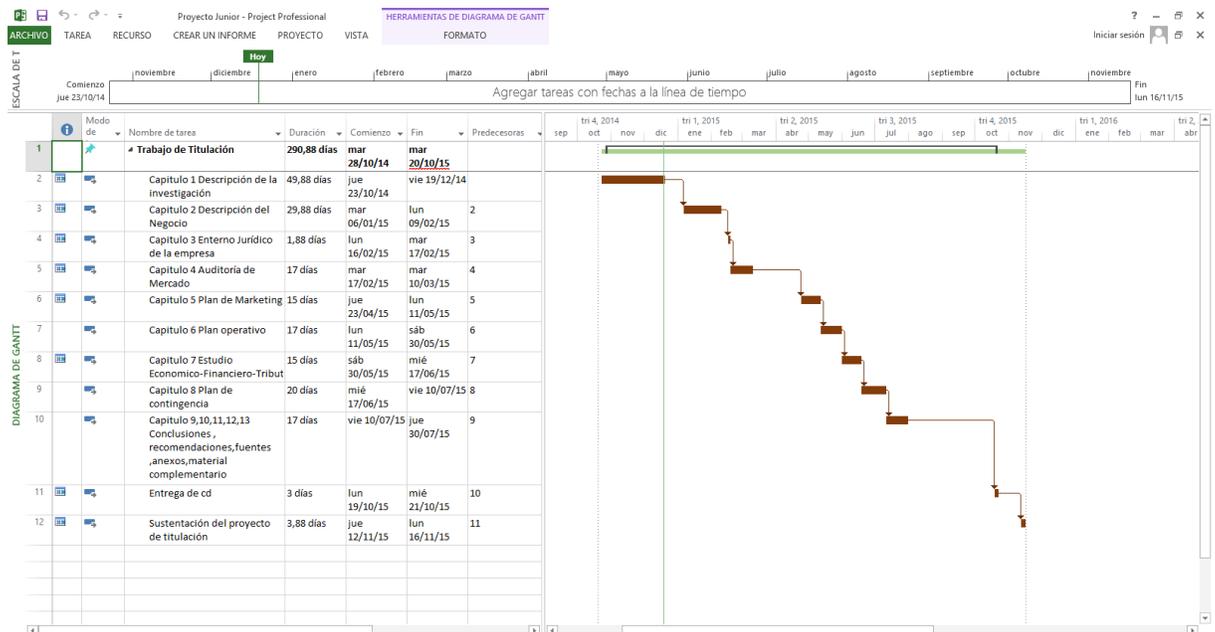
¿Cuáles serán los clientes potenciales?

¿Cuál será el costo de inversión inicial?

¿En qué tiempo se recuperará la inversión?

¿Cuáles serán las primeras maquinarias que serán adquiridas?

1.10 Cronograma



CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

2.1 Análisis de la Oportunidad

2.1.1 Descripción de la idea de Negocios

Con un gobierno que lleva invirtiendo un aproximado de 10 billones de dólares en la creación en obras sea en construcciones viales o civiles, se prevé que seguirá el auge de nuevas obras, no en la curva creciente que ha estado en los últimos años pero tendrá un importante rol para la creación de trabajos directamente e indirectamente en el Ecuador, las obras están a la vista y muchas más por venir sin mencionar obras privadas que también forman parte de la oportunidad de crecimiento de la empresa(Cámara Comercio de Quito, 2012)

Conocer y abastecer a varias constructoras distribuyéndoles diferentes productos ayuda bastante a poder entrar a este nuevo mercado ya que habrá una mayor apertura y estarán mucho más abiertos al dialogo así como la confianza que brindaran a la nueva compañía.

En la ciudad de Guayaquil específicamente se prevé que la entrada al mercado sea agresiva y se espera posicionar con compañías ya conocidas sin dejar a un lado pequeñas empresas, ingenieros independientes y particulares.

El área de construcción es constante y diaria en Guayaquil y no solo en grandes compañías, todos reparan, construyen, amplían, re modernizan inmuebles y con un buen plan de marketing la empresa apuntará a ese nicho de mercado.

El abanico de maquinarias para la construcción es muy amplio por lo que se podrá ir innovando maquinarias contantemente y esto generará un mayor ingreso así como más fuentes de trabajo. La rentabilidad podrá subir considerablemente cada vez que se consigan más maquinarias.

El sector de la construcción ha tenido un tope en el 2014 de .84% del producto interno bruto del país superando al área petrolera, con estos números

favorables es una oportunidad que se debe aprovechar al momento de querer invertir en un nuevo negocio. (Cámara de la Industria de la Construcción, 2012)

El país y el resto del mundo se encuentra en una grave crisis financiera y aunque los indicadores nacionales y el gobierno indique que habrá una recesión de obras en comparación a los años anteriores, no quiere decir que no habrá inversión, solo que no estará en aumento como años anteriores, pero si porcentualmente

Hablando bajo un 10% el margen de inversión serían unos 30 a 35 millones menos de dólares que irían a esa área, mas sin embargo quedaría un aproximado de 250 a 250 millones de dólares en inversión gubernamental en mantenimiento de carreteras y nuevas edificaciones.

Cabe recalcar que muchos de estos proyectos han comenzado a realizarse hace ya varios años pero la inversión y construcción del mismo todavía sigue en vigencia, por ende hay que tener en cuenta que no todo el presupuesto está ya entregado o gastado, todavía falta bastante desembolso del mismo por parte del gobierno o entidades privadas.

Una gran oportunidad es sin duda la apertura de préstamos del gobierno por parte del Banco del Pacífico, el Banco del estado, Banco particulares como el del Guayaquil que según el Diario El Universo destino 200 millones de dólares para el 2015 en préstamos para fomentar a las pequeñas compañías y la creación de nuevas microempresas (Banco ProCredit, 2014)

Las cooperativas también cuentan con un buen plan de préstamos no poniendo tantas trabas y prestando dinero hasta en 36 meses plazo

La necesidad de adquirir equipos de construcción por parte de las constructoras o contratistas es baja dado que dependen mucho de las obras que tengas en futuras ocasiones por ende es más conveniente el contratar maquinarias, esto representa una necesidad real y a corto plazo para la adquisición de maquinarias, ninguna construcción puede comenzar sin el

personal calificado, herramientas necesarias, ingenieros y máquinas para la construcción, es indispensable contar con lo mencionado ya que son complementos que no pueden dejar de ser tomados en cuenta bajo ninguna circunstancia.

Sin duda alguna la construcción contribuye a fuentes de empleo, en Guayaquil la construcción genera alrededor del 20% de empleo estable en periodos de seis a veinticuatro meses dependiendo la magnitud de la obra, una ciudad en construcción constante y renovación atrae el turismo interno y externo, lo cual representa entrada de dinero a la ciudad (Dirección Estudios Sectoriales, 2015)

La construcción en Guayaquil y sus alrededores sigue en auge, por ejemplo la construcción de nuevo aeropuerto, nuevas urbanizaciones en Vía la costa, nuevos centros comerciales vía Samborondón, construcción de complejo de edificios en el aeropuerto, hoteles entre otros.

2.1.2 Descripción de la idea de Producto o Servicio

El proyecto se enfoca en brindar el servicio de Alquiler de maquinarias ligeras para edificaciones en la Provincia del Guayas en el momento que las maquinarias comiencen a ser adquiridas y la compañía sea constituida y registrada de manera legal, se pondrán a disponibilidad de los clientes que requieran sus servicios. Por medio de un contrato donde el arrendatario pone a disposición la maquinaria para el uso de las mismas por un tiempo estipulado en el mismo.

Se estima que la maquinaria comience a generar retorno sobre la inversión dentro del primer mes de adquirida, dado que el uso de esta es de forma diaria y se necesitan para cualquier tipo de proyecto al momento de comenzar la construcción.

Se estima que su uso diario será de cinco a ocho horas, con un costo por hora de 53 a 68 dólares americanos, se prevé que trabaje de quince a

veinticuatro días al mes la maquinaria, el resto de días se procederá a realizar los debidos mantenimientos para que siga funcionando óptimamente.

El retorno de la inversión se pronostica dentro del segundo semestre de funcionamiento de la compañía.

El nombre de la compañía es “CONSTRUL” y se constituirá como un negocio de alquiler y venta de maquinarias.

2.1.2 Descripción de la idea de Producto o Servicio

Entre los servicios que la empresa ofrecerá están:

- Precio justo y dentro del rango del cliente
- Maquinarias de primera calidad
- Personal autorizado y apto para el manejo de las mismas
- Personalización de las necesidades del cliente.
- Trato justo a los trabajadores
- Pago de nóminas a los trabajadores sin atrasos
- Declarar de manera eficaz y a tiempo los impuestos al Sri
- Mantenimiento de maquinarias que garanticen el bienestar y máximo funcionamiento de las mismas
- Capacitaciones en el caso que el personal lo requiera.

2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

Brindar apoyo con maquinarias y asesoramiento personalizado a las empresas o particular que lo solicite, garantizando un trabajo de primera calidad a un precio justo de esta manera los clientes relacionen el servicio en tanto a precio- calidad, así también si la eficiencia cumple con todas su expectativas.

Generando ingresos a corto plazo que permitan la reinversión de maquinarias y el crecimiento de la empresa.

Visión

Tener una compañía que piense en reinversión constante de maquinarias, dentro y fuera de la provincia del Guayas, innovando en distintas maquinarias que se encarguen en el área de transporte pesado y tener contratos a mayor escala y por tiempos extendidos. Poder conformar y fusionar con una compañía de construcción que maneje todo la obra en su totalidad.

Valores de la empresa

Conservar áreas verdes y el medio ambiente

Tratar de preservar el mayor espacio de áreas verdes dentro de nuestras posibilidades, así mismo maquinas en un estado óptimo ayudará que baje la contaminación.

Lealtad

Respetar al cliente y al empleado siendo claros y justos con ellos.

Transparencia

Ser claros en el servicio y función de cada máquina, que tengan en cuenta las horas que podrán contar con la maquinaria en un desempeño del 100%

Buen vivir

El trato con los trabajadores debe ser el óptimo, escuchar los aportes que el trabajadores puedan dar para su bienestar y así evitar el liderazgo autoritario.

Cuidar al trabajador

Que el trabajador este equipado con todas los materiales de seguridad que necesitase y que al operar la maquinaria este apto para hacer su trabajo.

Cortesía

Trabajar sin problemas con los clientes, buscar la satisfacción total de estos, así como de los trabajadores con los que cuente la compañía.

2.3 Objetivos de la empresa

2.3.1 Objetivo General

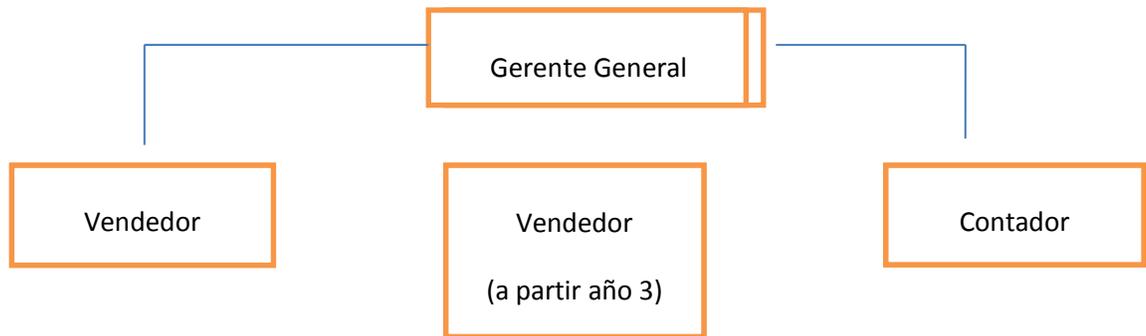
Generar una máxima utilidad a la maquinaria para el pronto pago del mismo, de esta manera seguir innovando y ampliando el número de maquinarias para el crecimiento de la compañía.

2.3.2 Objetivos Específicos

- Adquisición de maquinaria en precios convenientes y con crédito para amortizar la deuda.
- Una vez adquirida la maquinaria se espera que entre funcionamiento desde el día uno.
- Recuperar el valor de la inversión dentro de los tres primeros años.
- Posicionar a la empresa y las maquinarias que alquila dentro del nicho que apunta llegar.
- Generar recursos monetarios para adquirir nuevas maquinarias.
- La maquinaria debe trabajar cinco días a la semana de cinco a ocho horas.
- Revisiones quincenales de la maquinaria para que esta pueda ser usada en su máxima capacidad.
- Adquirir personas capacitadas que garanticen el buen uso de la maquinaria.
- Adquisición de nuevas maquinarias para expansión de la compañía.
- Adquirir nuevos clientes mensualmente.

2.4 Estructura Organizacional

2.4.1 Organigrama



2.4.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles

La compañía tendrá un Gerente General que estará encargado de conseguir clientes y de adquirir la maquinaria necesaria para el inicio del proyecto, entre sus funciones están evaluar los productos a producir, administrar los recursos y evaluar las adquisiciones de productos, poner órdenes de compra al departamento de importación y dirigir a los trabajadores y realizar control de calidad a los productos.

Contará con un trabajador-vendedor que estará a cargo de conseguir nuevos clientes y garantizar el óptimo uso de la maquinaria. El vendedor también será el encargado de la transportación deberá llevar la maquinaria al destino especificado, procurando salvaguardar la maquinaria dándole el máximo cuidado en su transportación así como en el embarque y desembarque de la maquinaria.

Así también la empresa tendrá un contador el mismo que es el encargado de llevar un registro en el sistema de los ingresos y egresos de dinero, llevar control de los inventarios y costos, preparar estados financieros, presentar las

declaraciones mensuales e informes al SRI y Superintendencia de Compañías, asesorar en materia financiera a la gerencia general.

Abogado externo contará la empresa que prestar servicios cuando el caso lo amerite, será de gran ayuda al momento de constituir la empresa.

2.4.3 Manual de Funciones: Niveles, Interacciones y Responsabilidades

CARGO	NIVEL DE MANDO	AREAS	RESPONSABILIDADES	Derechos
Gerente General	Primario	Todas las áreas	<ul style="list-style-type: none"> - Planificar el camino a seguir de la compañía - Garantizar estabilidad laboral y trato justo a los trabajadores de la misma - Adquirir maquinarias nuevas a buen precio y un plan de financiamiento que se ajuste a los pagos que puede realizar la empresa 	<ul style="list-style-type: none"> - Beneficios de ley - Sueldos y vacaciones de ley

Vendedor	Secundario	Mantenimiento y uso de equipos	<ul style="list-style-type: none"> - Velar por la seguridad del equipo - Avisar cuando cuando la maquinaria tenga anomalías para darle el debido mantenimiento - Hacer rendir a la maquinaria a su máximo potencial para el confort del cliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Sueldo fijo - Comisiones determinadas por tabla de ventas
Contador	Secundario	Control del área contable y llevar todos los registros conforme a la ley	<ul style="list-style-type: none"> - Reportes mensuales de la empresa - Tener al día la contabilidad de la misma - Avisar fechas de pago para no caer en mora. 	<ul style="list-style-type: none"> - Sueldo fijo y beneficios de ley

Elaborado Raúl Rendón

CAPÍTULO 3

**ENTORNO JURÍDICO
DE LA EMPRESA**

3.1 Entorno Jurídico de la EMPRESA

3.1.1 Generalidades (Tipo de Empresa)

Según la Superintendencia de Compañías existen cinco tipos de compañías las cuales están clasificadas en:

- La compañía en nombre colectivo
- La compañía en comandita simple o dividida por acciones
- La compañía de responsabilidad limitada
- La compañía anónima
- La compañía de economía mixta

Cabe recalcar que un contrato de compañía según la Comisión Legislativa y de Codificación señala que el contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales e industrias, para emprender funciones mercantiles y participar de sus utilidades (H. Congreso Nacional, 2005)

La compañía será creada con lo solicitado por la Ley de Compañías, sección VI, la cual pertenece a Compañía Anónima, tendrá por fin el Alquiler de Maquinarias para la Construcción y se denominará “Construl S.A” la cual estará localizada en el norte de Guayaquil.

3.1.2 *Fundación de La Empresa*

La constitución de la empresa Construl S.A se realizará bajo las regulaciones de la ley de Compañías, en la cual indica que la sociedad estará conformada por dos o más socios.

Según el artículo #1 de la ley de compañías nos dice: Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.(Nacional, 1999)

La compañía se regirá al artículo 146 al 159, que se refiere a que la compañía se constituirá con un capital mínimo de \$800 dólares americanos, el proyecto cabe recalcar que su inversión será mayor al requerido y los porcentajes de los mismos se establecerán de acuerdo a los requerimientos y participación de cada accionista (H. Congreso Nacional, 2005)

3.1.3 *Capital Social, Acciones y Participaciones*

Al momento el capital será de 10000 dólares americanos el cual cubrirá la inversión de la compañía.

La empresa Construl S.A se constituirá de acuerdo a lo establecido por las regulaciones de la Superintendencia de Compañías, lo cual se explica y detalla en el cuadro adjunto (Asamblea Nacional Constituyente, 2015)

Compañía	Sociedad Anónima
Número de socios- accionistas	Mínimo 2
Capital	\$20000
División del Capital	Acciones
Características de participación	Negociables en cualquier momento
Actividad que se dedica	Alquiler maquinaria
Responsabilidad frente acreedor	Monto por acción invertida
Comisario	Obligatorio
Denominación social	S.A

Elaborado por Raúl Rendón

Construl no contará con acciones en la bolsa, la compañía se dividirá las ganancias sacado utilidades e impuestos entre los accionistas de la misma.

3.1.4 Juntas Generales de Accionistas y/o Socios

El artículo 200 de la Ley de Compañías indica que, se considera socio a la persona inscrita en el libro de acciones y accionistas.

La junta de socios se realizara una vez al año, en el mes de mayo. Los socios podrán ser presentados por terceros tal como lo menciona el Artículo 210-211 de la Ley de Compañías (H. Congreso Nacional, 1999)

3.2 Aspecto Laboral de la Empresa

El Artículo 10 del código del trabajo señala que, se denomina empleador a la persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden por el

cual se ejecute la obra o a quien se preste el servicio (H. Congreso Nacional, 1999)

La compañía Construl se registrará al código de trabajo que señala que el empleador contratará al empleador por tiempo indefinido teniendo un periodo de prueba de 90 días al cargo que desempeñará, tal como lo establece el Artículo 15

Los empleados contarán como base el mínimo establecido por el gobierno, con beneficios de ley, así como horas extras y vacaciones anuales.

3.2.2 Aspecto Laboral

Construl cumplirá con el Mandato Constituyente en los artículos:

Artículo 1: Se prohíbe la tercerización y la intermediación laboral y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo en las actividades a la que se dedique la empresa o empleador. La relación laboral será directa y bilateral entre empleador y trabajador.(H. Congreso Nacional, 1999)

Así mismo el Artículo 2. - Se elimina y prohíbe la contratación laboral por horas.

Los empleados tendrán un contrato fijo en el cual se establecen sus horas laborables que serán de 8 horas diarias, 40 horas a la semana, si se laboran horas adicionales, las mismas serán pagadas conforme a la ley. (Asamblea Constituyente, 2005)

3.2.3 Tipos de Contrato de Trabajo

El Código Laboral en su Artículo 11, literal c, indica que la empresa podrá estar con al empleado por tiempo indefinido.

3.2.4 Obligaciones del Empleador

En este punto nos acogeremos al Artículo 42 el cual menciona:

- Pagar las cantidades que corresponden al trabajador
- Instalar fábricas sujetándose a las disposiciones legales, y a las ordenes de las autoridades sanitarias.
- Indemnizar a los trabajadores por accidentes que sucedieren dentro del trabajo
- Llevar registro de los trabajadores donde especifique edad, sexo, estado civil
- Proporcionar a los trabajadores instrumentos de trabajo.
- Tratar a los trabajadores con la oportuna consideración
- Atender las reclamaciones de los trabajadores
- Facilitar la inspección de las autoridades pertinentes
- Pagar al trabajador, cuando no tenga derecho a la prestación del Instituto de Seguridad Social
- Conceder tres días de licencia en caso de muerte de conyugue los cuales serán pagados.
- Respetar las asociaciones de trabajadores
- Permitir ausentarse a los trabajadores para asistir a las comisiones que pertenezcan(H. Congreso Nacional, 2005)

3.2.5 Décimo Tercera y Decima Cuarta Remuneración

El código de trabajo indica en los Artículos 111 y 113 que el trabajador tiene derecho a ingresos extras

Artículo 111.- Derecho a la Décimo Tercera remuneración.- Los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores les paguen, hasta el veinticuatro de Diciembre de cada año, una remuneración equivalente a la doceava parte de las remuneraciones que hubieren percibido durante el año candelario.

