



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

**PROYECTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL SERVICIO DE ALQUILER
DE MAQUINARIA Y EQUIPO DE CONSTRUCCIÓN, PARA UNA CADENA
DE FERRETERÍAS EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO.**

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener el
título de Ingeniería Comercial

Profesor Guía: Milton Rivadeneira

GABRIELA PATRICIA ZURITA LUNA

2009
QUITO-ECUADOR

Quito, 26 de Marzo del 2009

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

Yo, Milton Rivadeneira, declaro haber dirigido este trabajo de titulación: Proyecto para la implementación del servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción, para una cadena de ferreterías en la ciudad de Santo Domingo; a través de reuniones periódicas con la estudiante Gabriela Patricia Zurita Luna, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema y tomando en cuenta la Guía de Trabajos de Titulación correspondiente.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad, facultando a la interesada hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la evaluación por parte del jurado respectivo.

Atentamente

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Milton Rivadeneira V.', is written over a horizontal line. The signature is stylized and cursive.

MBA. Milton Rivadeneira V.

DIRECTOR DE TESIS

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Yo, Gabriela Patricia Zurita Luna, declaro que este trabajo previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial, es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

En tal virtud, expreso que el contenido, las conclusiones y los efectos legales y académicos que se desprenden del trabajo propuesto, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Gabriela Patricia Zurita Luna

AGRADECIMIENTOS

Doy infinitas gracias...A Dios, por el camino recorrido....A mi hijo, por ser mi fuerza y templanza...A mis padres, por su amor y apoyo, y por estar conmigo incondicionalmente, por su comprensión y ayuda en momento buenos y malos, me han enseñado a encarar las adversiones sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi perseverancia y mi empeño y todo ello con una gran dosis de amor y sin pedir nunca nada a cambio; ya que sin ellos y sus enseñanzas no estaría aquí ni sería quien soy...A la vida.... Por lo aprendido. Al MBA. Milton Rivadeneira por asesorarme a lo largo de la tesis y acompañarme en este camino que hoy culmina en el presente proyecto, por compartir su conocimiento conmigo e inspirar en mí mucha admiración.

DEDICATORIA

Dedico mi tesis a mis padres Renzo y Paty en especial a mi hijo Mateo quien ha sido mi inspiración para seguir adelante y culminar mi tesis, ya que ellos siempre han estado a mi lado en todo momento.

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente trabajo de titulación, consiste en la implementación del servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción, dentro de los servicios prestados por una ferretería en la ciudad de Santo Domingo, Provincia Tsáchila, se presenta de una manera diferente a los ya existentes en el mercado, brindar servicio técnico y profesional al momento de contratar el servicio, manteniendo en buen estado la maquinaria y equipo que se ofrecerá, con comodidades de pago, y sobre todo la facilidad de encontrar productos complementarios como hierro, cemento , entre otros que beneficiarán al usuario del servicio.

Para la elaboración del proyecto se desarrollaron 7 capítulos. En el primer capítulo, se presentan los antecedentes, objetivos generales y específicos del proyecto.

En el segundo capítulo, se analiza el macroentorno y microentorno del negocio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción, el sector, la industria, el negocio, las 5 fuerzas competitivas de Porter que afectan al negocio directa e indirectamente.

En el tercer capítulo, se realiza la investigación de mercados, que llegó a la conclusión de que sí existe una oportunidad de negocio, en la ciudad de Santo Domingo.

En el cuarto capítulo se realiza un análisis de la situación actual de la empresa para poder ser incorporado el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción. Definiendo adecuadamente el funcionamiento de la empresa.

En el capítulo cinco se elabora un plan de marketing en el cual se definen estrategias de precios, productos, publicidad, promociones para la empresa. Al mismo tiempo se estudia la competencia para tomar decisiones

oportunamente. También, se presentan las proyecciones de ventas en tres escenarios: probable, pésimo y óptimo

En el capítulo 6 se realiza la evaluación financiera para conocer la rentabilidad del proyecto a implementarse.

El capítulo 7, se analizan posibles riesgos que podría sufrir el negocio, dando sus debidas soluciones.

El capítulo 8, recapitula las conclusiones de los capítulos anteriores y finalmente hace recomendaciones para asegurar el éxito del negocio.

EXECUTIVE RESUME

The purpose of this grading job is to present a project which it consists in the implementation of machinery and building equipment into the hardware store in the Santo Domingo city. It has different objectives of the other services in the common market; it offers technical and professional attendance when the clients contract it. The machinery is in good conditions and the client could find different materials as: iron, cement and other products that will benefit to the user.

This project was developed in seven chapters. First chapter has the antecedents, general and specific objectives.

The second chapter analyzes the main and secondary aims of machinery's rent, the building equipment, area, industry, and businesses, five competitive forces of Porter that affect the business directly and indirectly.

The third chapter has the marketing research which concludes the opportunity of deal in Santo Domingo city.

Chapter four presents the analysis of the company's present situation to be incorporated in the machinery and building equipment rent, defining the correct working of the company.

Chapter five shows a complete marketing plan in which the strategies of prices, products, publicity, promotions for the company are defined. At the same time, the competence to take decisions opportunely is studied. The forecast is presented in three ways: high, middle and low sells.

In the chapter six, the economical assessment will be making to know the yield of the project.

Chapter seven, it has the analysis and solutions for possible risks that the business could have.

Finally, chapter eight has the conclusions and recommendations to make sure the business success.



ÍNDICE

CAPÍTULO I.....	9
1. ASPECTOS GENERALES.....	9
1.1.OBJETIVO.....	9
1.1.1. Objetivos Generales.....	9
1.1.2. Objetivos Específicos.....	9
 CAPITULO II.....	 10
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	10
2.1. SECTOR CONSTRUCCIÓN.....	10
2.1.1. Antecedentes del sector.....	10
2.1.2. Situación actual.....	12
2.1.3. Proyección del sector.....	12
2.1.4. El sector de la construcción en Santo Domingo de los Tsáchilas.....	12
2.2. INDUSTRIA: ALQUILER DE MAQUINARIA Y EQUIPO DOTADO DE OPERARIOS.....	14
2.3. EL NEGOCIO: IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO PARA UNA CADENA DE FERRETERIAS EN SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS.....	15
2.3.1. Definición del negocio: Alquiler de maquinaria y equipo de construcción.....	15
2.3.2. Factores que afectan el negocio.....	15
2.3.2.1. Factores Demográficos.....	16
2.3.2.1.1. <i>Tasa de crecimiento</i>	16
2.3.2.2. Factores socio-cultural.....	17
2.3.2.2.1. <i>Desempleo</i>	17
2.3.2.2.2. <i>Movimientos migratorios</i>	17
2.3.2.3. Crédito Financiero.....	18
2.3.2.3.1. <i>Disponibilidad de crédito</i>	18
2.3.2.4. Factores económicos.....	19
2.3.2.4.1. <i>Inflación</i>	19
2.3.2.5. Factores tecnológicos.....	20
2.3.2.6. Factores ambientales.....	20
2.4. FACTORES DEL MICROENTORNO.....	21
2.4.1. Las cinco fuerzas de porter.....	21
2.4.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	22
2.4.1.2. Poder de negociación con los proveedores.....	23
2.4.1.3. Rivalidad entre los competidores existentes.....	23
2.4.1.4. Poder de negociación de los clientes.....	23
2.4.1.5. Amenaza de servicios sustitutos.....	24

CAPITULO III.....25

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	25
3.1. INTRODUCCION.....	25
3.2. PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL.....	25
3.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	25
3.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN.....	26
3.5. OBJETIVO GENERAL.....	27
3.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	27
3.7. FUENTES DE INFORMACIÓN.....	27
3.7.1. Fuentes Primarias.....	27
3.7.2. Fuentes Secundarias.....	28
3.8. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.....	28
3.8.1. Investigación Exploratoria Cualitativa.....	28
3.8.1.1. Objetivos de las Entrevistas con expertos.....	28
3.8.1.2. Conclusiones de Entrevistas con expertos.....	29
3.8.2. Investigación Descriptiva Concluyente.....	31
3.8.2.1. Diseño y selección de la muestra.....	31
3.8.2.2. Objetivos de las Encuestas.....	32
3.8.2.3. Resultados de las Encuestas.....	32
3.8.2.4. Conclusiones de las Encuestas.....	33
3.9. OPORTUNIDAD DEL NEGOCIO.....	34