Artículo 113.- Derecho a la Décimo Cuarta Remuneración.- Los trabajadores, percibirán además, sin perjuicio de todas las remuneraciones que actualmente tienen derecho una bonificación anual, equivalente a una remuneración básica mínima unificada para los trabajadores en general, y una remuneración básica mínima unificada de los trabajadores del servicio doméstico, respectivamente, vigentes a la fecha de pago, que será pagada hasta el 15 de marzo en las regiones insular y costa, y 15 de agosto en la región sierra y amazonia. Para el régimen de este pago se observara el régimen escolar adoptado en cada una de las circunscripciones territoriales (H. Congreso Nacional, 2005)

Décimo Tercero y Decima Cuarta Remuneración.

CARGO	SUELDO	DÉCIMO TERCER SUELDO		DÉCIMO CUARTO SUELDO	
		ANUAL	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL
Gerente General	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 41,66	\$ 354,00	\$ 29,50
Vendedor	\$ 380,00	\$ 403,22	\$ 33,60	\$ 354,00	\$ 29,50
Contador	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 37,50	\$ 354,00	\$ 29,50
	\$ 1330,00	\$ 1353,22	\$ 112,76	\$ 1062,00	\$ 88.5

Elaborado por Raúl Rendón

3.2.6 Fondo de Reserva y Vacaciones

El artículo 196 y 69 del Código Laboral, dicese que el trabajador cuenta con vacaciones y fondo de reserva.

Art. 196. - Derecho al fondo de reserva. - Todo trabajador que preste servicios por más de un año tiene derecho a que el empleador le abone una suma equivalente a un mes de sueldo o salario por cada año completo posterior al primero de sus servicios. Estas sumas constituirán su fondo de reserva o trabajo capitalizado.

A partir de julio de 2009, entra en vigencia la reforma, "Ley Para El Pago Mensual Del Fondo De Reserva Y El Régimen Solidario De Cesantía Por Parte Del Estado", publicada en el Registro Oficial No. 644, en el cual indica que el trabajador tiene la opción de recibir sus fondos de reserva junto a su remuneración mensual, o aportarlo al IESS, el porcentaje que recibirá será el equivalente al 8.33 % de la remuneración mensual. (IESS, 2009)

Artículo 69.- Vacaciones Anuales.- Todo trabajador tendrá derecho a gozar de descanso obligatorio ininterrumpido por 15 días, incluidos los días no laborales. Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de cinco años en la misma empresa o al mismo empleador, tendrán derecho de gozar adicional de un día de vacaciones o recibirán en dinero la remuneración del día excedente.

Artículo 65.- Días de descanso obligatorio.- Además de los sábados y domingos, son días de descanso obligatorios las siguientes fechas: 1 de enero, viernes santo, 1 y 24 de mayo, 10 de agosto, 9 de octubre, 2y 3 de noviembre, y 25 de diciembre (H. Congreso Nacional, 2005)

FONDOS DE RESERVA Y VACACIONES

CARGO	SUELDO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES
		MENSUAL	MENSUAL
Gerente General	\$ 500,00	\$ 41,66	\$ 20,83
Contador	\$ 450,00	\$ 37,5	\$ 18.75
Vendedor	\$ 354,00	\$ 29,5	\$ 14.75
Total	\$ 1304,00	\$ 108.66	\$ 54,33

Elaborado por Raúl Rendón

3.2.7 Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

El Artículo 42 del Código de Trabajo, Numeral 33, indica que todo empleador con un número de mínimo de 25 trabajadores, está obligada a contratar a una persona con discapacidad, en labores permanentes que se consideren apropiadas a la relación, con sus conocimientos, condición física y aptitudes individuales, observándoles los principios de equidad de género y diversidad de discapacidad. En el caso de Construl no contara con una persona

con discapacidades ya que no cuenta con al menos 25 trabajadores en la empresa, lo cual lo abstiene de contratar por obligación (Camara Comercio de Quito, 2012)

3.3 Contratación Civil

3.3.1 Principios Básicos de la Contratación

El Artículo 3 dice “Que ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo los casos de urgencia extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio. Fuera de esos casos nadie estará obligado a trabajar sino mediante un contrato y la remuneración correspondiente” y el Artículo 37 que menciona “Los contratos de trabajo están regulados por las disposiciones de este código, aun a falta de referencia expresa y a pesar de todo lo que se pacte contrario” (H. Congreso Nacional, 2005)

3.3.2 Contratos de Prestación de Servicios

Construl tendrá a sus trabajadores afiliados, se estudia la posibilidad que el contador de la empresa, preste servicios a la empresa y facture a la compañía las horas laboradas a la semana.

3.3.3 Principales Clausulas de los Contratos de Prestación de Servicios

Las principales cláusulas que tendrá un contrato de prestación de servicios están:

- Primera: Objeto
- Segunda: Plazo
- Tercera: Obligaciones Del Contrato

- Cuarta: Honorarios Y Forma De Pago
- Quinta: Deducciones
- Sexta: Derechos de Autor
- Séptima: Responsabilidad Y Prohibiciones
- Octava: Relación Civil Entre Las Partes
- Novena: Controversias

(Ecuador Legal Online, 2013)

3.3.4 Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

El Artículo 542 numeral 9 menciona que las direcciones regionales de trabajo, están en la facultad de resolver los conflictos entre los trabajadores. Siempre que voluntariamente sean sometidos por las partes a su arbitramento (H. Congreso Nacional, 2005)

3.3.5 Generalidades de la Contratación Pública

Para acceder a las Contrataciones Públicas, es necesario registrarse en el RUP (Registro Único de Proveedores), una vez habilitado se podrá tener acceso a la CPC (Clasificación Nacional Central de Productos), como lo indica la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Contratación Pública, en su Artículo 1, Se utilizará contratación pública para la adquisición o arrendamiento de bienes, ejecución de obras y prestación de servicios, incluidos los de consultoría. (Ley Orgánica de Contratación Pública, 2008).

Se estudia que Construl este habilitado en compras públicas dentro del segundo semestre de arranque del proyecto.

3.3.6 Contratos de Confidencialidad

Construl no contará con contrato de confidencialidad, pero si se diera el caso de que algún trabajador de la empresa realice actividades parecidas a las que desempeña Construl se procederá al despido inmediato del mismo.

3.4 Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1 Código de Ética

Construl incluirá dentro del reglamento de la compañía, códigos de etiqueta para que el trabajo se base en valores morales, se especificará en las normas las acciones aceptadas y no aceptadas.

3.5 Propiedad Intelectual

3.5. Registro de la Marca

El IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) será la organización encargada de notificar y dar fe, que la marca, logos y nombre de la empresa este aptos para ser suscrito sin ningún problema (Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, 2015)

3.5.2 Derecho de Autor del Proyecto

El proyecto “**Propuesta para la creación de una empresa relacionada con el alquiler de maquinarias para el área de construcción**” está enfocado a cubrir las compañías Constructoras de Guayaquil, la empresa será creada en la ciudad de Santiago de Guayaquil, y ha sido elaborado por Raúl Rendón, bajo la supervisión de la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

3.5.3 Patente y-o Modelo de Utilidad

Construl no pretende patentar por el momento.

3.6 Seguros

Por el momento no se pretende contar con seguros

3.6.1 Incendio

Al momento de inicio de la empresa la compañía no contara con seguro contra incendio, pero se instalará alarmas y roseadores de agua para apagar incendios, estos serán abalados y contarán con el permiso del Benemérito Cuerpo de Bomberos.

3.6.2 Robo

La compañía Construl no contará con póliza de robos, pero se instalará alarma y cámaras para monitorear cualquier actividad sospechosa.

3.6.3 Fidelidad

La compañía Construl no contará con una póliza fidelidad durante el primer año de creada la empresa.

3.6.4 Maquinarias y Equipos

La compañía dentro de su primer año de actividad no pronostica seguros o pólizas para equipos por robos. Por daños y servicio técnico la maquinaria tiene 11 años de garantía de fábrica.

3.6.5 Materias Primas y Mercadería

La compañía no cuenta con materias primas y mercadería, tiene seguro por daños de 1 año a partir de su compra.

3.7 Presupuesto Constitución de la Empresa

Total de Inversión Inicial	
Inversión Activos Fijos	\$ 18147.21
Inversión en Capital de Trabajo	\$ 8821.70
Gastos de Constitución e Instalación	\$ 3800
Total de Inversión Inicial	\$ 30768,42

Elaborado por Raúl Rendón

Gastos Diferidos

GASTOS DIFERIDOS		
Descripción	Costo Anual	Costo Total
Constitución compañía	\$ 500,00	\$ 500,00
Registro de marca	\$ 200,00	\$ 200,00
Instalaciones	\$ 2500,00	\$ 2500,00
Permisos Municipales y bomberos	\$ 300,00	\$ 300,00
Prima Seguros	\$ 300,00	\$ 300,00

TOTAL		\$ 3800,00

Raúl Rendón

CAPÍTULO 4

AUDITORÍA DE MERCADO

AUDITORIA DE MERCADO

4.1 PEST

El análisis PEST, se refiere al estudio de los factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra nuestro proyecto, este análisis es de gran utilidad para conocer los cambios del mercado sean estos de crecimiento o declive, nos permite estudiar las estrategias que tomará la empresa en función de los factores externos de la industria. En cada uno de los factores que detalla el análisis PEST, nos permite ver las ventajas y desventajas para la mejor toma de decisiones. (Chapman, 2004)

Factor Político

El gobierno ecuatoriano tiene una apertura a la creación de personas que quieran emprender en el país, por la cual no habrá ninguna traba legal al momento de crear la empresa. Este proyecto no representa ninguna amenaza al medio ambiente ni a las personas que trabajasen en la misma (Richard Espinoza, 2014)

Por otro lado el gobierno ha creado nuevos impuestos que harán que la inversión inicial para la creación de la compañía suba. La salvaguarda de maquinarias es del 15% lo cual hará que el presupuesto suba en unos 800 dólares aproximadamente.

Un gran problema es la contratación de empleados dado que este gobierno ha creado una sobreprotección innecesaria al trabajador, por consiguiente habrá que ser cauteloso al momento de contratar personal. El comunicado emitido desde la Presidencia del Ecuador manifiesta que “la sobretasa arancelaria aplicara de la siguiente manera”

Sobretasa	Producto
5%	Bienes de capital y materias primas no esenciales.
15%	Bienes de sensibilidad media
25%	Neumáticos, Cerámica, CKD de Televisores y CKD motos.
45%	Bienes de Consumo Final, televisores , motos

(Presidencia Republica del Ecuador, 2015)

No hay la amenaza que entre una compañía multinacional al mercado ya que el gobierno ha puesto varios impuestos que hará que la inversión extranjera este reacio a entrar al país, y en el caso que entre, entraría al mercado nuevas maquinarias que se encargarían de comercializar su producto no de alquilarlo por lo cual políticas exteriores no serían un obstáculo para mi futura compañía.

En este momento el gobierno no cuenta con el máximo de apoyo pero es un gobierno estable que cumplirá su mandato y aunque los números no son tan favorables por ejemplo la tasa de crecimiento ha decrecido en comparación al 2014 en un 10% y con el paso de los años ha estado a la baja está dentro del promedio de Latinoamérica, cabe recalcar que la proyección para el 2015 se presume que será del 3.5%.(Cepal, 2015)

Factor Económico

El Ecuador no cuenta con una fuerza monetaria estable que permita garantizar nuevas inversiones que beneficien al sector de la construcción, por

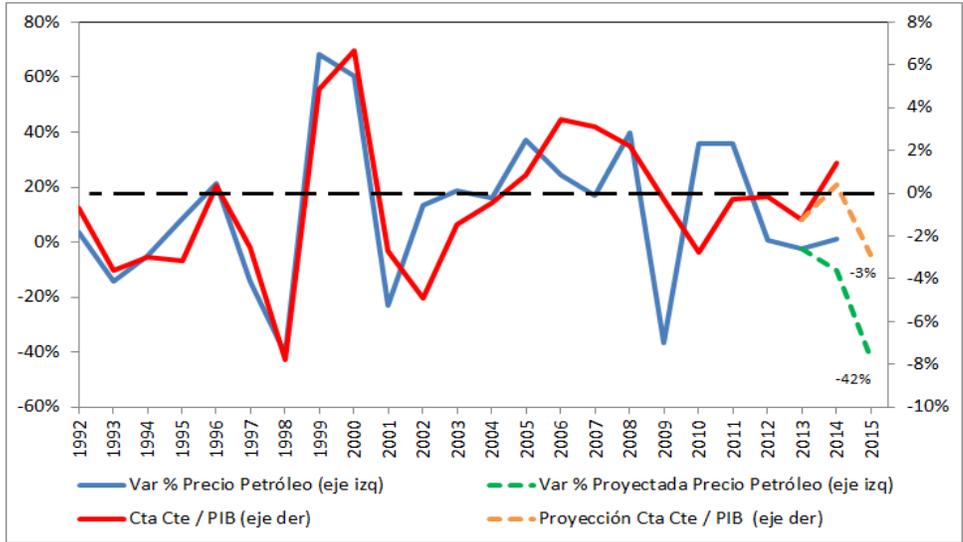
otro lado el sector de la construcción aunque se verá afectado en proyectos del gobierno no constituye una gran parte de nuestros potenciales clientes. Por ejemplo el gobierno a presupuestado en sus ocho años de gobierno más de 8000 millones de dólares en construcción y arreglo de carretera y nuestro futuro negocio no está enfocado en alquilar maquinarias a las constructoras especializadas en construcción vial.

Existen compañías que se pueden financiar el proyecto que será de un presupuesto aproximado de 8,000 dólares, esta compañía puede ser una cooperativa que será nuestra primera opción, así como banco del fomento o alguna otra entidad del estado. El interés anual bordea el 8.3%(Carina Morales Paez, 2012)

La tan nombrada distribución de los recursos en el país será una amenaza ya que las empresas que se encargan de construir nuevos edificios para vivienda propia o local comercial etc. Es probable que tengan menos obras por nuevas leyes como la ley de la herencia o la ley de la plusvalía. Por ende la redistribución de los recursos será una amenaza futura para el negocio de la construcción (Banco Central del Ecuador, 2015)

El desarrollo del país no es favorable ya que nuestra deuda externa es muy elevada y todo nuestro petróleo está vendido y la mayoría ya pagado, por lo que se pronostica que el gobierno seguirá con los impuestos por lo menos por tres años más o hasta que el petróleo suba su precio por barril (Ec. Francisco Escandon Guevara, 2015)

Estos nuevos impuestos y la ley que favorece tanto al trabajador y tan poco al empleador aleja la inversión extranjera por lo cual no es muy probable que se construyan grandes edificaciones al menos en este año.



(Ec. Manuel Gonzalez, 2015)

Factor Social

En Guayaquil y sus alrededores que es donde está enfocado este proyecto es un sector favorable ya que hay varias áreas que todavía falta por construir o a su vez ser remodelados

La provincia del Guayas cuenta con un área de 34000 km cuadrados y una población aproximada de 2.6 millones de personas(Infografía Ecuador, 2015) que se sigue expandiendo por lo cual el área de construcción se seguirá ampliando y será prospero para el negocio.



(Google Maps, 2015)

Así mismo las nuevas fábricas tendrán que seguirse expandiendo por las regulaciones ambientales y esto hará que se expanda más la industria, las viviendas y edificaciones

Dado el avance que ha tenido la provincia del Guayas en edificaciones, la cultura de las personas como del municipio y gobierno demandara que se creen nuevos edificios y remodelación de antiguos edificios (ejemplo el edificio conocido como La Licuadora)

La tendencia consumista que existe en la provincia del Guayas ayuda a la creación de nuevas atracciones que fortalecerá a la creación de nuevas edificaciones



Factor Tecnológico

Las compañías que invierten en nuevos edificios comerciales (malles, local comercial, local para consumo, casas) tienen personal que se encarga de revisar posibles nuevos sectores que favorezcan a la construcción, ya sean para consumismo o vivienda, así mismo donde la plusvalía del sector este a la alza en los próximos años (Xavier Salvador Plaza, 2014)

La tecnología es un factor importante al momento de nuevas construcciones que sean llamativas para los posibles clientes de casas o locales comerciales.

Así mismo se encarga de crear la necesidad de que la población visite las nuevas edificaciones que se crean (nuevos mall, nuevas urbanizaciones, mini malls, locales de consumismo)



(Metroquil Municipio, 2014)

4.2 Atractividad de la Industria: Estadística de Ventas, Importaciones y Crecimiento de la Industria

La industria del mercado es una industria atractiva para las empresas ya que la rentabilidad es inmediata, la ganancia es alta y generalmente los riesgos son compartidos, así como es una industria que ofrece productos tangibles y los valores no se deprecian con el tiempo, por el contrario su plusvalía aproximada según el banco central sube aproximadamente un 10%, todo esto en base a la expansión a la ciudad que ha tenido en los últimos años y la importancia que tiene Guayaquil dentro del Ecuador como una de sus principales ciudades (Xavier Morante, 2013)

Con ventas que bordean los 8023 millones al año se puede decir que es una parte importante de la industria en el Ecuador por la cual varias compañías, fábricas, personas se benefician de manera directa e indirecta (Hermel Flores, 2015)

Construl no prevé entrar en importaciones directas, ni para traer maquinarias, ya que no representa un gran ahorro económico y el riesgo es alto, dentro del primer año no se pretende introducir la empresa fuera de la provincia del Guayas.

La industria no presenta un crecimiento considerable para este año llegando solo a un 3% más sin embargo la construcción ocupa un lugar importante dentro de la economía del Ecuador (Ec. Patricio Rivera, 2015)

MACRO ENTORNO

La construcción ejerce uno de los papeles más importantes para la creación de nuevos empleos, así mismo para el turismo interno y externo, así como la migración interna a las principales ciudades del Ecuador.

Aunque se prevé y ya se refleja que el sector de construcción no está en crecimiento como estuvo en los primeros años del gobierno actual, no dejó de representar en el año 2014 cifras que superan los 8000 millones de dólares según La Federación del Ranking de la industria en Latinoamérica, ocupando el octavo lugar en América Latina de entre 15 países (Camara de la Industria de la Construcción, 2012)

Según Hermel Flores, Presidente de la Cámara de la Industria de la Construcción en el 2014 tuvo un ascenso del 2% la construcción, muy por debajo del 14% del 2013.

(Hermel Flores, 2014)

Se espera que la construcción siga fluyendo en el Ecuador pero no de la manera tan rápida como lo ha estado haciendo en los últimos años.

Ranking DEL TAMAÑO DEL SECTOR DE LA CONSTRUCCIÓN

-En millones de dólares-

(Producto Interno Bruto)



Fuente: FIIC

(Federación Interamericana de la Industria de la Construcción, 2015)

Meso

La Asociación de Promotores Inmobiliarios de Viviendas del Ecuador asesora e informa y realiza promociones para que los ecuatorianos consigan viviendas, provee información para una buena toma de decisiones, prácticas ambientales y sociales sostenibles

Micro Entorno

Existen varias compañías que se encargan de brindar alquiler de maquinarias de trabajo pesado y semipesado por lo cual no es un negocio que

aunque es conocido y los clientes lo conocen, tendrá varios competidores directos.

La empresa contará con proveedores que darán mantenimiento y asesoría de las herramientas que provean, así como de un crédito que llega hasta los 110 días.

Herramientas Bosch es la principal alternativa para comenzar, podrá ser Dewalt industrial en el caso que Bosch no disponga con alguna herramienta, Dewalt también dará asesoría, servicio técnico y garantía, por el lapso de un año.

Cientes son las constructoras de edificaciones, no tanto así las constructoras viales dado que las constructoras viales, cuentan con todas las maquinarias que la compañía ofrece ya que es de un uso diario.

Al contrario de las constructoras de edificación a estas no les conviene invertir en maquinarias dado que el uso que le dan a estas no es diario y muchas veces no cuentan con personas calificadas para el uso de estas o el transporte y bodegaje de las maquinas.

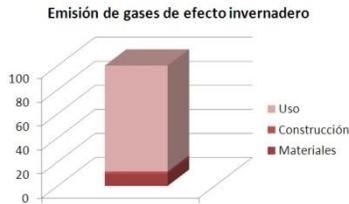
Formas de financiamiento será Banco del fomento, financieras, cooperativas. A un margen de interés del 8.5 anual.