CAPITULO IV.....36

4. LA EMPRESA.....	36
4.1. SITUACIÓN ACTUAL.....	36
4.2. MARCO INSTITUCIONAL.....	36
4.2.1. Visión.....	36
4.2.1.1. Actual.....	36
4.2.1.2. Nueva Visión.....	36
4.2.2. Misión.....	37
4.2.2.1. Actual.....	37
4.2.2.2. Nueva Misión.....	37
4.2.3. Valores.....	37
4.2.3.1. Honestidad.....	37
4.2.3.2. Responsabilidad.....	37
4.2.3.3. Confianza.....	37
4.2.3.4. Eficiencia.....	38
4.2.3.5. Respeto.....	38
4.2.3.6. Comunicación.....	38
4.2.4. Organigrama.....	38
4.2.4.1. Organigrama Actual.....	38
4.2.4.2. Organigrama Propuesto.....	40
4.2.5. Objetivos, Estrategias y Políticas por Departamento.....	41
4.2.6. Perfil y funciones del Talento humano.....	43

4.3. DIAGNÓSTICO F.O.D.A. DE LA EMPRESA.....	46
4.4. CADENA DE VALOR.....	47
4.4.1. Logística Interna.....	47
4.4.2. Operaciones.....	48
4.4.2.1. Asesorar.....	48
4.4.2.2. Contratación.....	48
4.4.2.3. Mantenimiento.....	48
4.4.3. Logística Externa.....	49
4.4.4. Marketing y Ventas.....	49
4.4.5. Servicio al Cliente.....	50
4.4.6. Actividades de Apoyo.....	50
4.4.6.1. Abastecimiento.....	50
4.4.6.2. Tecnología.....	50
4.4.6.3. Recursos Humanos.....	50
4.5. ESCALA ESTRATÉGICA.....	51
4.6. RECOMENDACIONES PARA LA EMPRESA.....	53

CAPÍTULO V.....54

5. PLAN DE MARKETING.....	54
5.1. OBJETIVOS.....	54
5.2. CONSUMIDOR.....	54
5.3. MERCADO.....	55
5.3.1. Nivel de la demanda.....	55
5.3.2. Estacionalidad.....	55
5.3.3. Impacto de la tecnología.....	56
5.4. COMPETIDORES.....	56
5.4.1. Participación del mercado de los principales competidores.....	58
5.4.2. Segmentación.....	58
5.4.2.1. Geográfica.....	58
5.4.2.2. Demográfica.....	59
5.5. CARACTERÍSTICA DEL SERVICIO.....	59
5.5.1. Diagrama de flujo genérico del servicio.....	60
5.5.1.1. Procedimiento del Servicio de alquiler de maquinaria y Equipo de construcción.....	61
5.6. CARACTERÍSTICAS DEL PUNTO DE VENTA.....	62
5.7. MARKETING ESTRATÉGICO.....	63
5.7.1. Ciclo de Vida.....	63
5.7.2. Estrategias a utilizarse.....	65
5.7.2.1. Etapa de Introducción.....	65
5.7.2.1.1. <i>Personal de la Organización</i>	65
5.7.2.1.2. <i>Para los Usuarios</i>	65
5.8. MARKETING DIRECTO.....	68
5.8.1. Tácticas para ofertar el Servicio.....	68
5.9. PRECIO.....	69
5.9.1. Estrategias de diferenciación de precios.....	70
5.9.2. Comparación con la Competencia.....	70

5.9.3. Control de Precios.....	71
5.9.4. Descuentos Promocionales.....	71
5.9.5. Condiciones de Pago.....	72
5.10. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	72
5.10.1. Escenarios de Ventas.....	72
5.10.1.1. Primer Escenario: Ventas Efectivas Inferiores a las Proyecciones de Ventas.....	72
5.10.1.2. Segundo Escenario: Ventas Efectivas Superiores a las Proyecciones de Ventas.....	72

CAPÍTULO VI.....73

6. ANÁLISIS FINANCIERO.....	73
6.1. SUPUESTOS FINANCIEROS.....	73
6.1.1. Supuestos Generales.....	73
6.1.3. Ingresos Proyectados por Ventas.....	75
6.1.4. Costos Proyectados.....	75
6.1.4.1. Materiales e Insumos.....	75
6.1.4.2. Mano de Obra Directa.....	76
6.1.4.3. Gastos Indirectos.....	76
6.1.5. Activos Fijos.....	77
6.1.6. Gastos Preoperativos.....	78
6.1.7. Gastos generales de administración.....	79
6.1.8. Publicidad.....	79
6.1.9. Capital de Trabajo.....	80
6.1.10. Inversión.....	80
6.1.11. Flujo de Efectivo.....	82
6.1.12. Punto de Equilibrio.....	83
6.1.13. Estado de Situación Inicial.....	85
6.1.14. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	85
6.1.15. Razones Financieras.....	85
6.1.15.1. Índice de Rendimiento Bruto en Ventas.....	85
6.1.15.2. Índice de Rendimiento Operativo en Ventas.....	85
6.1.15.3. Índice de Rendimiento Neto en Ventas.....	86
6.1.15.4. Índice de Rendimiento de la Inversión.....	86
6.2. COSTO DE OPORTUNIDAD.....	86
6.3. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	86

CAPÍTULO VII.....90

7. PLAN DE CONTINGENCIA.....	90
7.1. INTRODUCCIÓN.....	90
7.2. POSIBLES RIESGOS.....	90
7.2.1. Incremento de Ventas.....	90
7.2.2. Reducción de Ventas.....	90
7.2.3. Nuevas empresas entrantes.....	90
7.2.4. Inestabilidad Política Económica.....	91

7.3. PLANES DE CONTINGENCIA.....	91
7.3.1. Incremento de Ventas.....	91
7.3.2. Reducción de Ventas.....	91
7.3.3. Nuevas empresas entrantes.....	91
7.3.4. Inestabilidad Política Económica.....	91
CONCLUSIONES.....	92
RECOMENDACIONES.....	93
BIBLIOGRAFIA.....	94
ANEXOS.....	95
CUATRO SECTORES DE SANTO DOMINGO	
ANEXO A 1.....	96
DATOS DE LOS EXPERTOS A QUIENES SE REALIZARON LAS ENTREVISTAS	
ANEXO B 1.....	98
FORMATO DE LAS ENTREVISTAS CON EXPERTOS	
ANEXO B 2.....	100
FORMATO DE LAS ENCUESTAS	
ANEXO B 3.....	104
GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS	
ANEXO B 4.....	107
PLANO DE LAS INSTALACIONES DEL NUEVO LOCAL	
ANEXO C 1.....	113
PUCLICIDAD, VOLANTES	
ANEXO C 2.....	115
PROYECCIÓN DE VENTAS	
ANEXO C 3.....	117
PRIMER ESCENARIO: VENTAS EFECTIVAS INFERIORES A LAS PROYECTADAS	
ANEXO C 4.....	119
SEGUNDO ESCENARIO: VENTAS EFECTIVAS SUPERIORES A LAS PROYECTADAS	
ANEXO C 5.....	121
COSTO DE METERIA PRIMA E INSUMOS.	
ANEXO D 1.....	123
APORTE DE MATERIA PRIMA E INSUMOS POR MAQUINARIA Y EQUIPO	
ANEXO D 2.....	125
COSTO DE MATERIALES E INSUMOS	
ANEXO D 3.....	127
NÓMINA DEL PERSONAL	
ANEXO D 4.....	129
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA	
ANEXO D 5.....	131
GASTOS DE FABRICACIÓN	