4.3 Análisis de Ciclo de Vida de la Industria

El ciclo de vida de la construcción es de no acabar ya que todo país necesita renovación constante de sus calles, edificios, muelles, entre otros. Por otro lado dependerá de la estabilidad del país y en nuestro caso un precio del petróleo elevado que haga que nuestro presupuesto general sea mayor al actual para que se

Incentive la creación de nuevas edificaciones, así como de un país solvente para que las empresas estén dispuestas a invertir en nuevas edificaciones o ampliaciones de construcciones ya existentes.

El ciclo de vida máximo de una construcción varía de 20 a 100 años de utilidad.



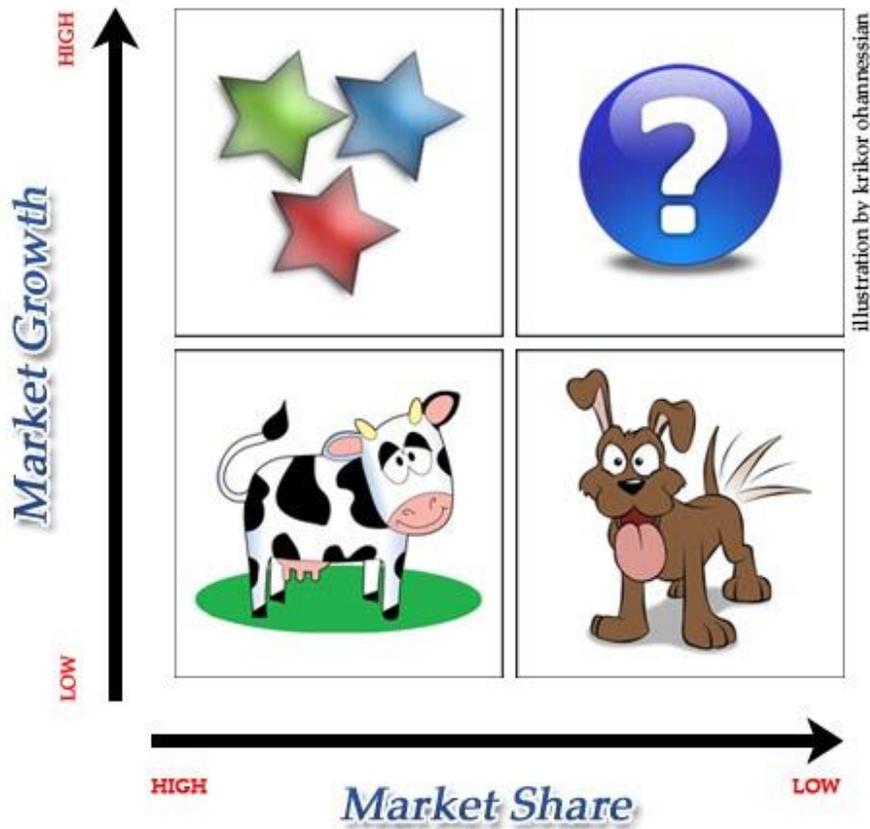
(Andece Ecuador, 2015)

4.4. Matriz BCG

La matriz Boston Consulting Group (BCG), se utiliza para conocer donde se encuentran posesionados los productos o negocios, y ayuda en la toma de decisiones.

La compañía comenzará en interrogante dado que aunque el producto es conocido y se contará con potenciales clientes, no se sabe que tan pronto se ganará un puesto en el mercado.

Sin embargo, con las adecuadas estrategias para su desarrollo y posicionamiento en el mercado se aspira ubicar a la empresa en el cuadrante de producto estrella en los dos primeros años.



Elaborado Raúl Rendón

4.5 Análisis de ciclo de vida del producto en el mercado

Se estima que el producto tenga una vida útil de 12 meses a 18 meses después de eso se tendrá que renovar maquinarias ya sea por uno similar o un modelo nuevo pero de las mismas características, así mismo ir ampliando la gama de maquinarias, hasta conseguir a largo plazo maquinarias pesadas que tendrán un uso de 72 meses a 120 meses.

4.6 Análisis de las cinco fuerzas de Porter



Cuadro Michael Porter

Poder de negociación de los Compradores o clientes (Medio-Alto)

Resulta complicado en el sentido que existen varias empresas dando el mismo servicio que nuestra empresa brindará, por ende no será un negocio que el precio será flexible o a la alza, mas sin embargo estudiando adecuadamente los precios que fluctúan en el mercado y dando un servicio oportuno, haciéndose conocer con los proveedores adecuados y estando un poco más abajo del rango de precios, la negociación con los clientes y fidelidad serán posible.

Poder de negociación con los proveedores

Esta será la mayor fuerza de Porter para la empresa ya que la compañía contará con créditos largos con diferentes compañías que proveen las maquinarias que la empresa necesita para su posterior alquiler, además se cuenta con servicio técnico, revisiones constantes, garantía por un año de la maquinaria y capacitaciones para conocer más a fondo la funcionalidad de la maquinarias con las que contaremos..

Amenaza de nuevos competidores entrantes

Es probable que se sigan sumando nuevos competidores al mercado ya que no es un mercado que se necesita una gran inversión ni conocer el producto o haberlo estudiado por una gran cantidad de tiempo, mas sin embargo se necesita tener el crédito con empresas multinacionales y esta a su vez te de capacitaciones y garantías por las maquinarias que distribuyen, además se necesita conocer las posibles clientes, tener alguna experiencia en negocios anteriormente para que sea permitido entrar a un mercado que lo está ocupando un proveedor con el que ya cuenta con su total confianza.

Amenaza de productos sustitutos

Para la empresa no será una amenaza dado que la compañía tendrá proveedores que cuentan con las mejores herramientas del mercado y cuenta con crédito que ayudara a que la empresa no tenga problemas de flujo sobre todo en los primeros meses, existen productos sustitutos pero su valor y potencia en maquinaria no se comparan con la maquinaria con la que la compañía cuenta.

Cabe recalcar que la compañía cuenta en su mayoría crédito y garantía con otras marcas de maquinarias.

En este mercado no hay productos sustitutos que no sea maquinarias lo único que varía es la marca de la maquinaria con la que se trabajaría.

Posibles productos sustitutos:

Dewalt

Stanley sección industrial

Makita

Black and Decker

Milwaukee

Rivalidad entre competidores

Este será el mayor obstáculo que plantea las fuerzas de Porter en nuestro proyecto, ya que se hay compañías que están más posicionadas dentro del mercado y conocen como se mueve esta industria. No por ello cuentan con todo el mercado, solo habrá que ser más agresivo en publicidad, en hacer conocer la empresa y darle un mejor servicio que la competencia, así como estar dentro o un poco más bajo que los precios de mercado, estar listo para hacer entregas oportunas y contar con canales de distribución en toda la zona de Guayaquil y sus alrededores.

4.7 Análisis de la Oferta

4.7.1 Tipo de Competencia

Los tipos de competencia se definirán en directa e indirecta:

Directa serán los mismos productos que están en alquiler por diferentes compañías que tienes compañías afines a esta. También se contara como competencia directa maquinarias que tienen las mismas características pero diferente marcas.

Indirecta se enfocaría en que la compañía por diferentes situaciones viera que es necesario la compra de la maquinaria por lo cual ya no necesitaría el alquiler de la misma externamente.

Comparación de los cuatro tipos de mercado, según las características que afectan el grado de competencia

CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	TIPO DE MERCADO			
	COMPETENCIA PERFECTA	COMPETENCIA MONOPOLÍSTICA	OLIGOPOLIO	MONOPOLIO
Número y tamaño de las empresas	Gran número de empresas relativamente pequeñas	Gran número de empresas relativamente pequeñas	Pequeño número de empresas relativamente grandes	Una
Tipo de producto	Estandarizado	Diferenciado	Estandarizado o diferenciado	Único
Entrada y salida del mercado	Muy fácil	Fácil	Difícil	Muy difícil o imposible
Competencia no basada en el precio	Imposible	Posible	Posible o difícil	Innecesaria
INDICADORES CLAVE DE COMPETENCIA				
Poder de mercado	Ninguno	Bajo a alto	Bajo a alto	Alto
Beneficios económicos a largo plazo	Ninguno	Ninguno	Bajo a alto, sujeto a dependencia mutua	Alto, sujeto a regulación

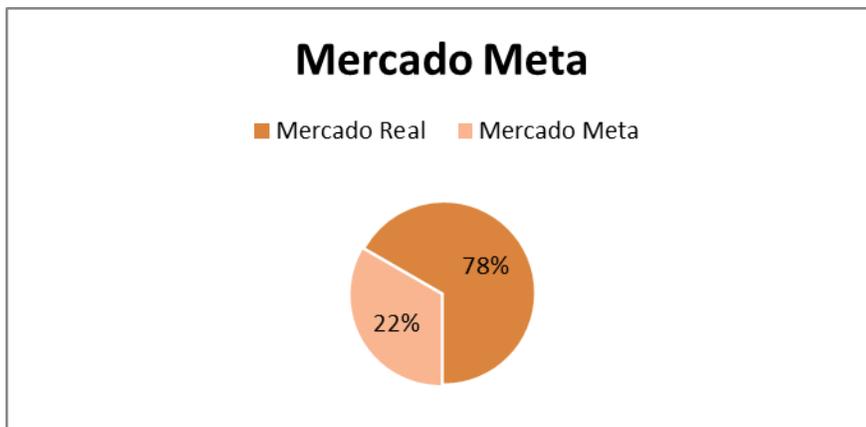
Fuentes: (Paul G. Keat & Philip K.Y. Young, 2004)

4.7.2 Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

Mercado Poblacional: El territorio Guayaquileño cuenta con un aproximado de 3 millones de habitantes. De los cuales en el Guayas existe un aproximado de 2300 compañías divididas entre inmobiliarias y de construcción. Mi mercado potencial será las empresas de construcción que son las encargadas de llevar a cargo de construir el inmueble.

El mercado real será las constructoras de inmuebles que no cuenten con maquinaria semipesado, que prefieran alquilar por cuestión de espacio por bodegaje y cuidado de la misma. Dinero, ya que sientan que no representa comprar un equipo por semanas de uso al mismo.

Mercado Meta será municipalidad y pequeñas construcciones que cuenten con arquitectos independientes.



Elaborado Raúl Rendón

4.7.3 Segmentación de Mercado

En lo que corresponde a segmentación la empresa se enfocara en constructoras que se especialicen en edificaciones, ya que las que se encargan de terrenos generalmente cuentan con sus propias maquinarias. Tratar de abarcar construcciones particulares donde Ingenieros Independientes se encarguen de la construcción y alquiler de los equipos por cuenta propia.

4.7.4 Características de los Competidores

Nombre	Ubicación	Antigüedad	Principales Productos	Rango de Precios
Ainsa	Av. Juan Tanca Marengo 2 ½	14 años en el mercado	Generadores, Aire comprimido, experiencia	60 a 120 dólares
Maquinarias y constr. J U V	VERGELES MZ 115 SOLAR 10	8 años en el Ecuador	Maquinaria pesada o ligera	25 - 450 depende equipo y disp..
C. Suntaxi	Duran Tambo km 2 ½	6 años en el mercado Guayas	Maquinaria todo tipo	60 - 400

4.7.5 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra-Estrategia de la empresa

Estrategia de los competidores: Estrategia de la competencia principalmente es tener una buena infraestructura, conocimiento del negocio y precios que exige dentro del rango que el consumidor está dispuesto a pagar y experiencia en el negocio.

Contra-estrategia de la empresa: Ofrecer precios igual o un poco debajo del promedio, incluir movilización dentro de los límites de Guayaquil, aprovechar los negocios que la empresa mantiene con ciertas constructoras y un buen plan de marketing al momento de ofrecer los productos, agilidad al momento de la entrega. Personalización con el cliente.

Cabe recalcar que la empresa debe estar acorde con las exigencias que el cliente necesita siempre con equipos en buen estado y listos para trabajo inmediato así como accesorios para el mismo.

4.8 Análisis de la demanda

4.8.1 Criterio de segmentación

Estos se clasificaran en tres categorías:

Geográfico.- Ciudad de Guayaquil

Socio-Económicos.- Fabricas medianas, pequeñas, altas de construcción.

Pictográfica.- Compañías que estén aptas a reformular sus métodos de producción

4.8.2 Selección de Segmentos

Todas las constructoras que no cuenten con equipos propios, los equipos que me especializare al comenzar son conocidas como maquinaria ligera o liviana, también abarcar a negocios independientes que necesiten maquinaria liviana e Ingenieros independientes.

4.8.3 Perfiles de los segmentos

Los segmentos de los perfiles deberán tener los requisitos establecidos a continuación.

- Tener un local o terreno en construcción donde se entregue la maquinaria.

- Contar con cedula de ciudadanía la persona que recibe así como el que arrienda la maquinaria.
- Contar con personas aptas para el uso de la maquinaria requerida.
- Contar con financiación propia.

FODA

Análisis FODA	Fortalezas	Debilidades
Análisis Interno	<ul style="list-style-type: none"> -contar con servicio a domicilio -manejar a la perfección el internet lo cual permitirá que la compañía sea fácil de encontrar en la web - créditos al momento de adquirir maquinaria 	<ul style="list-style-type: none"> - Falta de experiencia en el negocio del alquiler. - No contar con una gran gama de maquinarias al momento de comenzar el negocio.
	Oportunidades	Amenazas
Análisis Externo	<ul style="list-style-type: none"> - Poder cubrir las necesidades de clientes inconformes - Poder contar con nuevas maquinarias de inmediato en el 	<ul style="list-style-type: none"> - Gran parte del mercado no estará familiarizada

	<p>caso que sea necesario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Conocer varios constructoras que alquilan regularmente maquinarias 	<p>con la empresa.</p>

Elaborado: Raúl Rendón

4.10 Investigación de Mercado

4.10.1 Método

El método escogido para tener información precisa es el método exploratorio, que contara con entrevistas personales y grupos focales. Este método permitirá conocer las necesidades reales de las constructoras y la frecuencia de alquiler de estas.

4.10.2 Diseño de la Investigación

4.10.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos.

Objetivo General

Saber las necesidades reales de los clientes, formas de pago, tiempo aproximado de uso de maquinaria, tipos de maquinaria que son frecuentes.

Objetivos Específicos

Conocer valores exactos por costos de alquiler.

Formas de pago de los clientes.

Saber con qué tipo de maquinarias cuentan generalmente las constructoras.

4.10.2.2 Tamaño de la Muestra

El tamaño de la muestra va acorde al mercado al cual la compañía apunta, los cuales son Empresas de Construcción.

La empresa tiene como objetivo posicionarse en Guayaquil y sus alrededores, el número de estas compañías son de 320 en el guayas y en Guayaquil específicamente son 245 empresas. (Censo, 2010)

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Número de Empresas	245
Margen de Error	2,5%
Nivel de Confianza	95%
Tamaño de la muestra	147

Elaborado: Raúl Rendón

4.10.2.3 Técnica de Recogida y Análisis de datos

4.10.2.3.1 Exploratoria

Dado que necesitamos saber con exactitud cómo se maneja el cliente sobre el alquiler de maquinarias, se escogió el método exploratorio que consiste

en entrevistar a potenciales clientes y ver con qué frecuencia recurren al alquiler de maquinarias.

4.10.2.3.2 Concluyente (Encuesta)

Para una exacta recolección de datos y tener un claro análisis sobre alquiler de maquinarias se harán las siguientes preguntas.

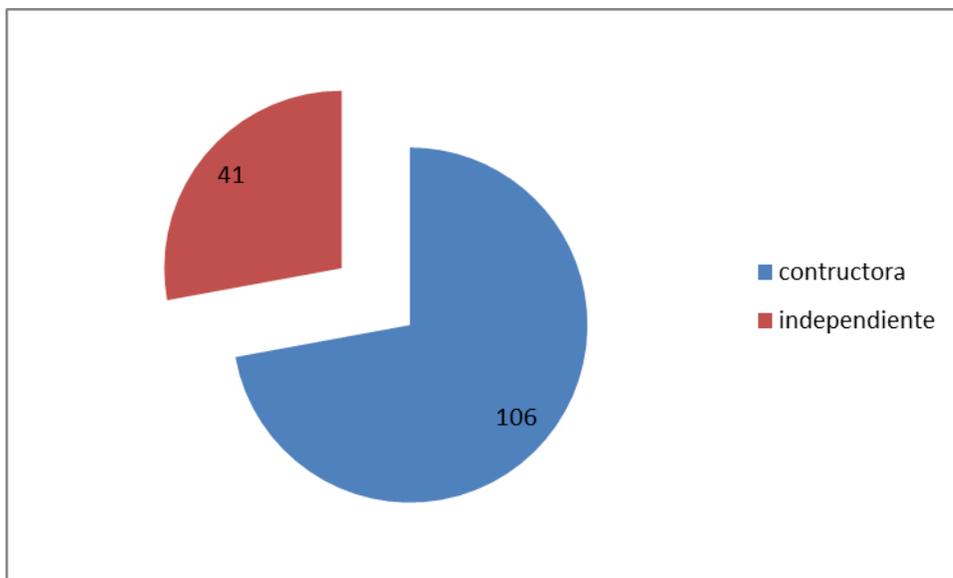
1. ¿Usted ejerce su profesión de Ingeniero Civil en una empresa de construcción o lo efectúa de manera Independiente?
2. ¿Se especializa en la Construcción Inmobiliaria (Edificaciones) o Construcción Vial (carreteras)?
3. ¿Aproximadamente cuánto tiempo lleva terminar una obra al 100%?
4. ¿Qué tan importante es el tamaño y tiempo de la obra para saber si es preferible comprar o alquilar maquinaria?
5. ¿Tiene maquinarias propias a su disposición?
6. ¿En el pasado ha contado con maquinarias propias?
7. ¿A su criterio Cuales son las ventajas y desventajas de tener maquinaria propia?
8. En el caso de trabajar en una empresa de construcción. ¿Cuál es procedimiento para conseguir maquinarias?
9. ¿Tiene autonomía para contratar maquinaria a la hora de que haya la necesidad?
10. ¿Qué marcas para maquinaria prefiere?
11. ¿A criterio personal cuales son las herramientas más usadas al momento de comenzar una obra, sin contar las máquinas de pilotajes?
12. ¿Prefiere que la herramienta la maneje un trabajador de la obra o que se dé el servicio de alquiler con el trabajador incluido?

4.10.4.2 Análisis de Datos

Se encuetaron a las 147 empresas que determinó el tamaño de la muestra, se escogieron todas empresas para realizar las entrevistas y los resultados fueron los siguientes:

1.- ¿En su Profesión de Ingeniero usted labora: Para una compañía de Construcción o trabaja de manera Independiente?

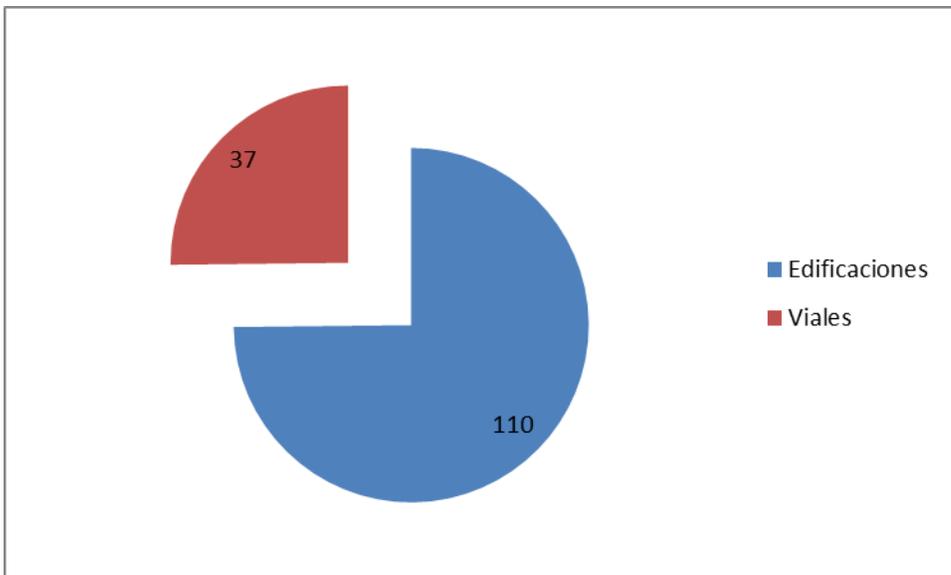
Compañía constructora	106
Independientemente	41



Esto nos muestra que la mayoría de personas están en compañías de construcción laborando por ende se ahondara más en saber las maquinarias que usan habitualmente entre otras preguntas.