ANEXO D 6.....	133
SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA	
ANEXO D 7.....	135
DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS	
ANEXO D 8.....	137
CAPITAL DE TRABAJO	
ANEXO D 9.....	139
INVERSIONES TOTALES	
ANEXO D 10.....	142
FLUJO DE EFECTIVO NETO	
ANEXO D 11.....	144
BALANCE GENERAL	
ANEXO D 12.....	151
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	
ANEXO D 13.....	158
COSTO DE OPORTUNIDAD	
ANEXO D14.....	165

ÍNDICE DE GRÁFICOS

CAPITULO II

Sector Industria y Negocio

Gráfico Nro.1.....	10
Análisis de los porcentajes del sector de la Construcción frente al PIB y sus proyecciones	
Gráfico Nro.2.....	11
Evolución de la construcción Legal e Ilegal en Santo Domingo, en número de construcciones	
Gráfico Nro.3.....	13
Factores que afectan el Negocio	
Gráfico Nro.4.....	16
Evolución de las Remesas en Santo Domingo de los Tsáchilas	
Gráfico Nro.5.....	18
Tasa de Interés Referencial Activa	
Gráfico Nro.6.....	19
Tasa de Inflación del Ecuador	
Gráfico Nro.7.....	20
Las 5 fuerzas de Porter	
Gráfico Nro.8.....	22

CAPITULO IV

Organigrama Actual

Gráfico Nro.9.....	39
Organigrama Propuesto	
Gráfico Nro.10.....	40

Cadena de Valor	
Gráfico Nro.11.....	47

CAPITULO V

Participación en el mercado de los competidores	
Gráfico Nro.12.....	58
Ciclo de Vida	
Gráfico Nro.13.....	61

ÍNDICE DE CUADROS

CAPITULO II

Porcentajes de la Construcción en Santo Domingo	
Cuadro Nro.1.....	14

CAPITULO III

FODA de la Empresa	
Cuadro Nro.2.....	46
Escala Estratégica	
Cuadro Nro.3.....	52

CAPITULO V

Equipamiento de la competencia en Santo Domingo	
Gráfico Nro.4.....	57
Principales Competidores	
Gráfico Nro.5.....	58
Precios de la maquinaria y equipo de construcción	
Gráfico Nro.6.....	70
Referencia de precios de la empresa y la competencia	
Gráfico Nro.7.....	71

CAPITULO VI

Nivel de producción para los diferentes escenarios	
Cuadro Nro. 8.....	74
Costos de Servicios	
Cuadro Nro.9.....	75
Ingreso proyectado por ventas	
Cuadro Nro.10.....	75
Materiales e Insumos	
Cuadro Nro.11.....	76
Mano de Obra Directa	
Cuadro Nro.12.....	76

Gastos Indirectos	
Cuadro Nro.13.....	76
Activos Fijos	
Cuadro Nro.14.....	77
Depreciación de los Activos Fijos	
Cuadro Nro.15.....	78
Gastos Preoperativos	
Cuadro Nro.16.....	78
Gastos generales de administración	
Cuadro Nro.17.....	79
Capital de Trabajo.	
Cuadro Nro.18.....	79
Cuadro Nro.19.....	80
Flujo de Efectivo	
Cuadro Nro.20.....	80
Cuadro Nro. 21.....	81
Cuadro Nro. 22.....	81
Cuadro Nro. 23.....	81
Cuadro Nro. 24.....	81
Cuadro Nro. 25.....	82
Punto de Equilibrio	
Cuadro Nro.26.....	82
Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	
Cuadro Nro.27.....	85
Cuadro Nro.28.....	85

CAPÍTULO I



CAPÍTULO I

1. ASPECTOS GENERALES

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivos Generales

Realizar un plan de negocios para determinar la rentabilidad de implementar el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción para una cadena de ferreterías en la ciudad de Santo Domingo.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Analizar Factores económicos, políticos, sociales, culturales y legales que afectan directamente al negocio.
- Introducir el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción dentro de los servicios prestados por una ferretería.
- Investigar la competencia y su comportamiento en el mercado de Santo Domingo.
- Desarrollar un plan de marketing para posicionar el servicio en el mercado.
- Determinar las Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas del negocio.
- Establecer medios de comunicación más apropiados para promocionar adecuadamente la incorporación del servicio en la cadena de ferreterías.
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto.
- Definir los planes de contingencia adecuados para posibilitar el proyecto en caso de inconvenientes.

CAPÍTULO II

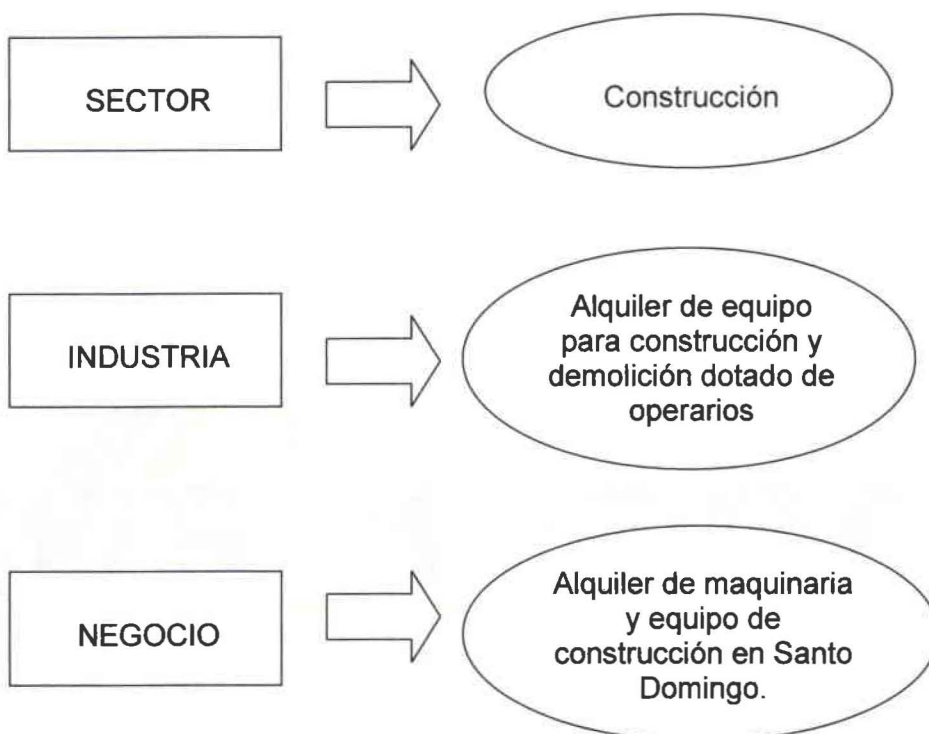


CAPÍTULO II

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

Gráfico Nro.1

Sector, Industria y Negocio.



Fuente: Código Industrial Internacional Uniforme
Elaboración: Autora

2.1. SECTOR CONSTRUCCIÓN

2.1.1. Antecedentes del sector

“El sector de la construcción es uno de los de mayor crecimiento en la economía del país, a través de la información de las cifras económicas al mes de diciembre del 2008, se puede concluir que el sector de la construcción tiene un crecimiento real del 8.06%”¹.

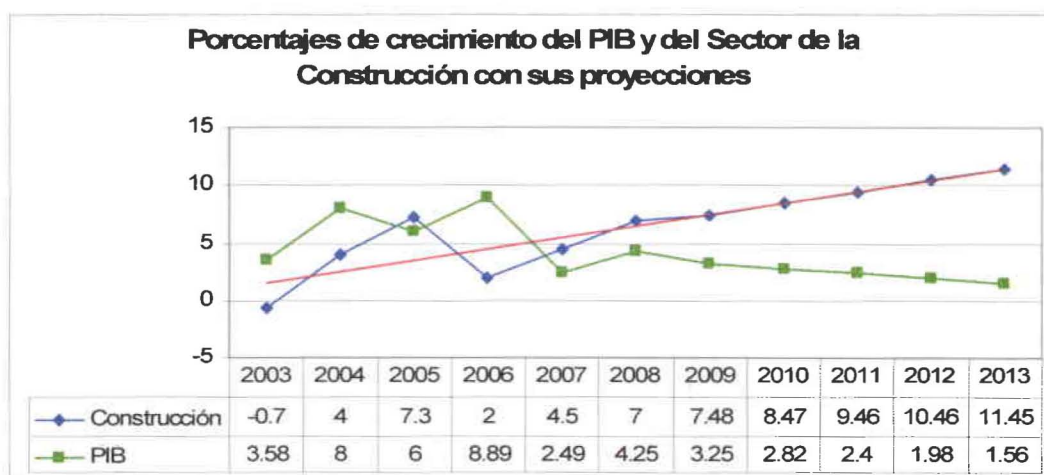
¹ Banco Central del Ecuador. Documentos-Estadísticas. Cifras Económicas. Septiembre 2008.
www.bce.fin.ec

El sector de la construcción ha venido creciendo desde el año 2003, su promedio es más notorio como en los años 2005 y 2008, con una tasa del 7,3% y 7%(previsión parcial) respectivamente (Gráfico Nro.2).

El crecimiento promedio para el sector de la construcción en los últimos seis años ha sido del 4,02% (Gráfico Nro.2), lo que significa un porcentaje mayor a "la tasa promedio de crecimiento anual del PIB, la cual se encuentra en 2,6%"², con lo que se puede concluir que es un sector creciente dentro de la economía del país.

Gráfico Nro.2

Análisis de los porcentajes del sector de la Construcción frente al PIB y sus proyecciones.



	Construcción	PIB
Promedio 11 años	6.49%	4.11%
Promedio 6 años	4.02%	5.54%

Fuente: Banco Central del Ecuador³
Elaboración: Autora

2.1.2. Situación actual

El uso de la mano de obra (principalmente la no calificada) debe estar en alrededor de unos tres millones de personas (Fernando Cabezas, CAPEIPI).

² CPA-FERRERE. Síntesis macroeconómica del Ecuador.2008, Pág.1, www.ferrer.com

³ Banco Central del Ecuador. Previsiones del PIB. Estadísticas. www.bce.fin.ec

La inestabilidad política y económica del país hace que el mismo sufra las consecuencias, en este caso el sector de la construcción se ve afectado en cuanto al crecimiento del mismo ya que solo fue del 4,5% al año 2007, cifra que pudo ser mayor, debido a los proyectos de inversión pública que se tenían previstos por el Gobierno.

2.1.3. Proyección del sector

El sector de la construcción se encuentra ligado a las condiciones de la economía mundial, por el precio de las materias primas como el acero, cobre y también por las condiciones del mercado laboral que cada vez se integra más al resto del mundo. Si además se considera el mercado financiero internacional, atento a captar oportunidades de negocio, se tiene que los insumos de materias primas, capital, trabajo del sector cada vez se encuentran más abiertos.

Según la Cámara de la Construcción de Quito la tendencia del sector de la construcción para los próximos años va a mantener un crecimiento que va a favorecer al sector y a su vez a todo lo que tenga que ver con la construcción y sus servicios; como se pudo observar en el Gráfico Nro.1.

2.1.4. El sector de la construcción en Santo Domingo de los Tsáchilas

La construcción es sin duda un rubro importante en la economía de la ciudad, ya que ésta representa una de las más comerciales del país y a su vez una de las de mayor crecimiento poblacional, la cual está en continuo crecimiento; para lo que existe una gran demanda de bienes inmuebles dentro y fuera de la ciudad.

“Si bien es cierto que el continuo incremento de los precios de los insumos afecta directamente a la construcción; ya que para el constructor la variación de sus costos ha representado un 5%”⁴ en los primeros cinco meses del año

⁴ Diario en línea HOY. Consumo. Quito, 23 de junio 2008. www.hoy.com.ec

2008, "cabe recalcar que la construcción avanza pese a este incremento de los mismos"⁵.

Santo Domingo es una ciudad en crecimiento acelerado, pero de manera desorganizada, esto se debe a la falta de planificación de la misma, lo que lleva a que la mayoría de obras de construcción sean de manera ilegal, en el Gráfico Nro.3, se muestra el crecimiento del sector de la construcción Legal e Ilegal en los últimos años, en número de construcciones; en los últimos 5 años, este es creciente, con aproximadamente una tasa del 4.68%. En el Cuadro Nro.1 se detalla en porcentajes la participación de la construcción en Santo Domingo. Para la obtención de datos se tomó en cuenta la manera en la que Santo Domingo se encuentra sectorizada, ver Anexo A1.

Gráfico Nro.3

Evolución de la construcción Legal e Ilegal en Santo Domingo, en número de construcciones



Fuente: Comisarías de Construcciones de Santo Domingo de los Tsáchilas.
Elaborado: Autora

⁵ Cimientos SD, Revista de la C.C.S.D., 9na Edición, Vicepresidente de la Cámara de la Construcción de Santo Domingo, Ing. Luis Alfredo Aguilar.

Cuadro Nro. 1

Porcentajes de la Construcción en Santo Domingo.

Años	Construcción Legal	Construcción Ilegal
2000	24.40%	75.60%
2001	29.33%	70.67%
2002	30.74%	69.26%
2003	30.69%	69.31%
2004	29.88%	70.12%
2005	31.03%	68.97%
2006	30.65%	69.35%
2007	32.08%	67.92%
2008	32.05%	67.95%

Fuente: Comisarías de Construcciones de Santo Domingo de los Tsáchilas
Elaboración: Autora

2.2. INDUSTRIA: ALQUILER DE MAQUINARIA Y EQUIPO DOTADO DE OPERARIOS

La industria, es la actividad en la que la maquinaria y equipo agrega valor al ser alquilada y crea una necesidad por parte de los contratistas para adquirir este tipo de servicio.

Las actividades que también se encuentran dentro de la prestación de servicios para la construcción encontramos:

- Ferreterías.
- Almacén de materiales de ferretería.
- Constructoras.
- Alquiler de volquetes de transporte.
- Alquiler de retroexcavadoras.
- Alquiler de tractores.
- Alquiler de tanqueros de agua.

Dentro de la ciudad se cuenta con 22 empresas la cuales están registradas en la Cámara de la Construcción de la misma ciudad y se dedican a la prestación de servicios para el sector.

2.3. EL NEGOCIO: IMPLEMENTACIÓN DE UN SERVICIO PARA UNA CADENA DE FERRETERIAS EN SANTO DOMINGO DE LOS TSÁCHILAS

2.3.1. Definición del negocio: Alquiler de maquinaria y equipo de construcción

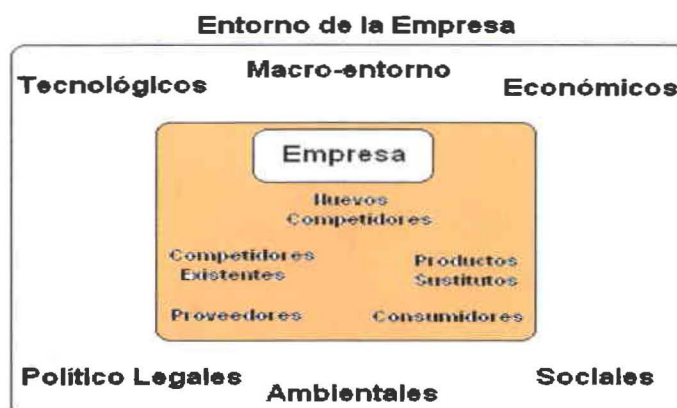
El proyecto consiste en implementar un servicio adicional, en este caso, el alquiler de maquinarias y equipos de construcción, para una cadena de ferreterías en la ciudad de Santo Domingo; se contará con maquinarias y equipos como: concretas, elevadores, vibradores, rotomartillos, compactadores, andamios, encofrado metálico.