2. ¿Las licitaciones con las que cuenta son: construcción de inmuebles (edificaciones) o construcción vial?

Edificaciones	110
Viales	37

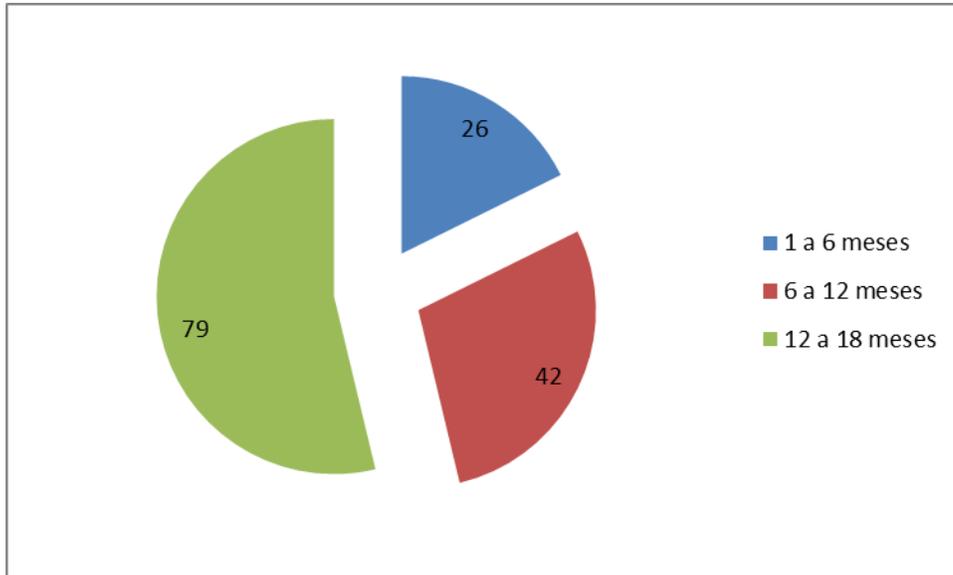


3.- ¿Cuánto tiempo lleva realizar una obra?

1.- 1 a 6 meses	26
2.- 6 meses a 12 meses	42
3.-12 meses a 18 meses	79

Los encuestados recalcan que aunque tienen un plazo para la entrega de la obra dado a circunstancias varias la obra puede demorarse un poco más programado.

Sus respuestas fueron dadas en base a los contratos de entrega.



4.- ¿Qué tan importante es el tamaño y tiempo de la obra para saber si es preferible comprar o alquilar maquinaria?

1.- Es importante	98
2.- Es indiferente	41
3.- Es una posibilidad	8

5.- ¿Tiene maquinaria a su disposición?

1.- Si	116
2.- No	31

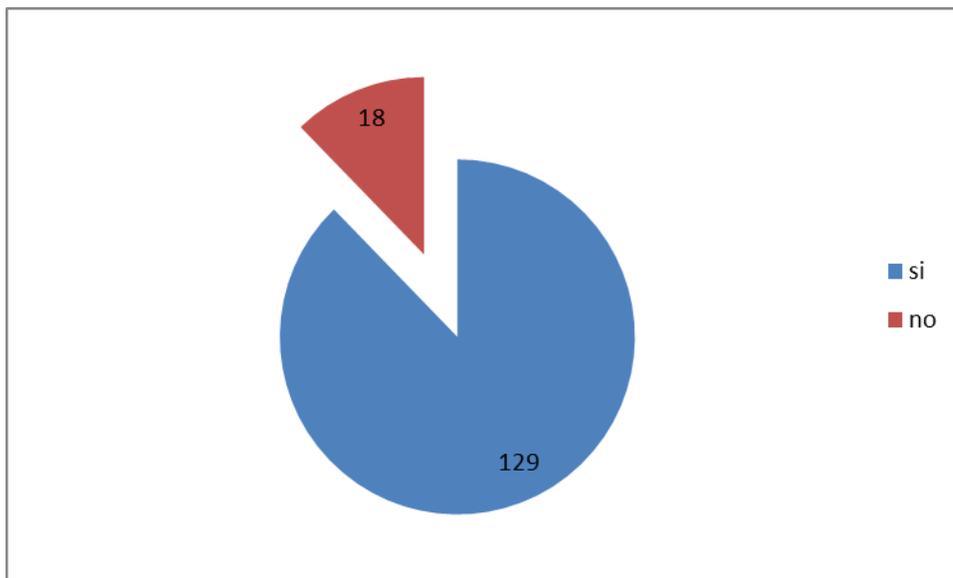
Los 15 encuestados tienen diferente tipo de maquinaria:

11 encuestados cuentan en las compañías en que laboran cuenta con vario tipo de maquinarias

Los 4 restantes cuentan con maquinarias ligeras desde hace algún tiempo.

6.-¿ En el pasado ha contado con maquinarias a su total disposición?

Si	129
No	18



12 de los 19 encuestados han contado con todo tipo de maquinarias entre pesadas y ligeras, el otro 7% tuvo maquinarias ligeras.

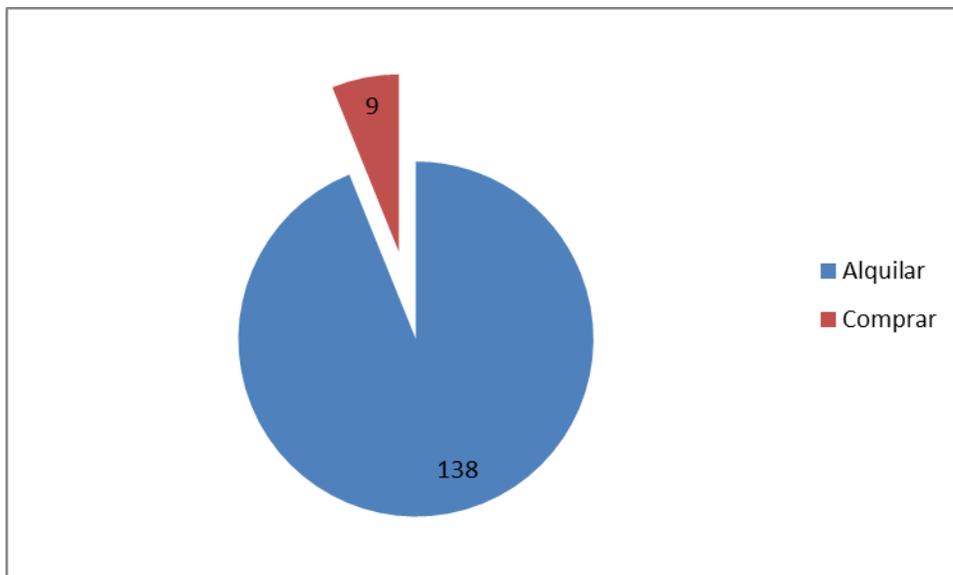
7.- ¿A su criterio Cuales son las ventajas y desventajas de tener maquinaria propia?

1.- Positivo	91
2.- Contra	54
3.- Indiferente	2

Las desventajas generalmente nos explican los encuestados que es debido al Bodegaje y que la mercadería se pierda.

8.- Al momento de necesitar maquinaria por un corto lapso de tiempo se usted:

1.- Alquilar	138
2.- Comprar	9



De las compañías encuestadas que prefieren alquilar 15 ya han alquilado con anterioridad, obteniendo buenos resultados.

Cuatro compañías cuentan con maquinarias propias a total disposición y se procede a realizar el alquiler cuando sus maquinarias propias no abastecen para toda las obras.

9.- Tiene usted autonomía para alquilar maquinarias?

Si la obra directamente se encarga de eso	35
No la maquinaria se pide en el dto. De compras	112

Con la información obtenida la empresa reconoce que la visita a potenciales clientes se tendrá que realizar en las oficinas donde esté el departamento de compras de cada empresa, no tanto así en la obra directamente.

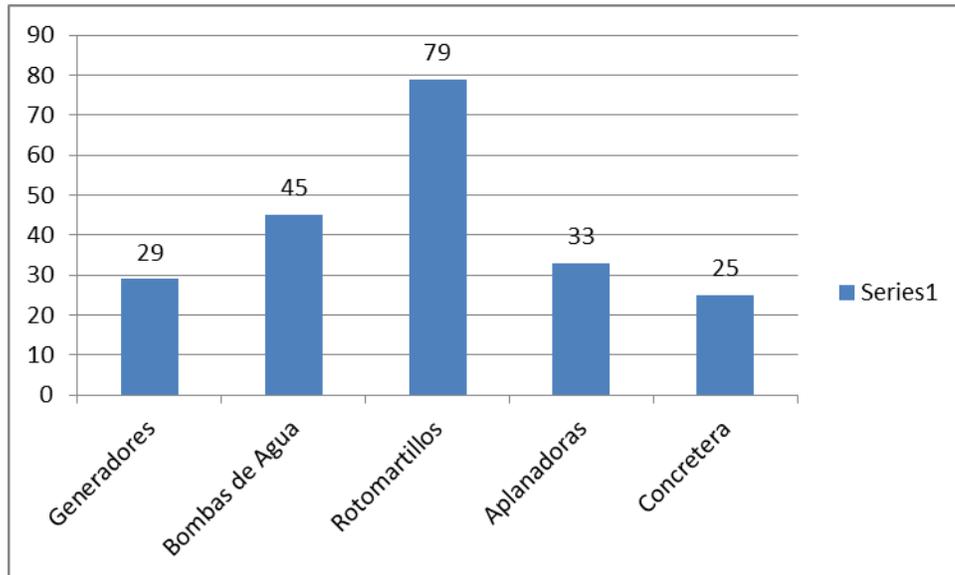
10.- ¿Qué marcas para maquinaria prefiere?

1.- Bosch	35
2.- Dewalt	79
3.- Makita	33

11.- Maquinarias indispensables al comenzar una nueva obra:

1.- Generadores	29
-----------------	----

2.- Bombas de agua (descarga)	45 (después del 2do mes de arranque de obra)
3.- Rotomartillos, demoledores	79
4.- Aplanadoras	33 (después del tercer mes de arranque de obra)
5.- Concretera	25 (después del tercer mes de arranque de obra)



Esta opción los encuestados escogen más de 1 opción.

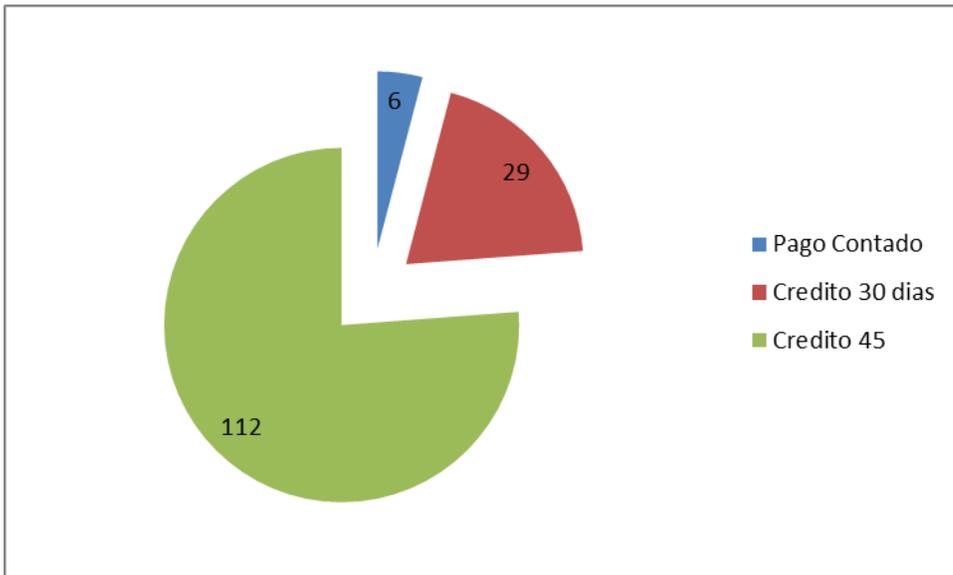
12.- Es preferible que al momento de alquilar la maquinaria, un operador ajeno a la empresa maneje la maquinaria:

1.- Si	19
2.- No	52

3.- Depende la maquinaria	76
---------------------------	----

13.- Cuales son las formas de pago que más usa al momento de comprar o alquilar?

1.- Pago contado	6
2.- Crédito 30días	29
3.- Crédito 45 días	112



La compañía deberá en sus flujos proyectarse que la mayoría de pagos vendrán dentro de los 30 y 45 días que se alquila la maquinaria.

4.10.2.5 *Resumen e interpretación de resultado*

Con las encuestas realizadas y resultados obtenidos, hemos revisado que la mayoría de empresas cuenta con maquinaria propia, solo 5 personas encuestadas comentan que en la empresa que laboran cuentan con una amplia diversidad de maquinarias y varias de cada una. Por otro lado las empresas no se abastecen con las maquinarias con las que cuentan o no cuentan con todas las maquinarias necesarias para cubrir todas las necesidades que se requirieren en una construcción.

El resultado muestra que un 76% alquila maquinarias. (147 empresas de las encuestadas) de ese total 16 empresas ósea el 62% alquila de forma regular, el otro 30 % de las compañías alquilan de forma continua. Y por último el 8% alquila todas las mercaderías que necesitan exceptuando las maquinarias súper ligeras.

4.10.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado

Con la información brindada y porcentajes expuestos, la conclusión a la que llegamos es que las compañías en su mayoría están dispuestas a alquilar maquinaria ya que no se abastecen con las que tienen o no cuentan con las mismas, muchas compañías sufren de robos o averías de las mismas por lo que se retrasa el seguimiento de las actividades diarias y recurren a costos de arreglo y tener personal sin realizar funciones.

4.10.4 *Recomendaciones de la Investigación de Mercado*

La empresa sugiere lo siguiente en base a las encuestas realizadas y resultados obtenidos.

- La compañía debe contar con precios competitivos que estén dentro del rango del mercado.

- Los encuestados piensan que el servicio a domicilio que la empresa ofrece es una ventaja frente a los competidores.
- El asesoramiento de las maquinarias al ser entregadas es una gran ventaja para el óptimo desempeño de la misma.
- Trabajar y elaborar créditos para clientes que trabajen de esta manera, tratando de que la compañía no se vaya a quedar sin flujo monetario en un futuro.
- Contar con varias maquinarias del mismo tipo.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

5. PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos: General y Específicos

El objetivo de crear un plan de marketing es crear métodos que permitan al producto y compañía posicionarse en el mercado que apunta, así como hacerse conocer.

Objetivo General

Posicionamiento de la compañía y que se haga conocer por el servicio que presta.

Objetivo Especifico

- Incrementar constantemente las ventas
- Que el cliente tenga total conocimiento del servicio que ofrece la empresa
- Desarrollar estrategias para abarcar nuevos clientes

5.1.1 Mercado Meta

5.1.1.1 Tipos de Estrategia y Penetración

Para determinar el tipo y las estrategias de penetración, analizaremos la matriz de crecimiento de productos y mercados que propuso Ansoff en 1988.

	Productos actuales	Productos nuevos
Mercados actuales	ESTRATEGIAS DE PENETRACIÓN DE MERCADOS	ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE PRODUCTOS
Mercados nuevos	ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DE MERCADOS	ESTRATEGIAS DE DIVERSIFICACIÓN

Fuente (Maria Dolores Garcia, 2004)

Según esta tabla la empresa desarrollará la Estrategia de Penetración de Mercado la cual consiste en

- Estrategia de Promoción Intensiva: Consiste en que la compañía tenga un plan de marketing que haga que se posicione en el mercado y gane clientes rápidamente.
- Estrategia de canales de distribución: La compañía abarcara toda la Ciudad de Guayaquil y sus alrededores sin ningún costo adicional en el envío, esto nos dará nuevos clientes

		PRODUCTO	
		Conocido	NO conocido
MERCADO	Conocido	Penetración en el mercado	Desarrollo de productos
	NO conocido	Desarrollo o segmentación de mercados	Diversificación

(Igor Ansoff, 1987)

Crecimientos Con Productos Actuales

- Maximizar la eficiencia del producto, posicionamiento mediante una estrategia fuerte en marketing y costos en un 5% debajo de la competencia.

El mercado al que la compañía apunta ya es existente pero con productos nuevos de buena calidad y duraderos más precios competitivos es posible acaparar una parte del mercado.

5.1.1.2 Cobertura

Al momento que la empresa funcione contará con servicio a domicilio dentro del área de Guayaquil y sus alrededores así como una vez terminado el tiempo de alquiler se procederá a hacer el retiro del mismo.

5.2 Posicionamiento

5.2.1 Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Estrategia de Posicionamiento	Descripción
Posición	Posicionarse en los consumidores como una compañía que soluciona sus problemas de alquiler con servicio a domicilio y buenos precios
Objetivo	Ser la primera opción del cliente al momento que requiera maquinarias con las cual el no cuenta
Segmento	Compañías de construcción inmobiliario dentro de Guayaquil
Atributos	Compañía con Maquinaria de punta, a buen precio y servicio a domicilio
Calidad Percibida	Que el consumidor sepa que somos su prioridad, estando listo a atender sus necesidades
Ventaja Competitiva	Conocer a gran parte de los clientes lo cual brinda una seguridad y confianza al momento de adquirir maquinarias
Símbolo Identitario	Soluciones Inmobiliarias Constru

--	--

5.3 Marketing Mix

5.3.1 Estrategia de Producto o Servicio

5.3.1.1: Definición, Composición, Color, Tamaño , Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real , Producto Aumentado

La compañía cuenta con maquinarias de nuevas, de alta calidad, que está dirigido a cubrir la necesidad de compañías de construcción inmobiliaria.

Composición

La empresa contará con maquinarias de alta calidad las cuales serán:

Rotomartillo Bosch Gbh 4-32



Peso: 4.7 kg

Potencia 900w

760 revoluciones por minuto

Reversible

Fuerza de impacto 5j

Rotomartillo Rompedor gbh 7-46



Peso 11.3 kg

Motor de 1350 w

Componentes metálicos lo cual da mayor durabilidad

Velocidad y Fuerza constante

Concreto de hasta 190 kg

Compactadora



Peso 30 kg

Compactadora de tierra

Motor honda

6.5 hp de fuerza

Tamaño:

Presentación por peso:

30kgs

7.9 kg

4.7 kg

Dimensiones

45x 30 cts.

1.20 x 60 cts.

1.40 x 88 cts.

Imagen Y Slogan

Pretende proyectar seguridad y fortaleza con un toque de elegancia.

Producto Esencial

Para las constructoras que no cuenten con las maquinarias que nosotros alquilamos, la compañía será un apoyo para que las mismas no sufran de retrasos ni adquieran maquinaria innecesaria para estos en un futuro, así como en un alquiler indebido de bodegaje.

Producto Real

Maquinaria que será alquilada a las constructoras que la necesiten

Producto Aumentado

Se harán constantes chequeos de las maquinarias para su máximo desempeño y cambiadas una vez que se necesitare.

5.3.1.2 Adaptación del producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje.

Los puntos que se usarán para el negocio serán:

Condiciones de Entrega: Será especificada en una guía de remisión, lo cual especificará la maquinaria que se está entregando, el modelo de la misma y el tiempo en que esta estará en alquiler, así también será revisada al momento de la entrega para que haya constancia que está en excelente estado.

Transporte: Se contará con un camión de furgón de 500 kgs (apto para recorrer la ciudad) en este se entregará la maquinaria en el punto acordado y se la retirará una vez ya establecido el tiempo estipulado por las partes.

Así también tendrá que estar detallado que los productos se entregaron en óptimas condiciones, en la guía de remisión se especificará la persona que reciba con nombre, firma y numero de cedula y la hora en la que se hace la entrega de la misma.

Requerimientos del cliente: El cliente pedirá un producto que condiciones óptimas y listo para su uso, que se cumpla la hora acordado por el tiempo estipulado.

Formas de Pago: Una vez que el negocio este en proceso tendrá que haber constancia en la factura de cómo serán las formas de pago por el alquiler de la maquinaria, así como cuáles serán los costos por entrega de maquinaria averiada.

5.3.1.4. Marcas y Submarcas

La compañía contará con marcas conocidas y las mejores del mercado en maquinarias ligeras, las cuales son:

Bosch

Dewalt

Makita

Milwaukee

Cabe especificar que se estudia cual será la marca o las marcas con la que comenzará la empresa.