2.3.2. Factores que afectan el negocio

Existe un macroentorno general en el cual se desenvuelven todas las actividades de las empresas, el conocimiento de estos factores permitirá identificar al empresario las oportunidades que puedan presentarse en el futuro, para aprovecharlas adecuadamente o detectar las amenazas que puedan afectar seriamente a la organización, y reaccionar con eficacia y antelación posibles.

Gráfico Nro. 4

Factores que afectan el Negocio



2.3.2.1. Factores Demográficos

2.3.2.1.1. Tasa de crecimiento

Santo Domingo, es una de las ciudades de más alto crecimiento demográfico, de acuerdo a los datos del último "Censo de Población del año 2001, esta tiene una tasa de crecimiento anual del 6,5%"⁶. Lo cual es beneficioso para la empresa, ya que si existe una tasa alta de crecimiento, significa que habrá una mayor demanda de viviendas o bienes inmuebles. Para lo cual se requiere de los servicios de ferretería y a su vez del alquiler de maquinaria y equipo de construcción para el desarrollo de este tipo de trabajos.

También es importante recalcar el "crecimiento de la población a nivel nacional, la que se encuentra aproximadamente en un 2% anual, por cada 260 mil habitantes nuevos cada año, se requiere 58000 viviendas"⁷.

⁶ VI Censo de Población y V de Vivienda, INEC. Noviembre 2001. www.inec.gov.ec

⁷ Diario Hoy. [CONSTRUCCIÓN](http://www.hoy.com.ec). Sector Construcción con sólidos Cimientos. 22-Sept-2008. www.hoy.com.ec

2.3.2.2. Factores socio-cultural

2.3.2.2.1. Desempleo

Uno de los factores fundamentales de la construcción, son los recursos humanos, los cuales incluyen a individuos que, directa o indirectamente, participan de las actividades productivas y consumen los bienes y servicios que brindan las empresas, la cuales están encargadas de dinamizar la actividad económica del país.

En el Ecuador éste ha sido un factor que ha variado desde “Septiembre del año 2007 a septiembre del 2008 en más 0.3 puntos, siendo 7% y 7,3% respectivamente. En el mes de “Octubre la tasa de desempleo continúa incrementándose siendo esta de 8,66%”⁸.

2.3.2.2.2. Movimientos migratorios

La migración en el Ecuador es un factor que afecta positiva y negativamente, de manera directa a cada una de las empresas ecuatorianas. “Para el primer trimestre de el año 2008 ingresaron al país USD 759,6 millones, por parte las remesas, lo cual significa un crecimiento del 12,3%”⁹ con respecto al año anterior. Para el sector de la construcción este es un factor que favorece, debido a que el destino de las remesas se orienta principalmente a la alimentación, luego a la educación y vivienda, lo cual es beneficioso para la industria, por cuanto el empleo de las misma esta situado a lo que construcción se refiere.

En el Gráfico Nro. 5 se puede observar cómo las remesas ingresan a Santo Domingo; la crisis mundial ha afectado sin lugar a duda el incremento de las

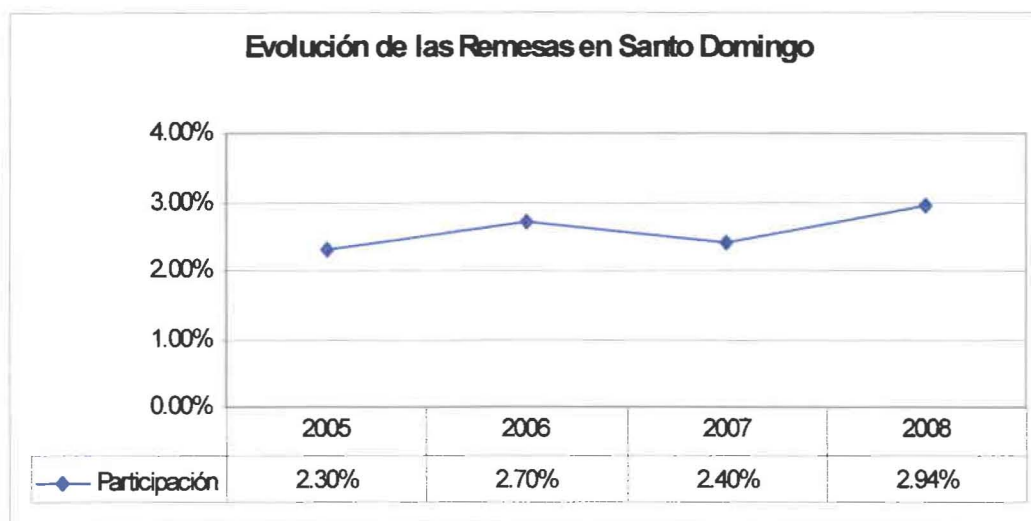
⁸ Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. Encuesta de empleo, desempleo y subempleo. Junio 2008. www.inec.gov.ec

⁹ Remesas. Departamento de Estadísticas Banco Central del Ecuador, enero 2008. www.bce.fin.ec

mismas, pese a esto, el rubro de remesas sigue siendo uno de los principales ingresos dentro del país.

Grafico Nro. 5

Evolución de las Remesas en Santo Domingo de los Tsáchilas



Fuente: Banco Central del Ecuador ¹⁰
Elaboración: La Autora

2.3.2.3. Crédito Financiero

2.3.2.3.1. Disponibilidad de crédito

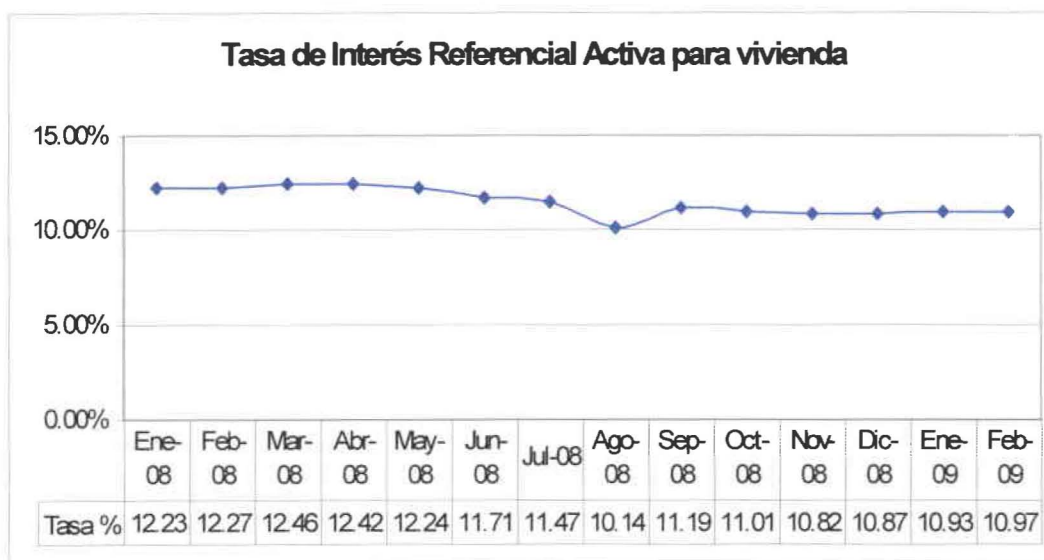
La facilidad de créditos bancarios por parte de estas entidades y cooperativas, es indispensable para la inversión de bienes inmuebles; todo lo relacionado con la construcción, es decir si aumenta o disminuyen las tasas de intereses, el sector de la construcción se ve afectado de manera directa, esto a su vez afecta a los negocios vinculados a la construcción.

En los últimos años las tasas de intereses para vivienda han estado relativamente estables como se puede observar en el Gráfico Nro.6, pero para finales del año 2007 se incrementaron en el primer trimestre para luego bajar a hasta estos días, lo cual es alentador para todo el sector de la construcción.

¹⁰ Banco Central del Ecuador. Balanza de Pagos, Publicaciones BCE. Remesas.2005-2008
www.bce.fin.ec

Grafico Nro.6

Tasa de Interés Referencial Activa



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Autora

2.3.2.4. Factores económicos

2.3.2.4.1. Inflación

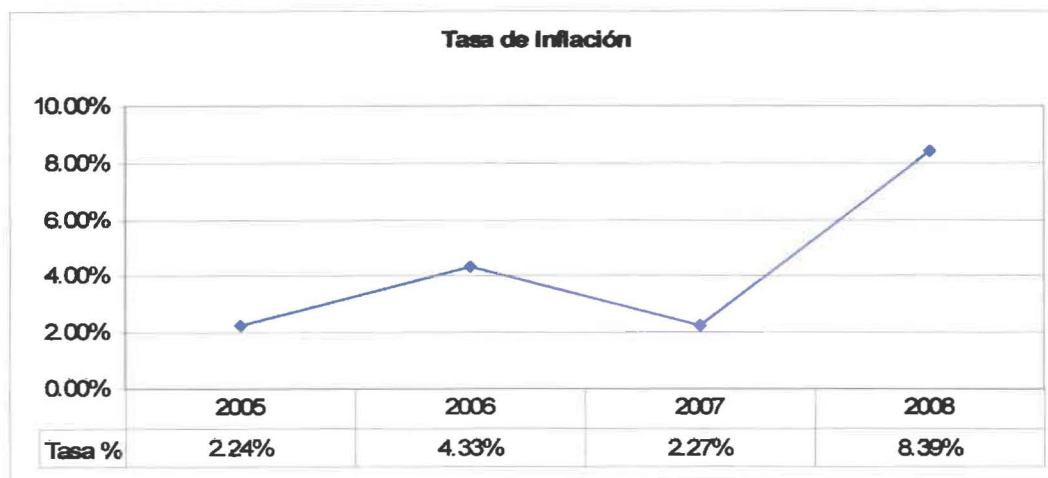
La inflación en la actualidad alcanzan un porcentaje elevado comparado a los años anteriores, siendo este el 8, 39%, lamentablemente ha llegado a este estado por factores internos y externos que han afectado de manera directa a nuestra economía.

La variación de precios en los insumos para la construcción, es de suma importancia, ya que si se analiza se puede dar cuenta que se han venido incrementando en los últimos ocho años pero de manera más notoria en lo que lleva este año, "el Índice de Precios de la Construcción, IPCO, indica que al 31 de junio del 2008 fue de 222.42 puntos haciendo como referencia el mes de junio del año anterior el cual fue de 192,11"¹¹ puntos. Este proceso inflacionario

¹¹ INEC, IPCO-INDICE GENERAL DE LA CONSTRUCCION, Junio del 2008.

no permite que los inversionistas opten por bienes inmuebles ya que el precio final de éstos es más elevado que lo habitual.

Gráfico Nro.7
Tasa de Inflación del Ecuador



Fuente: Banco Central del Ecuador
Elaboración: Autora

2.3.2.5. Factores tecnológicos

La tecnología ha sido siempre la diferencia entre el progreso y el estancamiento, por lo cual, a mayor tecnología, menores costos y mayor producción, sin embargo el retraso tecnológico y la condición económica del país, no permiten acceder a nuevas alternativas de equipamiento en cuanto a maquinaria y equipo de construcción se refiere.

Motivo por el cual el sector de la construcción se ve afectado en cuanto a no ampliar su visión para tecnificar sus procesos y obtener mejores resultados en los mismos.

2.3.2.6. Factores ambientales

Un impacto ambiental, se puede definir como una acción o actividad que produce una o más alteraciones en el ambiente o en alguno de sus

componentes, es decir, un impacto ambiental es cualquier cambio físico-químico, biológico, que puede atribuir a actividades humanas relacionadas con la ejecución de un proyecto.

Muchos de los impactos negativos que se presentan en la construcción son por la aplicación inadecuada de sus procesos constructivos por parte del constructor y de su personal.

Entre los requisitos para la fase de construcción en cuanto a maquinaria y equipo se encuentran que:

Se debe tener en buen estado el funcionamiento de toda la maquinaria y equipo a fin de evitar escapes de lubricantes o combustibles que puedan afectar los suelos, cursos de agua o aire; la maquinaria y equipo de construcción debe estar en buen estado para reducir el ruido generado en los procesos constructivos.

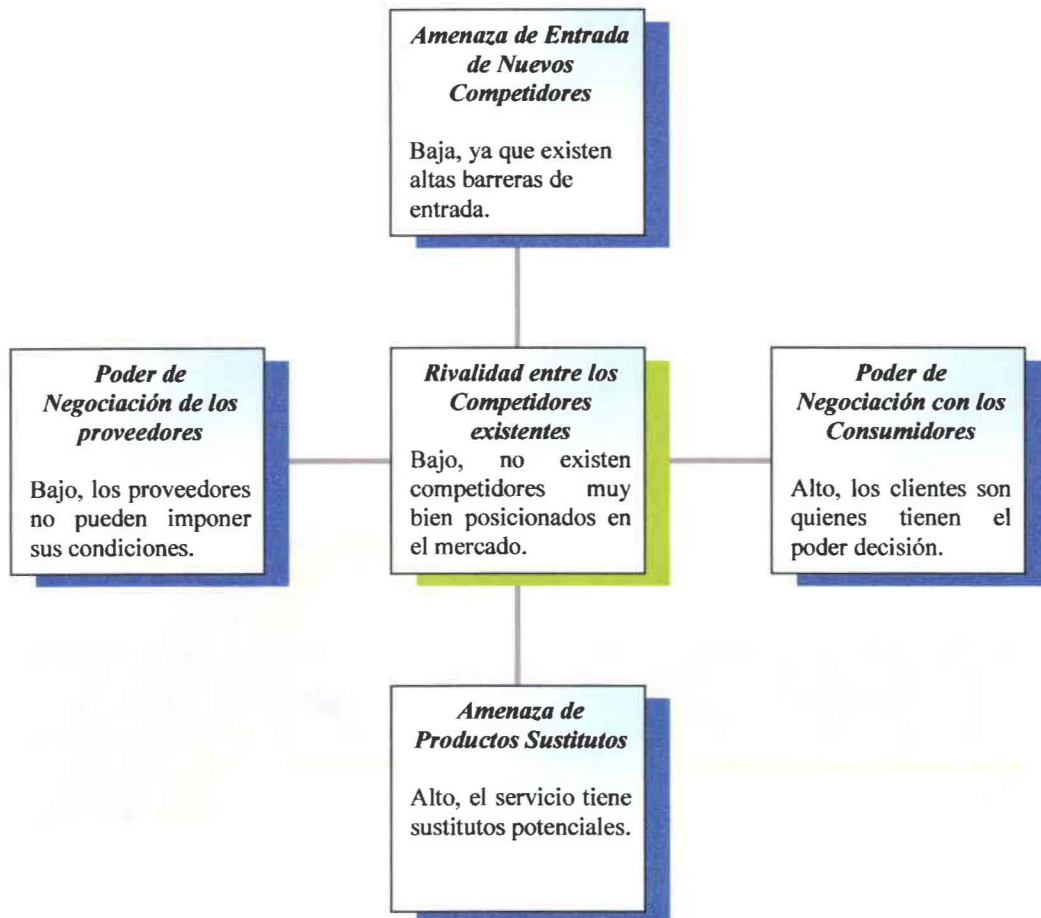
2.4. FACTORES DEL MICROENTORNO

2.4.1. Las cinco Fuerzas de Porter

Según Michael Porter, las fuerzas competitivas de la industria rigen la intensidad de la competencia y la rentabilidad en una industria, la fuerza o fuerzas más poderosas predominan o son decisivas para la formulación de estrategias.