5.3.2. Estrategia de Precios

5.3.2.1. Precios de la Competencia

La competencia cuenta con maquinarias que los precios están entre los 40 a 80 dólares.

Por ejemplo la compañía Suntaxi S.A alquila la compactadora a \$55 como se detalló en puntos anteriores

5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El poder adquisitivo de las constructoras inmobiliarias depende de la licitación con la que cuente, pero sabiendo que en el Ecuador la construcción es de 8000 millones de dólares cuenta con utilidades de más de 280 millones de dólares podemos decir que el poder adquisitivo del mercado que se apunta es rentable a una escala alta.

(Federacion Interamericana de la Industria de la Construcción, 2015)

5.3.2.3. Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo, (Kilo, Tonelada) Términos de Venta, Métodos de Pago.

La compañía no planea estar por debajo de los precios del mercado, pretende dar un buen servicio que conlleve puntualidad, domicilio y maquinarias de calidad óptima. En el caso que el cliente acuerde con la compañía una prolongación conveniente en el uso de maquinarias, se procederá a dar descuento que fluctuará entre un 5 a 12% dependiendo que tal atractivo sea el negocio para la empresa.

Los términos de alquiler se especificarán con el cliente, pero siempre estará acordado que las maquinarias se entreguen en obras y si las maquinarias se entregan con defectos se aplicará un costo adicional dependiendo del problema que tenga la misma.

Métodos de cobro se establecerán con el cliente, es probable que sea un solo pago a 30 días o a 45 días dependiendo el monto y tiempo que la maquinaria estará con el cliente.

Productos		Precio Promedio	Precio Promedio
		x día	x semana
Rotomartillo		68	408
Martillo Rompedor		58	348
Aplanadora		53	318

Elaborado Raúl Rendón

5.3.3 Estrategia de Plaza: Puntos de Venta.

5.3.3.1 Localización de Macro Y Micro

El macro entorno de la compañía estará en Guayaquil ya que las principales compañías de Construcción están en Guayaquil y existe un contacto previo con la mayoría de estas. Así como Guayaquil tiene una superficie de 344.5 kms lo cual la convierte en la ciudad más grande del Ecuador, y que sigue en una constante expansión y construcción.

(Municipalidad de Guayaquil, 2015)

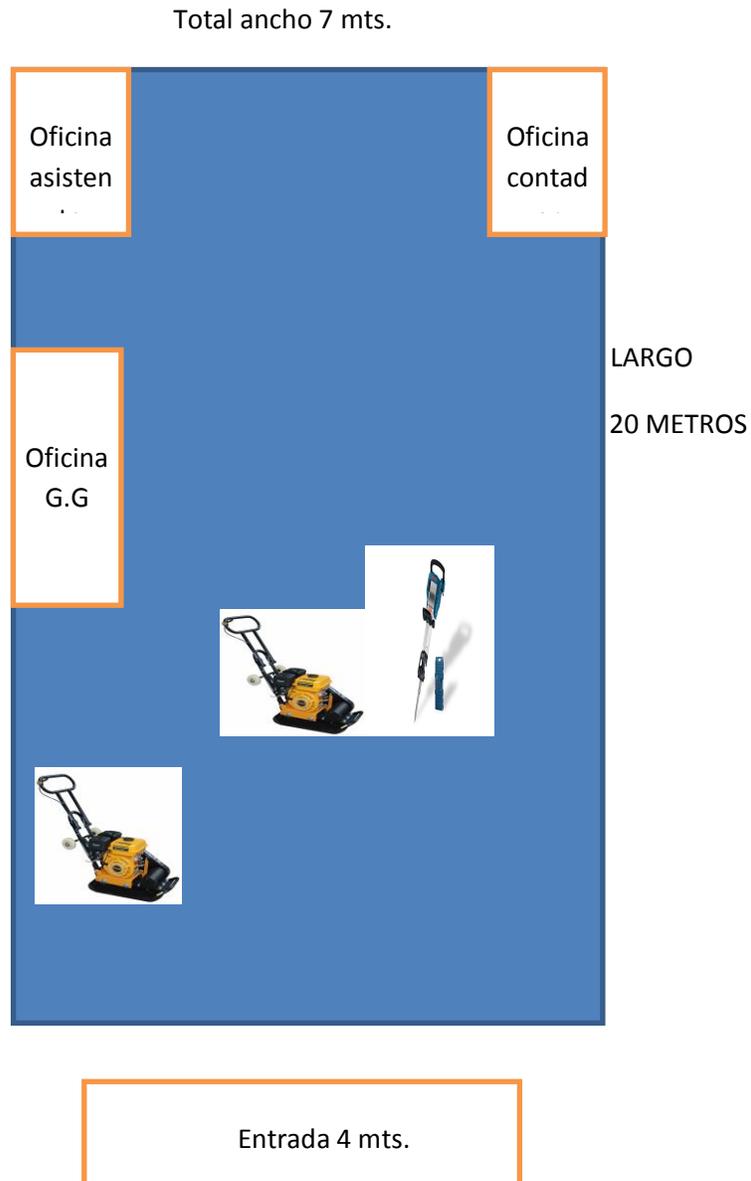
La ubicación micro donde estará ubicada la compañía será en el norte de la urbe más precisamente en el sector de la Tanca Marengo ya que es un sector estratégico que cuenta con vías rápidas de acceso y será fácil el traslado de la maquinaria a las distintas partes de Guayaquil.



(Google Maps)

5.3.3.1.1. Distribución del Espacio

La distribución de espacio de la empresa estará diseñada de la siguiente manera.



5.3.3.1.2. Merchandising

Se enseñará con folletos que las maquinarias que se ofrece, en estas también estará fotos reales de la maquinaria, preferiblemente en uso de la misma.

5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.1 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes

El producto viajará directamente con transporte fletado por la compañía, este irá con el vendedor de la empresa al lugar y hora ya especificada con el cliente y estipulado en el contrato.

Se empleará este método porque mientras menos movimiento o intermediarios haya en la entrega y retiro de la maquinaria más probable es que llegue en excelente estado. También se trata de evitar pérdidas de las maquinarias al momento de que personas ajenas al negocio o sub contratadas hagan la entrega de la misma, el control será mejor y la entrega más segura y rápida empleando este método.

5.3.3.2.2 Penetración de los Mercado Urbanos o Rurales

El área donde haya construcción que sea segura y abalada por la constructora que requiera el servicio.

5.3.3.2.3 Logística

La empresa contará con su propia logística, dado que tendrá su propio medio de transporte y las entregas están dentro de la ciudad de Guayaquil y sus alrededores así como se podrá llevar un mejor control de quien recibe la maquinaria cuando salga de la empresa, quien recibe la maquinaria al momento de dejar en la construcción y quien retira la maquinaria una vez terminado el tiempo de uso del mismo. El chofer deberá asesorarse que la obra esté bien especificada y de quien será la persona encargada en recibir antes de salir a hacer el recorrido.



5.3.3.2.4. Red de Ventas

Al momento de comenzar con la empresa el Gerente General será el encargado de marquetear y hacer conocer que funciona la compañía a los clientes potenciales, se prevé en un futuro conseguir vendedores para ofrecer el servicio a provincias cercanas al Guayas. El Gerente General hará la gestión de cobranza y estará a cargo de fijar los montos y descuentos de los precios.

5.3.3.2.5 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-Venta y Post-Venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Pre-Venta

Se procederá a hacer una visita con previa cita que se hará por medio de una llamada a la compañía, en la cita se procederá a ofrecer las maquinarias con las que cuenta la empresa y dar las tarifas de las mismas, tratando de llegar a un acuerdo de los días de crédito o pago contado, dependiendo la empresa y las referencias comerciales de esta. Se escuchara las peticiones del comprador para darle una atención personalizada.

Post-Venta

La compañía se encargará de darle el respectivo servicio post venta que consistirá en consultar en obra como fue el trabajo con la maquinaria adquirida,

si tuvo complicaciones en algún momento y posibles mejoras de estas para su máximo uso y optimización del tiempo.

También se hará conocer a los encargados de alquiler nuevas maquinarias que lleguen y descuentos que existiesen.

Quejas y Reclamaciones

Las quejas la darán a conocer en oficina, en ese momento se procederá a tomar las medidas pertinentes para resolver el problema con la mayor brevedad posible, así como tomar correctivos internos para que no se vuelvan a repetir los inconvenientes.

Devoluciones

Se procederá a hacer el descuento de los días que no fueron utilizadas las maquinarias por desperfectos, se lo realizara con nota de crédito a favor del cliente, si el cliente tiene crédito y no ha hecho la cancelación de la factura se procederá a cambiar la factura con el valor en el que fue utilizado la maquinaria.

5.3.4 ESTRATEGIAS DE PROMOCION

5.3.4.1 Estrategias Btl y Atl

Atl (publicidad sobre la línea) son tipos de publicidad convencionales, mientras que Btl (publicidad debajo la línea) son medios de publicidad enfocadas en un nicho específico (Keith Ward, 2012)

Atl (Above the line)

Esta estrategia publicitaria no entra en los planes de la compañía dentro de los primeros doce meses, ya que nuestro nicho de mercado no está dirigido a las masas.

Btl (Below the Line)

La empresa se posicionará por medio de visitas a clientes, llamadas telefónicas para conseguir citas, así como visitas post venta. Y monitoreo de nuevas obras.

5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria:

Concepto, Mensaje

Construl no contará por el momento con folletos o trípticos, ya que no se apunta a un mercado extenso, Construl contará con publicidad por medio de visitas a clientes para de esta forma ellos puedan tener conocimiento de lo que se ofrece.

5.3.4.3 Promoción de Ventas

5.3.4.3.1 Venta Personal

Se procederá a visitar a los clientes directamente, sin intermediarios, ni varios canales de distribución.

5.3.4.3.2 Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

5.3.4.3.3 Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencias a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o de Bajo Precio, Cupones o Vales de Descuentos, Concursos, Premios, Muestra, Degustaciones, Regalos, otras.

La compañía usara los Clienting:

Asistencia Técnica: Se le dará una charla al usuario sobre el uso de la maquinaria y como sacarle el máximo provecho para un máximo rendimiento del mismo.

Documentación Técnica: El cliente tendrá información sobre todas las características de la maquinaria que alquila para que esté asociada a las características y bondades que esta tiene.

5.3.4.4 Publicidad

5.3.4.4.1 Estrategia de Lanzamiento

Como lanzamiento de la empresa esta se hará conocer por precios con descuentos y presentación de las maquinarias con catálogos del mismo, así también se hará saber de los servicios a domicilio con los que cuenta la empresa dentro de Guayaquil sin costo adicional. Y dar a conocer las capacitaciones que tendrá el usuario de la maquinaria para que pueda darle el máximo uso a esta.

5.3.4.4.2 Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

La empresa en su apertura contara con catálogos donde exhibirá sus maquinarias, se prevé que dentro de los primeros tres meses, la compañía cuente con una página web.

5.3.4.4.3 Mindshare

El mindshare o presencia mental con el que contarla compañía en sus inicios será nulo o muy bajo, pero se espera que dentro del primer semestre de existencia este posicionado en las compañías en un 25% de estas.

Antes de finalizar el año se espera que la compañía sea recordada al menos por un 50% del mercado al que se apunta llegar.

5.3.4.4.4 Relaciones Públicas

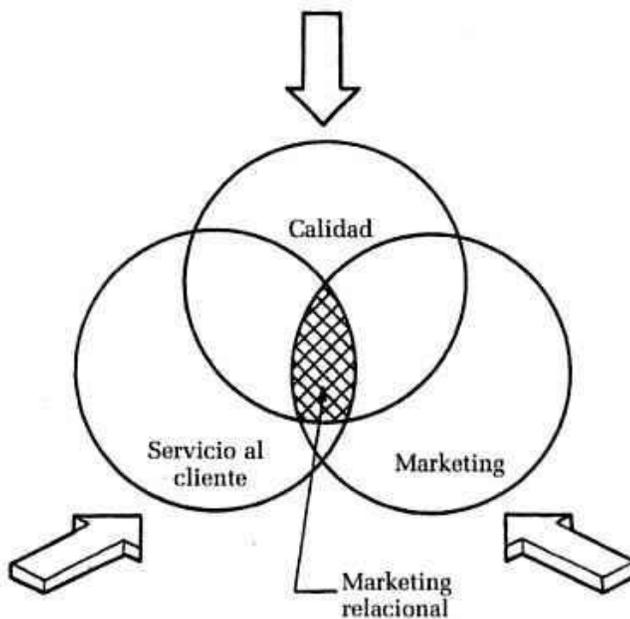
La empresa mantendrá relaciones públicas con compañías dentro de Guayaquil que usen regularmente maquinarias, así como compañías que nos den asesoramientos sobre nuevas maquinarias.

5.3.4.4.5 Marketing Relacional

El marketing relacional que la compañía usara regularmente están:

- Servicio al cliente de forma personalizada, siempre saber cuáles son las necesidades del cliente y futuras peticiones de ellos.
- Se mantendrá al cliente informado sobre descuentos, nuevos productos, capacitaciones sobre maquinarias nuevas, como utilizar al máximo las maquinarias entre otros.
- Darle al cliente la mejor calidad en maquinarias que existe en el mercado, así como que las maquinarias estén 100% operativas. Lista para cumplir las necesidades que el cliente requiera.

- Confirmar con el cliente que se cumplió con lo prometido en cuestión a la maquinaria.



Fuente especificada no válida.

5.3.4.4.6 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.6.1 Estrategias de E-Commerce, E-Business y E-Marketing

La compañía empleará el E-Marketing y el E-Business ya que ambas van entrelazadas, la compañía busca hacerse conocer por medio del internet y que los clientes puedan observar las maquinarias con la que compañía cuenta, así como que la pagina sea encontrada fácilmente y cuente con lo que el cliente

busque, no tanto así enfocarnos en la venta en línea por ello obviamos la otra opción.

Cabe recalcar que el E-commerce incluye el E-business como procesos, inventarios productos, recursos humanos entre otros según

5.3.4.4.6.2 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores.

Por lo investigado llegamos a la conclusión que existe una baja promoción electrónica de maquinarias de alquiler, no se promocionan de manera que satisfagan las dudas o necesidades del cliente. Ya que más se promocionan por el método de visitas a las compañías.

5.3.4.4.6.3 Diseño e Implementación de la Pagina Web

La página Web de la compañía se espera que este en la web dentro del primer semestre de funcionamiento de la compañía, todavía no se cuenta con un diseño de la página, pero se prevé que el diseño comience entre el primer o segundo mes de arranque de la compañía, la página web tendrá la meta de enlazar al cliente con la compañía, mas no así hacer negocios directamente por la web, ni despejar todas las dudas del cliente, se buscara posicionar entre los primeros links al momento de buscar alquiler de maquinarias y así se la primera opción al momento que el cliente busque por la web.

5.3.4.4.7 Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

5.3.4.4.7.1 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

La compañía analiza esta estrategia, por el momento se estudia la posibilidad de crear una cuenta en Facebook ya que es la red social más conocida y es la más usada y en el mayor de los casos la única por los empresarios. Instagram sería una opción en un futuro por la facilidad de incluir fotografías en esta aplicación. Se estudia las posibilidades que más convenga a la compañía.

5.3.4.4.7.2 Diseño e Implementación de Fan Page, en Redes Sociales

Al inicio de Construl no contara con fan page, ya que no es un servicio o producto de consumo masivo.

5.3.4.4.7.3 Marketing Social

La compañía planea trabajar con maquinarias que cuenten con normas Iso, Anzi que son las más utilizadas por las grandes fábricas como la Bosch, Dewalt entre otras

Algunas maquinarias tienen ensamble nacional por lo que también cuentan con norma Inem. También cabe recalcar que se le dará instrucciones sobre manejo seguro de la maquinaria y una capacitación y suplementos de seguridad al operador de la misma.

5.3.4.5 Ámbito Internacional

5.3.4.5.1 Estrategia de Distribución Internacional (solo aplica en casos de exportación)

La compañía no tiene pensado expandirse internacionalmente.

5.3.4.5.2 Estrategias de Precio Internacional

Ya que la compañía no tiene pensado expandirse internacionalmente, obviaremos este punto por el momento.

5.3.5 Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña a Utilizar)

Nombre de tarea	días	Comienzo	Duración
Elaborar trípticos	3	04/10/2015	07/10/2015
Subirla a la Red	2	01/10/2015	03/10/2015
Página Web crear	7	23/09/2015	30/09/2002
Crear mail con	2	20/09/2015	22/092015
hosting de empresa			

Elaborado Raúl Rendón

5.3.6 Presupuesto de Marketing Costo de Ventas

		COSTO DE PUBLICIDAD			
MEDIO	COSTO	CANTIDAD	MENSUAL	MESES INVERTIR	A GASTO/AÑO
TRIPTICOS	0.05	500	25	3	75
PAPELERIA	50	1	30	12	300
PAGINA WEB	200	1	200	1	200
DOMINIO HOST	180	1	180	1	180
		TOTAL			755

Elaborado Raúl Rendón

CAPÍTULO 6

PLAN OPERATIVO

6.-Plan Operativo

6.1 Producción

6.1.1 Proceso Productivo

La actividad productiva, consiste en transformar un conjunto de recursos, materias primas, materiales semielaborados, en otros productos que satisfagan la demanda de clientes.

(Ruiz, 2008)

El proceso que tendrá la compañía estará establecido de la siguiente manera:

- 1.- Determinar el tipo de maquinaria con los que contara la compañía al momento de comenzar la empresa.
- 2.- Cotizar la maquinaria
- 3.- Definir tiempo de crédito que la empresa necesita.
- 4.- Conseguir financiamiento
- 5.- Revisar medios de Transportación y Almacenaje
- 6.- Adquirir Maquinarias
- 7.- Definir mi nicho de mercado.
- 8.- Diseñar plan para captar clientes potenciales
- 9.- Definir espacio de trabajo mediante la necesidad de la empresa
- 10.- Maximizar el tiempo de uso de la maquinaria.
- 11.- Transportar/ Alquilar la maquinaria.
- 12.- Dejar maquinaria en obra ya pactada con el cliente
- 13.- Retiro de maquinaria en plazo ya determinado.

13.- Servicio técnico constante de maquinaria.

14.- Presupuestar nuevas maquinarias.

6.1.2 Infraestructura Obra Civil. Maquinarias y Equipos

La compañía deberá contar con los siguientes materiales:

		ACTIVOS FIJOS	
CANTIDAD		ACTIVO	
3		Escritorios fijos 1.5 mts x .80 cts.	
4		Archivadores verticales	
6		Sillas blancas	
1		Pizarra Acrílica	
2		Laptop hp 16"	
1		Impresora Epson	
1		A/c Split	
3		Teléfonos Panasonic	
1		Consola para redes	
1		Software contable	
1		Dispensador de Agua	
		MAQUINARIA	
1		ROTOMARILLO SDS MAX	
2		TALADRO ROMPEDOR CONCRETO BOSCH	
2		APLANADORA DE CONCRETO	

Elaborado Raúl Rendón

6.1.3 Mano de Obra

La empresa contara con:

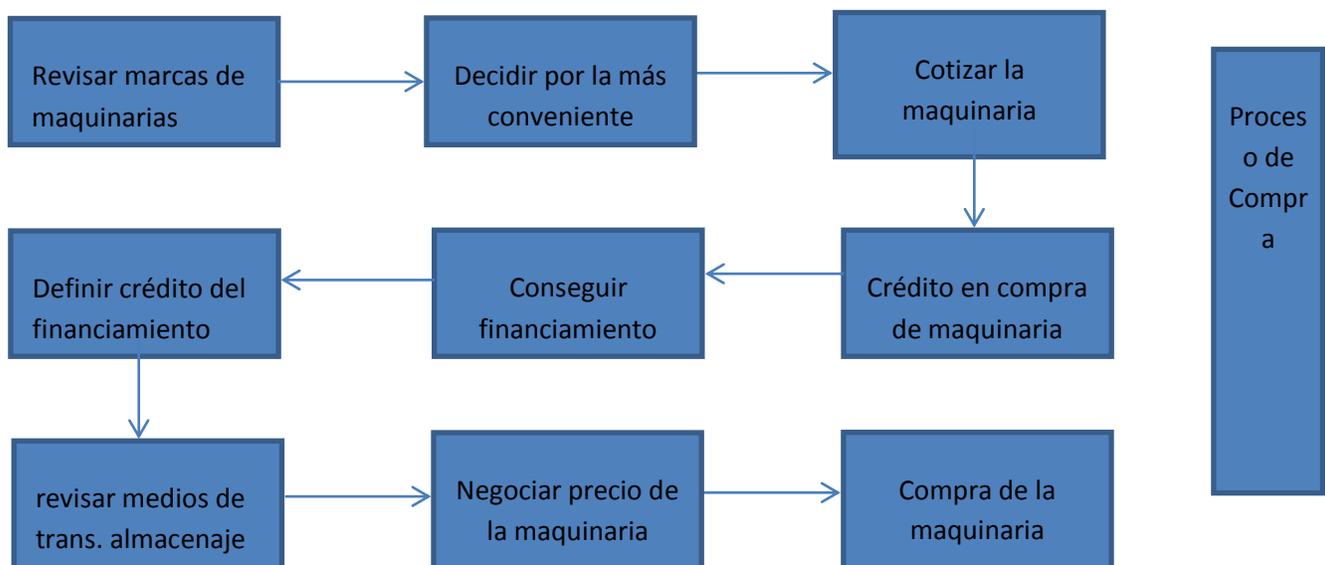
Con un chofer y un ayudante de local que se encargara de dejar la maquinaria en obra, siempre contando con el mayor cuidado y contar con las seguridades respectivas.

6.1.4 Capacidad Instalada

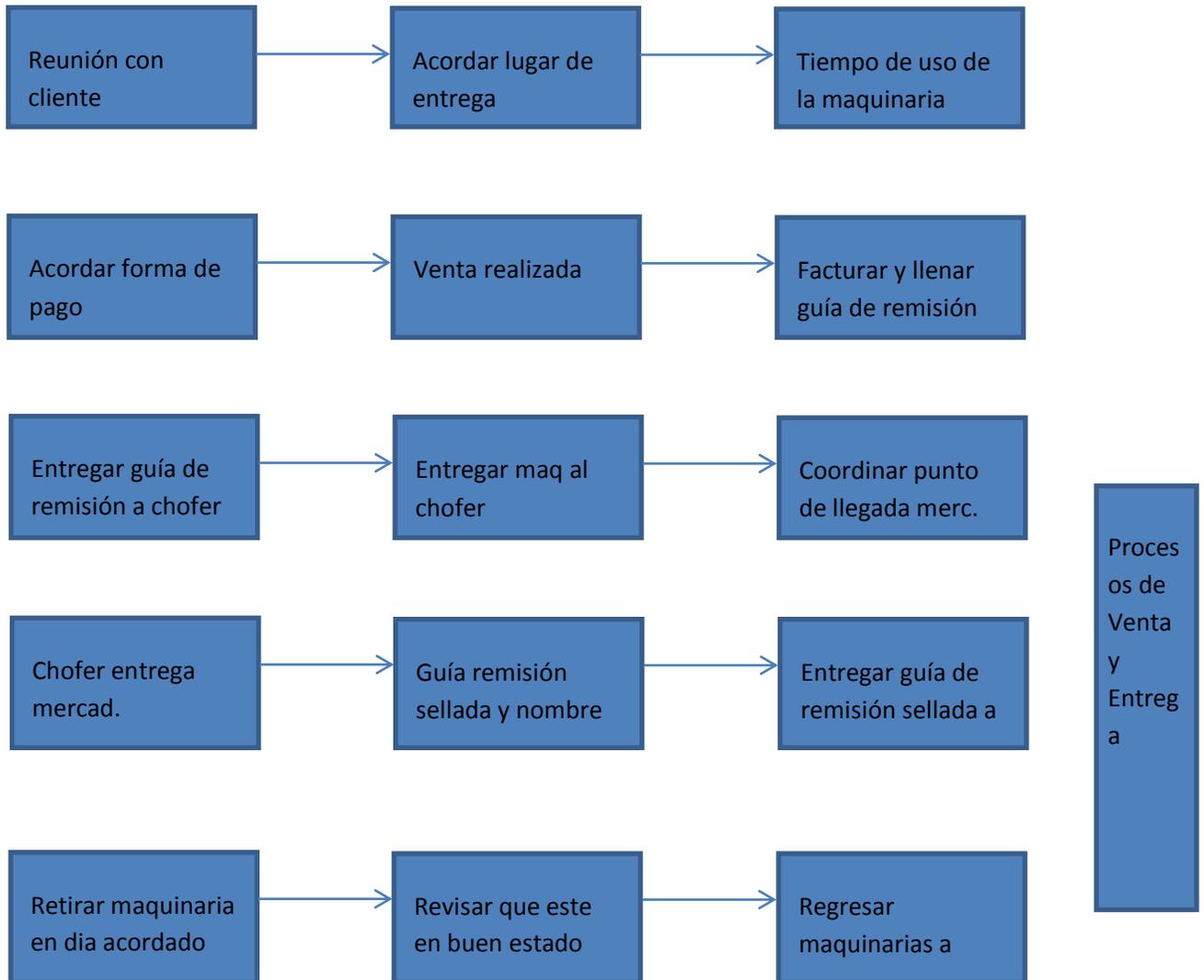
Las maquinarias tendrán un máximo de uso de 32 horas semanales cada una por lo que al mes estarán aptas para el trabajo un aproximado de 128 horas mensuales. Por lo que se destinara los otros días, en mantenimiento y preservación de la maquinaria.

6.1.1 Flujogramas de Procesos

PROCESOS DE COMPRA



PROCESO DE VENTA Y ENTREGA



6.1.2 Presupuesto

La empresa contara con una oficina en la Tanca Marengo con un área aproximada de 20 metros por 8 de largo. El local costara mensual 300 dólares.

Adicional se prevé tener una inversión de:

		ACTIVOS FIJOS		
CANTIDAD		ACTIVO	COSTOS ACT. FIJOS	TOTAL COSTOS
3		escritorios fijos 1.5 mts x .80 cms.	350	1050
6		sillas blancas	15	90
2		Laptop hp 16"	539	1078
4		Archivadores verticales	200	800
2		Telefonos Panasonic	90	270
1		Impresora Epson	412	412
1		Dispensador de agua	120	120
1		Consola para Redes	100	100
1		software contable	800.	800
		MAQUINARIA		
1		ROTOMARILLO SDS MAX	1017.21	1017.21
2		TALADRO ROMPEDOR CONCRETO BOSCH	1679.93	3359.86
2		APLANADORA DE CONCRETO	4200	8400
TOTAL				17497.07

6.2 Gestión de Calidad

6.2.1 Procesos de Gestión de Calidad

Dada que la compañía ofrece un producto terminado, no tendremos un proceso completo de calidad, en lo que la empresa pondrá énfasis especial es

en que las maquinarias y la transportación cumplan con todos los estándares para avalar la seguridad del personal y del usuario que trabaje con la maquinaria.

6.2.2 Beneficios de las Acciones Proactivas

Teniendo productos de excelente calidad con normas ISO de la máquina, nos asegura que la maquinaria tendrá un tiempo de vida largo, el operador tendrá todas las seguridades en el uso de la misma.

6.2.3 *Políticas de Calidad*

La compañía piensa implantar las siguientes normas políticas para la empresa.

- Las maquinarias deben tener las normas ISO requeridas para trabajos pesados y largos.
- Las maquinarias deben estar en excelente estado, esto conlleva hacer revisiones continuas a las maquinarias.
- Los operadores y transportistas de la maquinaria deberán tener una media-alta instrucción de la maquinaria.
- Estar asociado con las normas de uso de las maquinarias.

6.2.4 Procesos de Control de Calidad

La empresa contará con revisión constante de las maquinarias, que estén en un excelente estado, cambio de piezas correspondientes, garantías y servicios técnicos correspondientes.

6.2.5 Certificaciones y Licencias

La compañía no contara con certificaciones y licencias a un corto plazo, las maquinarias con las que cuente la compañía si deberán contar con las certificaciones y licencias requeridas para trabajo pesado y profesional.

6.2.6 Presupuesto

No se tiene un presupuesto para licencias y certificaciones ya que no contara con estas normas dentro del primer año.

6.3. GESTION AMBIENTAL

6.3.1 Procesos de Planeación Ambiental

Usando La Declaración de Río nos habla acerca del Medio Ambiente y el Desarrollo Sostenible, 1992, en su Principio 8, que indica “Para alcanzar el desarrollo sostenible y una mejor calidad de vida para todas las personas, los Estados deberán reducir y eliminar las modalidades de producción y consumo insostenibles y fomentar políticas demográficas apropiadas. **“Fuente especificada no válida.**

Con este esquema la empresa buscara e incluirá maquinarias que cuente con normas de calidad de medio ambiente.

6.3.2 Beneficios de las Acciones Proactivas

Los Beneficios que tendrá la empresa son:

Empresariales:

- Reducir impactos ambientales con productos de alta calidad.

- Mejor manejo de los empleados y menor riesgo de accidentes.
- Logra maximizar el trabajo y reduce el riesgo de daños en maquinarias.
- La imagen de la empresa se verá mejor vista, lo cual atraerá nuevos clientes
- El trabajo con maquinarias de punta mejora la imagen y el usuario está más consciente del uso de la maquinaria.

Consumidor:

- Confianza en la empresa y el producto
- Menor riesgo de accidentes humanos
- Aceptación a la marca por parte del consumidor.

Para el Medio Ambiente

- Consumo de energía.
- Trabajar con herramientas amigables con el medio ambiente
- Conservar recursos naturales

Fuente especificada no válida.

6.3.3 Políticas de Protección Ambiental

La empresa contara con políticas de medio ambiente que consistirán en:

- Maquinarias con normas Anzi e Iso
- Maquinarias que sean amigables con el medio ambiente
- Concientizar al operador a potencializar al 100% la maquinaria sin que esta cause daños al medio ambiente.
- Optimizar energía y recursos.
- Evitar desperdicios de recursos renovables y no renovables.

- Desconectar maquinarias y guardar en ambientes apropiados que evite algún desastre, entiéndase incendio, poner en riesgo la salud de las personas como del inmueble.

6.3.4 Procesos de control de calidad

Las maquinarias antes de su uso se capacitaran al personal para un amplio conocimiento de estas, que garantice los siguientes aspectos:

- El estado de las maquinarias este aptas al 100% para maximizar lo deseado y no se gasten recursos innecesariamente.
- Capacitaciones constantes de uso de maquinarias y contribución al medio ambiente

6.3.5 Logística Verde

La empresa trabajando con maquinarias de altísima calidad garantizara que se fomente el uso de maquinarias que sean amigables con el medio ambiente, y así aplicar políticas de gestión ambiental.

6.3.6 Certificaciones y Licencias

La empresa no pronostica que dentro de sus primeros años contara con certificaciones y licencias, mas sin embargo las maquinarias con las que cuente la compañía tendrán altos estándares de calidad y conservación de medio ambiente.

6.3.7 Presupuesto

La empresa no cuenta con un fondo dentro del primer año, por lo cual no estará incluido este rubro en los gastos de la compañía.

6.4 Gestión de Responsabilidad Social

6.4.1 Procesos de Planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social

La empresa está consciente de la importancia de implementar Responsabilidad Social en la empresa, por el momento se incluirá la capacitación de todo el personal de usos adecuados y evitar posibles accidentes con las maquinarias adquiridas por la empresa.

6.4.2 Beneficios de las Acciones Proactivas de la Empresa

Se prevé que con normas de Responsabilidad Social dentro de la empresa se comience a concientizar al personal así como usuarios y resto de trabajadores y esto conlleve a un aumento de clientes que genere más ganancias, más horas uso de maquinaria, para el crecimiento de la compañía.

6.4.3 Políticas de Protección Social

Las políticas de protección social que se pretende incorporar serán:

- Ayuda al empleado a crecer en el trabajo de forma justa y medida a que la empresa le pueda retribuir.
- Reciclar desperdicios y cuidado del medio ambiente
- Buscar el desarrollo sostenido de la empresa y trabajadores.
- Pago a nomina puntualmente.

- Cuidado de energía renovable y no renovable.
- Ser consiente con el desarrollo de la comunidad entiéndase vecinos, operadores, y todo que conlleve directa e indirectamente en el trabajo.
- Evitar catástrofes causadas por ineficacia humana.
- Capacitaciones cuando lo correspondan.
- Negociaciones con clientes de forma que los dos obtengan beneficios.
- Negociar con proveedores de forma que ambos salgan favorecidos.
- Respeto de horas de trabajo ya establecidos en el contrato.

6.4.4 Certificaciones y Licencias

Dentro de los primeros años la empresa no pretende contar con certificaciones y licencias, por lo cual este será un rubro pendiente que la empresa pretende estudiar en el segundo semestre del año.

6.4.5 Presupuesto

La compañía no contara con un presupuesto dentro del primer año en este rubro ya que no contara con licencias dentro del primer año de existencia de esta.

6.5 Balance ScoreCard y Mapa Estratégico

Perspectivas	Objetivos	Indicadores	Metas	Iniciativas	Responsable
Financiera	Rentabilidad a la alza	Roe, Tir, Van	12% sostenido	Incremento de horas maquinarias	Gerente general, marketing

Financiera	Incremento de ventas	Facturas y horas de uso de maq	12% sostenido	Incremento de horas maquinarias	Gerente General
Cliente	Atraer nuevos clientes	Incremento de horas uso maquin	12% sostenido	Marketing y reconocimiento de clientes	Gerente estrategias de marketing
Cliente	Conservar clientes y fidelidad de estos	Consultar con clientes pro y contra de empresa	85% de aceptabilidad	Mejorar puntos negativos mencionado por el cliente	Gerente General y asistente de gerencia
Procesos Internos	Capacitación al trabajador	Mejora en uso/horas maquinaria	85%	Adquirir nuevas maquinarias	Gerente General
Aprendizaje Corporativo	Capacitaciones de nuevas maquinarias	Optimizar estado de maquinarias	100%	Talleres de capacitación y conocimiento	Expertos en marcas adquiridas

Elaborado Raúl Rendón

MAPA ESTRATEGICO



CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONOMICO- TRIBUTARIO-FINANCIERO

7. Estudio Económico-Financiero-Tributario

7.1.1 Inversión Inicial

7.1.2 Tipo de Inversión

La empresa Construl S.A para un óptimo funcionamiento invertirá en activos fijos (muebles y equipos) y maquinarias un total de \$18,174.2. Esto ayudara a comenzar las labores de la empresa.

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS						
Cantidad	ACTIVO	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual
MUEBLES Y EQUIPOS						
3	Escritorios	\$ 350.00	\$ 1,050.00	10	10%	105.00
4	Archivador verticales	\$ 200.00	\$ 800.00	10	10%	80.00
6	Silla Blancas	\$ 15.00	\$ 90.00	10	10%	9.00
1	PIZARRA ACRILICA 50 CMS X 30 CMS	\$ 75.00	\$ 75.00	3	33%	25.00
3	Telefono Panasonic Operador Kx-t7730	\$ 90.00	\$ 270.00	3	33%	90.00
2	Laptop HP 16", Intel, 4gb, 500gb, DVD	\$ 539.00	\$ 1,078.00	3	33%	359.33
1	Impresora Epson L800 tinta continua DVD	\$ 412.00	\$ 412.00	3	33%	137.33
1	A/c Premium Split 36000btu Aire Piso Tec	\$ 550.00	\$ 550.00	3	33%	183.33
1	Dispensador de Agua	\$ 120.00	\$ 120.00	3	33%	40.00
1	Consola para redes e internet	\$ 100.00	\$ 100.00	3	33%	33.33
1	Software contable administrativo	\$ 800.00	\$ 800.00	3	33%	266.67
MAQUINARIA DE PRODUCCIÓN						
2	TALADRO ROMPEDOR HORMIGON SDS	\$ 1,679.00	\$ 3,358.00	5	20%	671.60
2	APLANADORA DE CONCRETO	\$ 4,200.00	\$ 8,400.00	5	20%	1,680.00
1	ROTOMARTILLO SDS MAX	\$ 1,071.21	\$ 1,071.21	5	20%	214.24
TOTALES			\$ 18,174.21			3,894.84

Elaborado Raúl Rendón

7.1.2.2 Diferida

Construl S.A comenzara sus actividades con un monto de \$3,800, con esto se pretende incluir todos los gastos diferidos.

Descripción	Costo Anual	Costo Total
Constitucion de la compania	\$ 500.00	\$ 500.00
Registro de marca	\$ 200.00	\$ 200.00
Instalaciones	\$ 2,500.00	\$ 2,500.00
Permisos Municipales y bomberos	\$ 300.00	\$ 300.00
Prima Seguros	\$ 300.00	\$ 300.00
TOTAL		\$ 3,800.00

Elaborado Raúl Rendón

7.1.2.3 Corriente

La inversión corriente incluirán los sueldos y salarios, servicios básicos, gastos de ventas, el valor calculado mensual es de \$ **2,197.74** llegando al total anual de **\$ 26,372.96**

INVERSION CORRIENTE		
DESCRIPCION	MENSUAL	ANUAL
Gastos Sueldos y Salarios	1,304.00	15648
Gastos en Servicios Básicos	165.00	1980
Gastos de Ventas	87.91	1055
Gastos Varios	640.83	7689.96
Total Costos Fijos	2,197.74	26372.96

7.1.3 Financiamiento de la Inversión

7.1.3.1 Fuentes de Financiamiento

El financiamiento para realizar las operaciones del negocio serán de \$ 30,795.91 los cuales \$ 10,234.04 serán recursos propios y el restante \$ 20,417.87 se financiara con el banco Produbanco a una tasa de interés del 11.83%

Financiamiento de la Inversión de:		30,795.91
Recursos Propios	10,324.04	32%
Recursos de Terceros	20,471.87	68%

Elaborado Raúl Rendón

7.1.3.2 Tabla de Amortización

El financiamiento se realizara por medio del Produbanco con una tasa de interés del 11.83 % el monto adquirido será de \$ 20,471.87 lo cual se pagara en el plazo de 60 meses a un monto de \$453.63 cada letra.

CONDICIONES DEL PRESTAMO	
Capital	20, 471.87
Tasa de Interes Produbanco	11.83%
Numero de Pagos	60
Cuota Mensual	453.63
Interes del Prestamo	6745.93

Elaborado Raúl Rendón

Total de Inversión Inicial	
Inversión en Activos Fijos	18,174.21
Inversión en Capital de Trabajo	8,821.70
Gastos de Constitución e Instalación	3,800.00
Total de Inversión Inicial	30,795.91

Elaborado Raúl Rendón

El cronograma de inversiones de la compañía se llevara a cabo contando la inversión en los puntos señalados, se tomaran los tres primeros meses de los costos fijos de la compañía.

7.2 Análisis de Costos

7.2.1 Costos Fijos

Construl tendrá costos fijos los cual se separaran por tipos de costo:

Costos Fijos / Años						
TIPO DE COSTO	2015	2016	2017	2018	2019	Promedio Mensual Primer
Gastos Sueldos y Salarios	22,354.55	23,293.44	30,895.51	32,254.91	33,706.38	1,862.88
Gastos en Servicios Básicos	1,980.00	2,063.16	2,151.88	2,246.56	2,347.65	165.00
Gastos de Ventas	1,055.00	1,099.31	1,146.58	1,197.03	1,250.90	87.92
Gastos Varios	7,690.00	8,012.98	8,357.53	8,725.27	9,117.90	640.83
Total Costos Fijos	33,079.54	34,468.89	42,551.50	44,423.76	46,422.83	689.16

Elaborado Raúl Rendón

7.2.2 Costos Variables

Los costos variables tendrán movimientos porcentuales año a año según el incremento de ventas.

Costos Variables / Años					
TIPO DE COSTO	2015	2016	2017	2018	2019
TALADRO ROMPEDOR HORMIGON SDS MAX	7,203.39	8,214.53	13,354.64	14,446.71	20,801.25
APLANADORA DE CONCRETO	7,737.60	8,823.73	9,563.36	15,518.08	16,757.91
ROTOMARTILLO SDS MAX	3,106.61	7,085.36	7,679.27	8,307.24	8,970.95
Total Costos Variables	18,047.60	24,123.62	30,597.28	38,272.03	46,530.12

Elaborado Raúl Rendón

7.2.2.1 Costos de Producción

Para elaborar los costos de producción de las maquinarias tomamos el costo de depreciación y se lo divide por el número de días.