Grafico Nro.8

Las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Estrategia Competitiva, Pág. 60, Michael E. Porter 1991.
Elaboración: Autora

2.4.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Es bajo; por la alta inversión de capital inicial necesaria; también el continuo crecimiento del sector de la construcción a nivel nacional y sobre todo por la creación de la nueva provincia, la alta demanda insatisfecha por parte de los constructores para este tipo de servicio, el alquiler de maquinaria y equipo de construcción, determinan la oportunidad para que nuevas empresas busquen a futuro, prestar este tipo de servicio.

2.4.1.2. Poder de negociación de los proveedores

Es bajo. Existen varias empresas en el Ecuador las cuales podrían proveer de esta maquinaria y de estos equipos, necesarios para el buen desenvolvimiento de la empresa, pero gracias a la trayectoria y su relación que tiene la empresa de este proyecto con los proveedores, se ha logrado tener un acuerdo ya que al ser distribuidores exclusivos de ciertas marcas se puede obtener mejores precios y facilidad de financiamiento.

2.4.1.3. Rivalidad entre los competidores existentes

Es bajo, ya que las empresas que brindan el mismo servicio de alquiler de maquinaria y equipos de construcción, son muy pocas, y no brinda un servicio de calidad, es necesario entrar al mercado con características diferenciadoras de los demás, es decir competir en precios no es factible ya que están establecidos por la Cámara de la Construcción, pero sí se puede tomar como ventaja la experiencia y dar un mejor servicio en cuanto a asesoramiento técnico profesional para los clientes, aparte brindar la variedad necesaria de maquinarias y equipos a fin de que encuentren todo en un mismo lugar.

2.4.1.4. Poder de negociación de los clientes.

Es alto ya que ellos son quienes eligen el lugar de contratación del servicio, son exigentes con su gasto e inversión.

La demanda que existe en la ciudad de Santo Domingo, de acuerdo a los Colegios de Arquitectos y de Ingenieros Civiles, se conoce que aproximadamente unas 335 personas no profesionales, 77 arquitectos y 115 ingenieros civiles, son quienes están dedicados a la construcción, se llega a la conclusión que el requerimiento de la maquinaria y equipo de construcción, va a ser alto. Por lo que se deberá ofrecer a los clientes no solo el servicio de

alquiler de maquinaria y equipo, al mismo tiempo servicios adicionales, que sean diferentes y seleccionado por los compradores.

2.4.1.5. Amenaza de servicios sustitutos

Es alta, ya que debido a que existe una alta oferta, por parte de la mano de obra para oficios de construcción, esta puede sustituir o remplazar la maquinaria y equipo que se requiere para cumplimiento de este trabajo.

CAPÍTULO III



CAPÍTULO III

3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

3.1. INTRODUCCIÓN

La ciudad de Santo Domingo, representa el crecimiento demográfico más grande del país en los últimos 30 años, con un 6,5%¹² anual de incremento poblacional, lo que ha conllevado que igualmente crezcan las necesidades en muchos sectores, entre ellos el de la construcción.

3.2. PROBLEMA DE DECISIÓN GERENCIAL

¿Cómo incrementar las ventas de Zurimport implementando el servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción?

3.3. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

¿Cómo determinar la aceptación en el mercado de Santo Domingo, para la implementación del servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción, como servicio adicional a los ya prestados por la cadena de ferreterías ZURIMPORT CIA. LTDA?

¹² VI Censo de Población y V de Vivienda, INEC. Noviembre 2001. www.inec.gov.ec

3.4. PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

OBJETIVO	HIPÓTESIS	PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN
Determinar la demanda.	El mercado de Santo Domingo estaría dispuesto a contratar el servicio si esta entidad lo prestara.	¿El alquiler de maquinaria y equipo para la construcción es un servicio que tiene aceptación en el mercado de Santo Domingo?
Determinar preferencia de maquinaria y equipo.	Se esta utilizando maquinaria y equipo idóneo en el sector de la construcción	¿Cuál es el tipo de maquinaria y equipo utilizado en el sector de la construcción, en la ciudad de Santo Domingo?
Determinar servicios no ofertados por la competencia.	La competencia son las constructoras y personas particulares quienes prestan este servicio, las cuales son muy escasas en el mercado de Santo Domingo.	¿Existe competencia para el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción?
Analizar el precio de los servicios.	Se podrá mejorar la oferta de servicios de la construcción con precios competitivos.	¿Qué precios ofrece la competencia para cada una de la maquinaria y equipo para la construcción?
Analizar la competencia.	Con la infraestructura actual de la competencia se puede ofertar este servicio.	¿Existen empresas que se dediquen a ofertar este servicio?
Analizar fechas de mayor demanda del servicio.	Es posible ofertar el servicio todo el año.	¿En que meses se contrata más el servicio?
Determinar calidad del servicio actual.	La calidad del servicio ofertado es regular.	¿Se esta ofertando el servicio con calidad?

Elaborado: Autora

3.5. OBJETIVO GENERAL DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Determinar la necesidad insatisfecha, el segmento de mercado al que se atenderá, el volumen de servicio que se desea vender, aceptación del servicio y precio, los medios para llegar con el servicio al cliente.

3.6. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la demanda promedio del uso de la maquinaria y equipo utilizadas por los constructores, para determinar la rotación de la misma.
- Determinar el tipo de maquinaria y equipo de construcción, la cuál es más requerida por los usuarios.
- Determinar los servicios no ofertados por la competencia.
- Identificar la calidad de servicio que se esta brindando en la actualidad.
- Determinar el número de usuarios potenciales de la población de Santo Domingo, que alquilan este tipo de maquinaria y equipos para la construcción.
- Analizar los meses en que requiere con mayor frecuencia el servicio.
- Identificar los lugares dónde se alquila esta maquinaria y equipo para la construcción.
- Analizar el precio por hora que estarían dispuestos a pagar los constructores.

3.7. FUENTES DE INFORMACIÓN

Dentro de las fuentes de información que son importantes para el Diseño de la Investigación están: las primarias y las secundarias.

3.7.1. Fuentes Primarias

En cuanto a los datos primarios se obtendrán mediante Entrevistas y Encuestas, las cuales se realizarán dentro de la ciudad de Santo Domingo.

3.7.2. Fuentes Secundarias

En las fuentes secundarias encontramos las publicaciones del INEC, Banco Central del Ecuador, Cámara de la Pequeña Industria de Pichincha, Municipio de Santo Domingo de los Tsáchilas, Cámara de la Construcción de Quito, Cámara de la Construcción de Santo Domingo, Colegio de Ingenieros Civiles de Santo Domingo, Colegio de Arquitectos de Santo Domingo, Internet, revistas y periódicos para poder obtener información sobre el entorno.

3.8. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.8.1. Investigación Exploratoria Cualitativa

La utilidad de este tipo de investigación permitirá con sus resultados proporcionar conocimiento y comprensión sobre el uso de maquinaria y equipo para el sector de la construcción.

El proceso que se adopta en esta etapa son las entrevistas con expertos, es decir a personas que brindan el servicio y usuarios de la maquinaria y equipo; los datos obtenidos serán de orden cualitativo; en el Anexo B1 se detallan los datos de las personas a quienes se realizaron las entrevistas.

3.8.1.1. Objetivos de las Entrevistas con expertos.

- Analizar las debilidades que tienen las personas y empresas que prestan este servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción.
- Analizar las deficiencias del servicio en el sector de la construcción para la ciudad de Santo Domingo.
- Determinar las preferencias por parte de los clientes para la prestación del servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción.
- Determinar qué tipo de maquinaria y equipo es el más requerido por los usuarios y con cuál les gustaría contar para realizar su trabajo.

- Determinar bajo qué términos preferirían contratar dicha maquinaria y equipo.

Los cuestionarios que se manejaron para realizar las entrevistas a expertos, se encuentran en el Anexo B2.