Gastos en Materia Prima	UNIDADES	COSTO ANUAL	COSTO DIA
TALADRO ROMPEDOR HORMIGON SDS MAX	2	671.60	\$ 1.87
APLANADORA DE CONCRETO	2	1,680.00	\$ 4.67
ROTOMARTILLO SDS MAX	1	214.24	\$ 0.60

Elaborado Raúl Rendón

COSTO DIA MAS VEHICULO	
Taladro Rompedor Hormigon Sds Max	17.87
Aplanadora de Concreto	20.67
Rotomartillo Sds Max	16.6

Elaborado Raúl Rendón

7.3 Capital de Trabajo

7.3.1 Costos de Operación

Tendremos los gastos de la empresa mensuales dentro de los costos de operación.

Gastos Varios		
Rubro	Gasto / mes	Gasto / año
Alquiler	380.00	4,560.00
Suministros	80.00	960.00
Varios caja chica	50.00	600.00
Viáticos y movilización	100.00	1,200.00
		-
Patente Municipal	3.75	45.00
Permiso de Bomberos	2.08	25.00
Seguros	25.00	300.00
TOTAL	640.83	7,690.00

Elaborado Raúl Rendón

7.3.2 Costos Administrativos

Los gastos administrativos que tendrá la empresa Construl serán.

Costos Administrativos					
Tipo de Costo	2105	2016	2017	2018	2019
Gastos Sueldos y Salarios	22,354.55	23,293.44	24,295.06	25,364.04	26,505.42
Gastos en Servicios Basicos	1,980	2,065.14	2,153.94	2,248.71	2,349.90
Gastos Varios	7,690	8,012.98	8,357.54	8,725.27	9,117.91
Total	32,024.55	33,371.56	34,806.54	36,338.02	37,973.23

7.3.3 Costos de Ventas

En este punto se incluye el gasto publicitario incluido trípticos y otros.

Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas					
MEDIO	COSTO	# MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año
PAPELERIA	50.00	1.00	50.00	12.00	600.00
TRIPTICOS	0.05	500.00	25.00	3.00	75.00
DISEÑO DE PÁGINA WEB	200.00	1.00	200.00	1.00	200.00
DOMINIO Y HOSTING	180.00	1.00	180.00	1.00	180.00
TOTAL					1,055.00

Elaborado Raúl Rendón

7.3.4 Costos Financieros

Los costos financieros con las que contara la compañía Construl serán el préstamo bancario y el pago de intereses.

Amortización de la Deuda Anual					
Años	2015	2016	2017	2018	2019
Pagos por Amortizaciones	3,191.07	3,589.73	4,038.19	4,542.68	5,110.2
Pago por Intereses	2,252.48	1,853.82	1,405.35	900.86	333.3
Servicio de Deuda	5,443.54	5,443.54	5,443.54	5,443.54	5,443.5

Elaborado Raúl Rendón

7.4 Análisis de Variables Críticas

7.4.1 Determinación del Mercado

Se determinara el Mark Up restando el precio de venta menos el costo de venta, las proyecciones para los años siguientes los tomamos de nuestra inflación proyectada.

Mark Up					
	2015	2016	2017	2018	2019
Precio	68	70.72	75.67	81.72	89.82
Costo de Venta	17.87	18.58	19.88	21.47	23.62
total	50.13	52.14	55.79	60.25	66.2

Elaborado Raúl Rendón

Durante los primeros años mantendremos un margen elevado que va desde un 380% a un 400%

7.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en Función de la Proyección de Ventas

Construl incrementa sus ventas anualmente esto permite que el margen de rentabilidad sea más elevado.

Se prevé que el alquiler de maquinarias este dentro del 65 a 80% de ocupación máximo.

Estado de Resultados	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas unidades	965	1267	1557	1849	2178
Ingreso por Ventas					
Ventas Valores	59,058.18	\$ 78,914.32	105,820.10	134,914.32	177,244.85
Costo por Alquiler	18,047.60	24,123.62	30,597.28	38,272.03	46,530.12
Utilidad Bruta	41,010.58	54,790.70	75,222.82	96,642.29	130,714.73

Elaborado Raúl Rendón

7.4.3 Determinación del Punto Óptimo de Producción por medio de Análisis Marginales

Construl en su primer año de operaciones deberá alquilar 530 veces su maquinaria que eso representara para la empresa \$ 33,072.58

7.4.4 Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio de la compañía Construl deberá de alquilar 605 veces la maquinaria

Punto de Equilibrio	
Precio Venta	159
Costo Unitario	55.14
Gastos Fijos Año	33,079.54
Q. punto de equilibrio	318.5
Ventas Equilibrio	50,641.50

Elaborado Raúl Rendón

7.5 Entorno Fiscal de la Empresa

7.5.1 Planificación Tributaria

7.5.1.1 Generalidades (Disposición Normativas)

Construl trabajara bajo el régimen del Servicio de Rentas Internas y La Súper Intendencia de Compañías.

7.5.1.2 Minimización de la Carga Fiscal

La estrategia que usara la compañía será restar las amortizaciones y depreciaciones para así poderlo restar del balance.

Así con la disminución quedara en cero las proyecciones.

7.5.1.3 Impuesto a la Renta

El impuesto a la renta del 2015 en adelante será del 22% lo cual será rebajada una vez restada la participación a los trabajadores.

Estado de Resultado					
% de Repartición Utilidades a T	15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta	22%	22%	22%	22%	22%
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 59,058.18	\$ 78,913.42	\$ 105,820.10	\$ 134,914.32	\$ 177,244.85
Costo de Venta	\$ 18,047.60	\$ 24,123.62	\$ 30,597.28	\$ 38,272.03	\$ 46,530.12
Utilidad Bruta en Venta	\$ 41,010.58	\$ 54,789.80	\$ 75,222.83	\$ 96,642.30	\$ 130,714.73
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 22,354.55	\$ 23,293.44	\$ 30,895.51	\$ 32,254.91	\$ 33,706.38
Gastos Servicios Basicos	\$ 1,980.00	\$ 2,063.16	\$ 2,151.88	\$ 2,246.56	\$ 2,347.65
Gastos Ventas	\$ 1,055.00	\$ 1,099.31	\$ 1,146.58	\$ 1,197.03	\$ 1,250.90
Gastos Varios	\$ 7,690.00	\$ 8,012.98	\$ 8,357.53	\$ 8,725.27	\$ 9,117.90
Gastos de Depreciación	\$ 3,894.84	\$ 4,109.08	\$ 4,444.88	\$ 4,149.88	\$ 4,485.68
Utilidad Operativa	\$ 4,036.19	\$ 16,211.83	\$ 28,226.45	\$ 48,068.65	\$ 79,806.22
Gastos Financieros	\$ 2,252.48	\$ 1,853.82	\$ 1,405.35	\$ 900.86	\$ 333.35
Utilidad Neta (Utilidad antes de	\$ 1,783.72	\$ 14,358.02	\$ 26,821.09	\$ 47,167.79	\$ 79,472.87
Repartición Trabajadores	\$ 267.56	\$ 2,153.70	\$ 4,023.16	\$ 7,075.17	\$ 11,920.93
Utilidad antes Imptos Renta	\$ 1,516.16	\$ 12,204.32	\$ 22,797.93	\$ 40,092.62	\$ 67,551.94
Impto a la Renta	\$ 333.55	\$ 2,684.95	\$ 5,015.54	\$ 8,820.38	\$ 14,861.43
UTILIDAD NETA	\$ 1,182.60	\$ 9,519.37	\$ 17,782.39	\$ 31,272.24	\$ 52,690.51

Elaborado Raúl Rendón

7.5.4 Impuesto al Valor Agregado

La tasa de valor agregado impuesto por el Servicio de Rentas Internas por compra y venta de Producto. Se hará declaraciones mensuales y se devolverá al fisco.

7.5.1.5 Impuestos a los Consumos Especiales

Por el giro del negocio este punto no aplicaría.

7.5.1.6 Impuestos, Tasas, Contribuciones Municipales

Permisos que deberá pagar la empresa son: Permiso de Bomberos, Patente Municipal, Impuestos Prediales.

7.5.1.7 ***Impuesto al Comercio Exterior***

Este rubro no aplica en el giro del negocio ya que no se pretende realizar actividades en el extranjero.

7.1.5.8 Impuesto a la Salida de Divisas

Las compras que realizaran Construl son a nivel nacional, por ello no se considerara dicho impuesto.

7.1.5.9 Impuestos a los Vehículos Motorizados

Construl S.A dentro de su primer año no contara con vehículos particulares, se limitara a alquilar vehículo para transportar las maquinarias.

7.1.5.10 Impuestos a las Tierras Rurales (aplica solo proyectos)

Este punto no aplica ya que no se establecerá en tierras rurales la compañía.

7.6 Estados Financieros Proyectados

7.6.1 Balance General Inicial

	Año 0
Activos	
Disponible	\$ 4,670.75
Caja - Bancos	\$ 4,670.75
Ctas por Cobrar	\$ -
Inventario	\$ 6,308.86
Activo Corriente	\$ 10,979.61
Activos Fijos	\$ 18,174.21
Dep Acumulada	\$ -
Activos Fijos Netos	\$ 18,174.21
Activo Diferido	\$ 3,800.00
Total de Activos	\$ 32,953.82
Pasivos	
Ctas por Pagar	\$ 2,157.92
Impuestos por Pagar	\$ -
Pasivo Corriente	\$ 2,157.92
Deuda LP	\$ 20,471.87
Total de Pasivos	\$ 22,629.78
Patrimonio	
Capital Social	\$ 10,324.04
Utilidad del Ejercicio	\$ -
Utilidades Retenidas	\$ -
Total de Patrimonio	\$ 10,324.04
Pasivo más Patrimonio	\$ 32,953.82

Elaborado Raúl Rendón

7.6.2 Estados de Pérdidas y Ganancias

Estado de Resultado					
% de Repartición Utilidades a T	15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta	22%	22%	22%	22%	22%
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$ 59,058.18	\$ 78,913.42	\$ 105,820.10	\$ 134,914.32	\$ 177,244.85
Costo de Venta	\$ 18,047.60	\$ 24,123.62	\$ 30,597.28	\$ 38,272.03	\$ 46,530.12
Utilidad Bruta en Venta	\$ 41,010.58	\$ 54,789.80	\$ 75,222.83	\$ 96,642.30	\$ 130,714.73
Gastos Sueldos y Salarios	\$ 22,354.55	\$ 23,293.44	\$ 30,895.51	\$ 32,254.91	\$ 33,706.38
Gastos Servicios Basicos	\$ 1,980.00	\$ 2,063.16	\$ 2,151.88	\$ 2,246.56	\$ 2,347.65
Gastos Ventas	\$ 1,055.00	\$ 1,099.31	\$ 1,146.58	\$ 1,197.03	\$ 1,250.90
Gastos Varios	\$ 7,690.00	\$ 8,012.98	\$ 8,357.53	\$ 8,725.27	\$ 9,117.90
Gastos de Depreciación	\$ 3,894.84	\$ 4,109.08	\$ 4,444.88	\$ 4,149.88	\$ 4,485.68
Utilidad Operativa	\$ 4,036.19	\$ 16,211.83	\$ 28,226.45	\$ 48,068.65	\$ 79,806.22
Gastos Financieros	\$ 2,252.48	\$ 1,853.82	\$ 1,405.35	\$ 900.86	\$ 333.35
Utilidad Neta (Utilidad antes de	\$ 1,783.72	\$ 14,358.02	\$ 26,821.09	\$ 47,167.79	\$ 79,472.87
Repartición Trabajadores	\$ 267.56	\$ 2,153.70	\$ 4,023.16	\$ 7,075.17	\$ 11,920.93
Utilidad antes Imptos Renta	\$ 1,516.16	\$ 12,204.32	\$ 22,797.93	\$ 40,092.62	\$ 67,551.94
Impto a la Renta	\$ 333.55	\$ 2,684.95	\$ 5,015.54	\$ 8,820.38	\$ 14,861.43
UTILIDAD NETA	\$ 1,182.60	\$ 9,519.37	\$ 17,782.39	\$ 31,272.24	\$ 52,690.51

Elaborado Raúl Rendón

7.6.2.1 Flujo de Caja Proyectado

Flujo de Efectivo						
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad antes Imptos Renta		1,783.72	14,358.02	26,821.09	47,167.79	79,472.8
(+) Gastos de Depreciación		3,894.84	4,109.08	4,444.88	4,149.88	4,485.6
(-) Inversiones en Activos		0	0	0	0	
(-) Amortizaciones de Deuda						
(-) Aumento en Capital de Trabaj	8,821.70		882.17	1,455.58	2,231.89	3,347.8
(-) Pagos de Impuestos		0.00	601.11	4,838.65	9,038.71	15,895.5
Flujo Anual	- 30,795.91	5,678.56	16,983.82	24,971.75	40,047.07	64,715.5
Flujo Acumulado		5,678.56	22,662.38	47,634.12	87,681.20	152,396.3
Pay Back del flujo		-25,117.35	-8,133.53	16,838.22	56,885.29	121,600.4

Elaborado Raúl Rendón

7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad

7.6.2.1.1.1 TMAR

(Tmar) Tasa mínima aceptable de Rendimiento, es lo que esperan recibir los accionistas por invertir en la empresa.

Para esto se ha tomado el costo promedio esperado por el accionista y se lo ha ponderado bajo el porcentaje de la inversión, dando como promedio un ***Tmar 17.95%***

CAPITAL ASSETS PRICING MODEL						
MPAC-CAPM						
CAPM						
RF	1.75%	TASA LIBRE DE RIESG				
B	2.11	INDICE				
RM	12.90%	RIESGO MERCADO				
RC	5.69%	RIESGO PAIS				
RM-RF	11.15%					
B(RM-RF)	0.235265					
RF+RC+B(RM-RF)	30.97%	COSTO PROMEDIO ESPERADO POR EL ACCIONISTA				

Elaborado Raúl Rendón

COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL						
	INVERSIÓN	%		TASA		
PASIVO	20,471.87	68%	X	11.83%	=	8.04%
PATRIMONIO	10,324.04	32%	X	30.97%	=	9.91%
COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL QUE LA EMPRESA NECESITA PARA OPERAR (TMAR)						17.95%

Elaborado Raúl Rendón

7.6.2.1.1.2 Van

El valor actual neto es un método de valoración de inversiones que puede definirse como la diferencia entre el valor actualizado de los cobros y pagos generados por una inversión. (Iturrios Del Campo, Javier, 2008)

El Van en la compañía será \$ 50,473.39

	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo de Efectivo	0	5,679	16,984	24,972	40,047	64,715
Inversion Inicial	-30,796	0	0	0	0	0
Flujos Netos	-30,796	5,679	16,984	24,972	40,047	64,715
TMAR	17.95%					
Inversion Inicial	-30,796					

VAN

\$50,473.39

Elaborado Raúl Rendón

7.6.2.1.1.3 Tir

Tir (Tasa Interna de Retorno) sirve para evaluar que tan conveniente es el proyecto, la Tir del proyecto es de 56.25%

7.6.2.1.1.4 Payback

El Payback nos permite medir el tiempo que nos llevara en recuperar la inversión, Construl pronostica que recuperara la inversión a los 28 meses de funcionamiento de la empresa.

PAYBACK	28	meses			
MESES	0	-30,796			
1	1	473	473	-30,796	-30,323
2	2	473	946	-30,796	-29,849
3	3	473	1,420	-30,796	-29,376
4	4	473	1,893	-30,796	-28,903
5	5	473	2,366	-30,796	-28,430
6	6	473	2,839	-30,796	-27,957
7	7	473	3,312	-30,796	-27,483
8	8	473	3,786	-30,796	-27,010
9	9	473	4,259	-30,796	-26,537
10	10	473	4,732	-30,796	-26,064
11	11	473	5,205	-30,796	-25,591
12	12	473	5,679	-30,796	-25,117
13	1	1,415	7,094	-30,796	-23,702
14	2	1,415	8,509	-30,796	-22,287
15	3	1,415	9,925	-30,796	-20,871
16	4	1,415	11,340	-30,796	-19,456
17	5	1,415	12,755	-30,796	-18,041
18	6	1,415	14,170	-30,796	-16,625
19	7	1,415	15,586	-30,796	-15,210
20	8	1,415	17,001	-30,796	-13,795
21	9	1,415	18,416	-30,796	-12,379
22	10	1,415	19,832	-30,796	-10,964
23	11	1,415	21,247	-30,796	-9,549
24	12	1,415	22,662	-30,796	-8,134
25	1	2,081	24,743	-30,796	-6,053
26	2	2,081	26,824	-30,796	-3,972
27	3	2,081	28,905	-30,796	-1,891
28	4	2,081	30,986	-30,796	190.39
29	5	2,081	33,067	-30,796	2271.36
30	6	2,081	35,148	-30,796	4352.34
31	7	2,081	37,229	-30,796	6433.32
32	8	2,081	39,310	-30,796	8514.30
33	9	2,081	41,391	-30,796	10595.28
34	10	2,081	43,472	-30,796	12676.26
35	11	2,081	45,553	-30,796	14757.24
36	12	2,081	47,634	-30,796	16838.22
37	1	3,337	50,971	-30,796	20175.47
38	2	3,337	54,309	-30,796	23512.73
39	3	3,337	57,646	-30,796	26849.99
40	4	3,337	60,983	-30,796	30187.24
41	5	3,337	64,320	-30,796	33524.50
42	6	3,337	67,658	-30,796	36861.75
43	7	3,337	70,995	-30,796	40199.01
44	8	3,337	74,332	-30,796	43536.27
45	9	3,337	77,669	-30,796	46873.52
46	10	3,337	81,007	-30,796	50210.78
47	11	3,337	84,344	-30,796	53548.03
48	12	3,337	87,681	-30,796	56885.29
49	1	5,393	93,074	-30,796	62278.22
50	2	5,393	98,467	-30,796	67671.15
51	3	5,393	103,860	-30,796	73064.08
52	4	5,393	109,253	-30,796	78457.02
53	5	5,393	114,646	-30,796	83849.95
54	6	5,393	120,039	-30,796	89242.88
55	7	5,393	125,432	-30,796	94635.81
56	8	5,393	130,825	-30,796	100028.74
57	9	5,393	136,218	-30,796	105421.67
58	10	5,393	141,611	-30,796	110814.60

7.7 Análisis de Sensibilidad Multi variable o de Escenarios Múltiples

7.7.1 Productividad

El análisis de sensibilidad tomaremos dos escenarios distintos en ambos será del 10%, un escenario será positivo más 10% mientras el otro será negativo de menos 10%.

ESCENARIO GASTOS DE VENTA		
	-10	10
	PESIMISTA	OPTIMISTA
GASTOS DE VENTA	110%	90%
VAN	\$ 50,293.61	\$ 54,033.67
TIR	36.91%	38.39%

Elaborado Raúl Rendón

7.7.2 Precio Mercado Local

El análisis de sensibilidad se podrá aplicar cuando la compañía quiera aumentar su cartera de clientes. No es recomendable un descenso de los costos ni de alquiler ya que podría endeudar a la empresa.

7.7.3 Precio Mercado Externo

Este punto no aplica al proyecto, ya que no existe mercado internacional.

7.7.4 Costo de Materia Prima

Se hará el supuesto que los costos suban en un 10% su valor actual.

7.7.5 Costo de Materiales Indirectos

Dentro del proyecto se incluyó el rubro de materiales indirectos por esto solo se realizara un análisis de costos.

7.7.6 Costo de Suministros y Servicios

No se tomaran estos costos ya que no afectan a la compañía.

7.7.7 Costo de Mano de Obra Directa

Estos costos están considerados dentro de costos de ventas.

7.7.8 Costo de Mano de Obra Indirecta

No se considera una variable para analizar este análisis.

7.7.9 Gastos Administrativos

El 10% en un escenario positivo el Tir subirá en un .05% llegando al 38.39% y en un escenario pesimista bajara hasta un 36.91%

7.7.10 Gastos de Ventas

La variación no es significativa en los gastos de ventas.

ESCENARIO GASTOS DE VENTA		
	-10	10
	PESIMISTA	OPTIMISTA
GASTOS DE VENTA	110%	90%
VAN	\$ 50,293.61	\$ 54,033.67
TIR	36.91%	38.39%

7.7.11 Inversión en Activos Fijos

La inversión será de \$ 18,174.21 y se verá reflejado en el Balance General.

7.7.12 Tasa de Interés Promedio

Esta tasa no afectara la rentabilidad de la empresa.