3.8.1.2. Conclusiones de Entrevistas con expertos

- El crecimiento de la construcción en estos últimos años ha sido de gran ayuda para el progreso de la ciudad, recalcando que el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción también ha incrementado en forma favorable para el desarrollo de los procesos de construcción; siendo este un servicio muy demandado por profesionales, no profesionales dedicados a la construcción y también personas particulares quienes adecuan sus viviendas.
- La competencia que los expertos mencionan, por los que se ven afectados se encuentran: Constructoras, personas particulares, y distribuidores de cemento quienes se dedican al alquiler de esta maquinaria y equipo para la construcción.
- Entre la maquinaria y equipo que estos expertos coinciden que son más demandadas se encuentran:
 - Encofrado metálico
 - Compactadores de Suelos,
 - Retroexcavadoras,
 - Concreteras
 - Elevadores
 - Mixers
 - Bomba de hormigón
 - Vibrador
 - Demoledor

- A lo que precio se refiere el alquiler por hora, ya está determinado por medio de los boletines que emite La Cámara de la Construcción, y en ciertos casos también son determinados por el medio, es decir en base a la demanda existente.
- En cuanto a publicidad, para algunos expertos es importante promocionar sus servicios, ya que así se dan a conocer en el mercado, mientras que para otros no lo es, pero se debe tomar en cuenta el bajo desarrollo de la ciudad, motivo por el cuál este no es un factor primordial para todos.
- Para los expertos, en este caso lo usuarios del servicio, no dudaron en mencionar el alquiler de maquinaria y equipo para la construcción, siendo este el servicio más requerido por los mismos, ya que el existente en el mercado de Santo Domingo no logra abastecer la demanda.
- El servicio que se brinda dentro de la ciudad no es satisfecho de manera adecuada, la maquinaria y equipo para la construcción que existe en el medio, no logra abastecer la demanda; no solo en cantidad, al mismo tiempo en calidad, no cumpliendo las expectativas de los usuarios.
- Un factor importante es la tecnología, en la actualidad la tecnificación, es el crecimiento del uso de las herramientas adecuadas por parte de los usuarios, los constructores de la ciudad están tecnificando el desarrollo de su trabajo y los procesos requeridos.
- Para quienes contratan el servicio es importante el precio de alquiler de cada una de la maquinaria y equipo de construcción, para elegir un lugar dónde contratar este servicio, primero analizan los precios que se ofrecen, luego en la disponibilidad que existe, para ser alquilada; y en cuanto a la calidad y el servicio que se les pueda prestar, según los expertos este último termino, no es algo relevante.
- Los términos de contrato que prefieren los profesionales están: el realizar un contrato por tiempo de uso de la maquinaria y equipo de construcción, se puede sacar provecho en el tiempo ya determinado; no creen que es conveniente alquilar por metros cúbicos de obra ni por contrato por obra.

3.8.2. Investigación Descriptiva Concluyente

Con los resultados obtenidos en las entrevistas con expertos, se diseñarán las encuestas, las cuáles se realizaron a los posibles usuarios del servicio propuesto, que permitan viabilizar a través de la información recolectada la implementación del proyecto.

La información será de orden cuantitativo; las encuestas, ayudan a recopilar información sobre las preferencias de uso por parte de los usuarios de la ciudad de Santo Domingo, es decir concluyente, ya que permite contabilizar la frecuencia de uso, el precio que prefiere el mercado objetivo, tipo de maquinaria y equipo requeridos, ubicación del local y servicios adicionales.

3.8.2.1. Diseño y selección de la muestra

Establecer la población meta, esta información se obtuvo de los datos proporcionados por el Colegio de Arquitectos, Colegio de Ingenieros e Ilustre Municipio de Santo Domingo de los Tsáchilas, actualizado hasta el año 2008 de lo cual se obtuvo que existen:

- 77 Arquitectos registrados en el Colegio pertinente.
- 115 Ingenieros Civiles registrados en el Colegio pertinente.
- Aproximadamente 335 Maestros Constructores, que se pueden hacer referencia de obras ilegales dentro de la ciudad.

El nivel de confianza que se utilizó fue del 95% debido a la alta calidad del estudio que se llevó a cabo. El margen de error fue del 5%, esto incluye la probabilidad de que existan personas que no respondan la encuesta debido a la falta de tiempo o desinterés.

La fórmula que se utilizó para calcular la muestra fue la siguiente:

$$N = \frac{(Z_{\infty/2})^2 * P * Q * N}{(E^2 * N + (Z_{\infty/2})^2 * P * Q)}$$

Galindo, Edwin. Estadística para la administración e ingeniería

Donde:

P=	0.5	Probabilidad de que ocurra el evento
Q=	0.5	Probabilidad de que no ocurra el evento
N=	527	Número de población
$Z_{\infty/2}$ =	1.96	Nivel de confiabilidad del 95% = 1,96
E=	0.05	Error admisible

$$n = 200.21$$

3.8.2.2. Objetivos de las Encuestas

- Conocer la aceptación que tendrá la implementación de este nuevo servicio dentro de la ferretería.
- Determinar la ubicación del local dónde se alquilará la maquinaria y el equipo para la construcción.
- Determinar los posibles términos de contrato para esta maquinaria y equipo.
- Identificar qué tipo de maquinaria y equipo los consumidores necesitan.
- Determinar la rotación de la maquinaria y equipo para la construcción.
- Identificar la competencia que podría tener el servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción.
- Establecer los futuros precios para el alquiler por hora, día de la maquinaria y equipo.

El cuestionario para realizar las encuestas, se encuentra en el Anexo B3.

3.8.2.3. Resultados de las Encuestas

Los gráficos de los resultados de las Encuestas se detallan en el Anexo B4.

3.8.2.4. Conclusiones de las Encuestas

- Dentro de los servicios que una ferretería presta, a las personas les gustaría también contar con el servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción, el servicio si es aceptado en su mayoría por los encuestados en un 66,15%.
- El 96,06% del total de encuestados coinciden que los principales lugares donde ellos contratan el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción son personas naturales y las constructoras, siendo estos los principales competidores.
- El 82% de los encuestados prefieren un local adicional para contratar este servicio, siendo este un local donde se distribuyan productos complementarios, como hierro y cemento; insumos indispensables para la construcción.
- El 99,4% de los encuestados opinan que entre la maquinaria con la que se debe contar están: concretera, vibrador, compactador, rotomartillo, elevador, encofrado metálico y andamios.
- En cuanto a la concretera y encofrado metálico, se conoce que los usuarios la necesitan más de dos veces al mes, siendo el 32,46% y 30,9% respectivamente, para lo cual se debe considerar la demanda de dicha maquinaria; seguido de compactador, elevador, vibrador y andamios, equipo que también se requeridos por los mismos.
- Para que esta maquinaria y equipo tenga una buena rotación y los clientes siempre encuentren la maquinaria necesaria; se deberá prever con antelación de la misma.
- En cuanto al precio, las personas quienes contratarán el servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción están dispuestas a pagar el día de alquiler:

Maquinaria y Equipo	Tiempo	Precio \$	Aceptación % (Si)
Vibrador	Día	39-41	74%
Elevador	Día	39-41	77%
Rotomartillo	Día	29-31	76%
Compactador	Día	29-31	78%
Concreteira	Día	49-51	82%
Andamios (par)	Día	2,90-3,10	82%
Encofrado metálico (metro)	Día	2,90-3,10	78%

- Casi en su totalidad de encuestados, con un 99,46%, las personas quienes irían a contratar este servicio les gustaría que se brinde servicio de asesoramiento técnico y profesional para el funcionamiento de la maquinaria y al mismo tiempo el 100% de los encuestados prefieren que se cuente con servicio de transporte para la misma.

3.9. OPORTUNIDAD DEL NEGOCIO

Las fuerzas del macroentorno, económicas, demográficas, tecnológicas, ambientales, son favorables para la implementación del negocio.

La apertura de créditos hipotecarios a través del IESS, canalizan los recursos financieros a largo plazo para vivienda, promueven la inversión en el sector de la construcción. La motivación por