7.8 Balance General

Balance General						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos						
Disponible	\$ 4,670.75	\$ 10,349.31	\$ 27,333.13	\$ 52,304.87	\$ 92,351.95	\$ 157,067.12
Caja - Bancos	\$ 4,670.75	\$ (1,603.99)	\$ 350.49	\$ 3,169.43	\$ 11,027.48	\$ 30,065.81
Ctas por Cobrar	\$ -	\$ 6,209.58	\$ 16,399.88	\$ 31,382.92	\$ 55,411.17	\$ 94,240.27
Inventario	\$ 6,308.86	\$ 11,738.73	\$ 12,384.89	\$ 18,212.39	\$ 20,059.64	\$ 26,470.48
Activo Corriente	\$ 10,979.61	\$ 16,344.33	\$ 29,135.25	\$ 52,764.75	\$ 86,498.28	\$ 150,776.56
Activos Fijos	\$ 18,174.21	\$ 18,174.21	\$ 19,245.42	\$ 20,924.42	\$ 25,124.42	\$ 26,803.42
Dep Acumulada	\$ -	\$ 3,894.84	\$ 8,003.93	\$ 12,448.81	\$ 16,598.69	\$ 21,084.38
Activos Fijos Netos	\$ 18,174.21	\$ 14,279.37	\$ 11,241.49	\$ 8,475.61	\$ 8,525.73	\$ 5,719.04
Activo Diferido	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00	\$ 3,800.00
Total de Activos	\$ 32,953.82	\$ 34,423.69	\$ 44,176.75	\$ 65,040.36	\$ 98,824.01	\$ 160,295.60
Pasivos						
Ctas por Pagar	\$ 2,157.92	\$ 5,035.14	\$ 4,621.01	\$ 7,540.37	\$ 7,737.63	\$ 10,742.09
Impuestos por Pagar	\$ -	\$ 601.11	\$ 4,838.65	\$ 9,038.71	\$ 15,895.54	\$ 26,782.36
Pasivo Corriente	\$ 2,157.92	\$ 5,636.25	\$ 9,459.66	\$ 16,579.08	\$ 23,633.17	\$ 37,524.45
Deuda LP	\$ 20,471.87	\$ 17,280.80	\$ 13,691.07	\$ 9,652.88	\$ 5,110.20	\$ -
Total de Pasivos	\$ 22,629.78	\$ 22,917.05	\$ 23,150.74	\$ 26,231.96	\$ 28,743.37	\$ 37,524.45
Patrimonio						
Capital Social	\$ 10,324.04	\$ 10,324.04	\$ 10,324.04	\$ 10,324.04	\$ 10,324.04	\$ 10,324.04
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 1,182.60	\$ 9,519.37	\$ 17,782.39	\$ 31,272.24	\$ 52,690.51
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ -	\$ 1,182.60	\$ 10,701.97	\$ 28,484.36	\$ 59,756.60
Total de Patrimonio	\$ 10,324.04	\$ 11,506.64	\$ 21,026.01	\$ 38,808.40	\$ 70,080.64	\$ 122,771.15
Pasivo más Patrimonio	\$ 32,953.82	\$ 34,423.69	\$ 44,176.75	\$ 65,040.36	\$ 98,824.01	\$ 160,295.60

Elaborado Raúl Rendón

7.8.1 Razones Financieras

7.8.1.1 Liquidez

Los ratios de liquidez comprenden un conjunto de indicadores y medidas cuya finalidad es diagnosticar si una entidad es capaz de generar tesorería, o lo que es el mismo, convertir sus activos en liquidez a través de su ciclo de explotación.” (Boal Velasco, 2009)

En el siguiente cuadro detallamos la liquidez del proyecto así logra cubrir los pasivos de esta.

RATIOS FINANCIEROS		2015	2016	2017	2018	2019
Ratios de Liquidez						
Capital de Trabajo	en dinero	10,708	19,676	36,186	62,865	113,252
Indice de liquidez = (Activos Corrientes / Pasivo corriente)	en veces	3	3	3	4	4

Podemos ver que el proyecto es viable ya que con la empresa tiene un promedio de \$ 3 dólares por cada dólar de endeudamiento.

7.8.1.2 Gestión

La gestión detalla la rotación de los activos en base a las ventas. Este cuadro nos señala que por cada dólar la empresa obtiene un promedio de 1.5 totales.

RATIOS DE ACTIVIDAD (Uso de Activos)		2014	2015	2016	2017	2018
Rotación de Activos = Ventas / Activos	en veces	1.7	1.8	1.6	1.4	1.1

Elaborado Raúl Rendón

7.8.1.3 Endeudamiento

En este cuadro podemos ver los niveles de endeudamiento del proyecto y su capacidad de pago, la entidad con la que se trabajara para el préstamo será Produbanco. Con este ratio podemos saber que tan apalancados esta la

compañía con terceros. El cuadro siguiente da un entendimiento que esto no representaría un riesgo.

RATIOS DE ENDEUDAMIENTO		2014	2015	2016	2017	2018
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	en porcentaje	67%	52%	40%	29%	23%
Pasivo / Patrimonio	en veces	2.0	1.1	0.7	0.4	0.3
Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	1.8	8.7	20.1	53.4	239.4
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda		2.0	4.1	5.6	8.4	12.9

Elaborado Raúl Rendón

7.8.1.4 Rentabilidad

Este ratio nos permitirá saber la capacidad real que tendrá la empresa para tener utilidades.

Ratios de Rentabilidad		2014	2015	2016	2017	2018
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	en porcentaje	69%	69%	71%	72%	74%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	en porcentaje	7%	21%	27%	36%	45%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	en porcentaje	3%	18%	25%	35%	45%
ROA = Utilidad Neta / Activos	en porcentaje	5%	33%	41%	48%	50%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	en porcentaje	16%	68%	69%	67%	65%

Elaborado Raúl Rendón

7.9 Conclusión Financiera

La conclusión que determinamos es que es factible el proyecto y cuenta con rentabilidad, ya que se cuenta con un TMAR del 19.75%, una Tir del 56.26%, un Van que está en \$50,473.39, se tiene un endeudamiento 68% a terceros, los gastos operacionales cubren el endeudamiento y genera utilidad, el payback está presupuestado en recuperarse a los 28 meses.

Los márgenes de ganancia sobre el costo de venta están sobre el 300% por lo que permitirá tener un colchón monetario, si existiese algún percance.

El Roe que es la rentabilidad sobre el capital determina que tendrá un porcentaje del 45% en sus cinco años de actividad.

CAPÍTULO 8

CONTINGENCIA

8. Plan de Contingencia

8.1.1 Principales Riesgos

La empresa contara con un plan de contingencia, el cual permitirá estar preparados ante cualquier suceso que pueda afectar el desarrollo y labor diario de la compañía.

Tipo	Descripcion
Proveedores	Los proveedores regulares no cuenten con las maquinarias con la que los clientes estan acostumbrados a utilizar
Salida de Personal	El personal que labora en la compañía deje el puesto por inconformidad o mejores propuestas
Robos	Que existiesen robos por parte del personal o por ciudadanos que se dediquen a este ilicito
Accidentes Laborales	Dentro de la empresa o fuera de ella pero dentro de horas de trabajo y realizando actividades correspondientes al trabajo sucediera algun accidente
Operativo	Bajo rendimiento del empleado lo cual repercuta en el resto de personal y en el rendimiento monetario de la empresa

Elaborado por Raúl Rendón

8.1.2 Reuniones para Mitigar los Riesgos

La empresa contara con reuniones mensuales y revisiones en sus instalaciones, también tendrá capacitaciones trimestrales sobre las maquinarias con las que cuente, para que el uso de estas sea el óptimo y minimice posibles riesgos.

8.1.2.3 Tormenta de Ideas (Brainstorming) listas de verificación (Checklists)

Las reuniones trimestrales con personal de capacitación, se hará hincapié en posibles riesgos de mal uso de las maquinarias y como actuar ante posibles escenarios perjudiciales. En las reuniones mensuales internas se conversara sobre como evitar accidentes y corregir accidentes previos.

8.2 Planeación de la respuesta al riesgo

8.2.1 Monitoreo y Control del riesgo

El área de manejo de manejo de maquinarias son los que estarán más expuestos a posibles eventualidades, por ende se los equipara con material que cumplan normas iso y anzi en seguridad industrial, y capacitar a los trabajadores sobre los riesgos que conlleva accidentes por falta de materiales de seguridad.

8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

Ya establecidos los posibles riesgos, el plan que se elaborara será:

PLAN DE CONTINGENCIA					
Proveedores	Salida Pers	Robos	Accidentes I	Operativos	Incendios
Descontinuar modelos utilizados que	Abandono de trabajo de	Sean internos o externos, la	Accidentes que pudiesen	Bajo rendimiento del personal o	Por fallos en sistema

son conocidos por los clientes y conocimiento de uso del mismo	empleado por diferentes motivos, pueden representar perdidas a la compañía	compañía se verá afectada de manera directa.	existir dentro o fuera de la compañía realizando labores de la empresa.	desmotivación en lo cual se verá afectado en los ingresos de la compañía.	eléctrico dentro de la compañía, desastres naturales, entre otros
--	--	--	---	---	---

RESPUESTA

Adquirir maquinarias de la misma u otra marca con las mismas o mejores características que la que se busca reemplazar	Los trabajadores de la compañía deberán estar instruidos y conocer el trabajo de su compañero para poder reemplazarlo en algún momento si fuese necesario	Poner cámaras de seguridad, alarma para la madrugada, y revisiones diarias al personal a la hora de salida.	Equipar al personal con materiales de seguridad y normadas que aprendan el correcto uso de la maquinaria	Se capacitara al personal y habrá charlas trimestrales de motivación, se tendrá contacto con el personal para que den su máximo.	se contara con alarmas y roseador de agua sensibles al humo
---	---	---	--	--	---

RESPONSABLE					
Gerente G.	Gerente G.	Gerente G.	Gerente G.	Gerente G.	Gerente G.

Elaborado Raúl Rendón

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

9. Conclusiones

Después de que se haya desarrollado y analizado los capítulos anteriores, las conclusiones a las que llega la compañía son:

- Construl es una compañía que se encargara de alquilar maquinarias semi-pesadas.
- Su nicho de mercado estará enfocado en la ciudad de Guayaquil y sus alrededores.
- El mercado al que apunta son Constructoras reconocidas que estén localizadas en Guayaquil.
- Construl se enfocara en edificaciones más no en obras viales.
- El método escogido para realizar las encuestas fue el método exploratorio.
- La compañía contara con estrategia Btl (Bellow the line) que consiste principalmente en nuestra negocio a la visita de nuestros posibles clientes ofreciéndoles las ventajas de trabajar con nuestras maquinarias.
- En lo político los números no son del todo favorables, ya que aunque el sector de la construcción sigue generando ganancias y fuentes de empleo al país, en comparación a años anteriores ha bajado el ritmo de crecimiento.
- La compañía contara con cinco maquinarias al momento de comenzar sus funciones. Se tendrá tres modelos diferentes.
- La compañía presenta utilidades a partir del segundo año.
- El tmar de la compañía es de 17.95%
- El Van será de \$ 50,473.39
- El Tir de 56.26%
- El payback que se espera es al mes 28 de operaciones.
- La inversión del negocio será de \$30,795.
- El análisis de sensibilidad demuestra que aunque el escenario sea desfavorable en un 10% el proyecto sigue siendo rentable.

- El financiamiento será de \$ 30,795.91 los cuales estarán repartidos en 32% capital propio, 68% financiamiento.
- El préstamo se lo hará por medio del banco Produbanco con una tasa de interés del 11.89%

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

10. RECOMENDACIONES

- Tener una cartera de clientes de diez a quince empresas dentro del primer semestre de funciones. Para el segundo semestre se proyecta una cartera de clientes de veinte empresas.
- Capacitaciones constantes sobre nuevas maquinarias para que tenga un máximo desarrollo la misma.
- Atención y personalización a los clientes, ya que no la compañía no es la única que brinda este servicio, se deberá tras servicios extras para que los clientes prefieran Construl.
- Analizar dentro del segundo semestre posibles compras de nuevas maquinarias.
- Créditos a clientes conocidos de no más de 45 días de utilizada la maquinaria.
- Mantenimiento de maquinarias en excelente estado y disponible a todo momento.
- Buen trato y tener respuestas de inquietudes a clientes será óptimo para desarrollo de la empresa.
- Contabilidad y asuntos legales actualizados para evitar sanciones monetarias.

CAPÍTULO 11

FUENTES

11. FUENTES

Dr Begoña España. (1999). *Contrato Civil de Prestacion de Servicios*. Quito.

Herramientas Eléctricas y Accesorios. (2012). Mexico D.F.

(2008). *Ley Orgánica de Contratación Pública*. Ciudad Alfaro.

IESS. (29 de JULIO de 2009). Obtenido de <http://www.iess.gob.ec/es/web/afiliado/fondos-de-reserva>

Ecuador Legal Online. (2 de 01 de 2013). Obtenido de <http://www.ecuadorlegalonline.com/modelos/contratos/contrato-de-servicios-profesionales/>

Andece Ecuador. (2015). *Vida Util edificaciones*. Guayaquil.

Asamblea Constituyente. (2005). *ecuador legal*. Recuperado el 2015, de <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/mandato-constituyente-8-ecuador/>

Asamblea Nacional Constituyente. (2008). *Informe Definitivo De Mayoria*. Montecristi.

Asamblea Nacional Constituyente. (2015). *Codigo del Trabajo*. Quito.

Banco Central del Ecuador. (2015). *Revista Lideres*.

Banco ProCredit. (2014). *Prestamos Corporativos*. Guayaquil.

Biees. (2014). <http://www.plusvalia.com/blog/2014/11/17/la-construccion-genera-bienestar-y-riqueza/>.

Boal Velasco. (2009). Ratios de Liquidez. *Expansion*.

Calle, D. J. (2006). *Estudios correlacionales. Modulo de Introducción a la Psicología*. española.

Camara Comercio de Quito. (2012). *Contratacion de personas con discapacidad*. Quito.

Camara de la Industria de la Construccion. (2012). *Movimiento monetario en base a la construccion en el Ecuador*. Buenos Aires.

Carina Morales Paez. (2012). <http://www.puce.edu.ec/economia/docs/2014/semana-economia/ECONOMIA-SEMIII-Carina-Morales.pdf>.

Censo. (2010). Obtenido de www.estadisticasy censos@gov.com.ec

Censo. (2010). *Empresas Construccion*. Obtenido de www.estadisticasy censos@gov.com.ec

- Centro de Estudios Financieros. (2015). *utilidad de las tecnicas*.
- Cepal. (2015). *Crecimiento Ecuador*. Quito.
- Chapman, A. (2004). *Análisis DOFA y Análisis PEST*. Reino Unido.
- Codigo Laboral Del Ecuador. (2005). *Registro oficial suplemento 167*.
- Comicon, d. t. (2014). <http://www.plusvalia.com/blog/2014/11/17/la-construccion-genera-bienestar-y-riqueza/>.
- Corporacion Financiera Nacional. (2013). Sector de la Construccion.
- Dirección de Comunicación Social y Atención al Ciudadano. (2014). Guayaquil.
- Direccion Estudios Sectoriales. (2015). *Eficiencia Relativa*. Guayaquil.
- Ec. Francisco Escandon Guevara. (2015). *Ecuador Libre Red*.
- Ec. Manuel Gonzalez. (2015). *Economia Ecuatoriana 2015*. Quito.
- Ec. Patricio Rivera. (2015). *Crecimeinto construccion Ecuador*. Quito.
- Federacion Interamericana de la Industria de la Construccion. (2015). *movimiento ecuador en construccion*. Latinoamerica.
- Federacion Interamericana de la Industria de la Construccion. (2015). *Produccion monetaria de la Construccion*. Guayaquil.
- Fielden. (1999). Definicion de Proyecto. En S. C. Rizo, *Introduccion al Proyecto de Produccion*. (pág. 8). Valencia, España: Universidad Politecnica de Valencia.
- Google Maps. (2015).
https://www.google.com.ec/maps/place/Guayaquil/data=!4m2!3m1!1s0x902d13cbe855805f:0x8015a492f4fca473?sa=X&ved=0CBsQ8gEwAGoVChMIpd-M2660xwIVC6oeCh3_zwEN.
- Google Maps. (s.f.). <http://fccnugye.com/images/mapa.jpg>.
- H. Congreso Nacional. (1999). *Codificacion*. Quito.
- H. Congreso Nacional. (1999). *Codificacion*. Quito .
- H. Congreso Nacional. (1999). *Codigo de Trabajo*. Quito.
- H. Congreso Nacional. (1999). *Modificado ultima Reforma*.

- H. Congreso Nacional. (2005). *Codificacion*. Quito.
- H. Congreso Nacional. (2005). *Codificacion de La Ley De Companias*. Quito.
- H. CONGRESO NACIONAL. (2005). *CODIFICACION DEL CODIGO DEL TRABAJO*. Registro Oficial Suplemento 167 de 16-dic-2005.
- H. Congreso Nacional. (2005). *Codificaciones*. Quito.
- H. Congreso Nacional. (2005). *Codificaciones*. Guayaquil.
- H. Congreso Nacional. (2005). *Codigo de Trabajo*. Quito.
- H. Congreso Nacional. (2005). *Codigo del Trabajo*. Quito.
- H. Congreso Nacional. (2005). *Codigo del Trabajo*. Quito.
- Hermel Flores. (2014). *Presidente Camara de la Industria de la Construccion*. Guayaquil.
- Hermel Flores. (2015). *Ranking de sector de la Construccion*. Guayaquil.
- IESS. (Julio de 2014). <http://www.plusvalia.com/blog/2014/11/17/la-construccion-genera-bienestar-y-riqueza/>. Obtenido de <http://www.iess.gob.ec/es/web/afiliado/fondos-de-reserva>
- Igor Ansoff. (1987). *La Estrategia de la Empresa*. Rusia.
- Infografia Ecuador. (2015). Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Infografias/asi_esGuayaquil_cifra_a_cifra.pdf
- Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual. (2015). *Que es la propiedad intelectual?* Guayaquil.
- Iturrios Del Campo, Javier. (2008). *Expansion*. *Expansion*.
- Keat, P. G., & Young, P. K. (2004). *Economia de Empresa*. Mexico.
- Keith Ward. (2012). *marketing finance*. España.
- Lexicoon. (2005). Obtenido de <http://lexicoon.org/es/constructora>
- Lexicoon. (2005). Obtenido de <http://lexicoon.org/es/constructora>
- Ley de Companias. (2012). *Comision Legislativa y Codificacion*.

maps, g. (2015). <https://www.google.com.ec/maps/@-2.1456973,-79.902467,15z>.

Maria Dolores Garcia. (2004). *Manual de Marketing*. Madrid: Esic Editorial.

Marta Alelú Hernández. (s.f.). Recuperado el 2015, de https://www.uam.es/personal_pdi/stmaria/jmurillo/InvestigacionEE/Presentaciones/Curso_10/ENCUESTA_Trabajo.pdf

Metroquil Municipio. (2014). Guayaquil.

Ministerio de Obras Publicas. (2014). Guayaquil.

Municipalidad de Guayaquil. (2015). Ilustre Municipalidad de Guayaquil. Guayaquil.

Muñoz, A. (2015). Peru: International Bank.

Nacional, C. (1999). *supercias.gob*. Recuperado el 2015, de http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/LEY_DE_COMPANIAS.pdf

Paul G. Keat, & Philip K.Y. Young. (2004). *Economia de Empresa. Cuarta Edicion* . Mexico: Pearson Educacion .

Plan General Contable. (2004). Definiciones. Argentina.

Presidencia Republica del Ecuador. (2015). *boletin Oficial*. Quito.

Raul Rendon. (2015). *importaciones*. Guayaquil.

Raul Rendon. (2015). *Matriz Bcg*. Guayaquil.

Richard Espinoza. (2014). *Forttalecimiento de lasos con sector productivo*. Zaimella.

Ruiz, V. R. (2008). *Gestion Eficaz de los Procesos Productivos*. En C. edirectivos. Madrid: WOLTERS KLUWER.

SuperIntendencia de Bancos del Ecuador. (2015). http://www.sbs.gob.ec/practg/p_index?vp_art_id=61&vp_tip=2.

Talleres Lideres. (2014). *Talleres Lideres*.

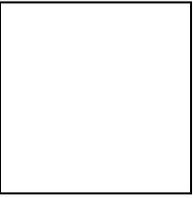
Washington Pasquel. (2014). Banco Central del Ecuador.

Xavier Morante. (2013). *Metros Cubicos*. Guayaquil.

Xavier Salvador Plaza. (2014). *tecnologia a futuro Guayaquil*. Guayaquil.

CAPÍTULO 12

ANEXOS



CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEM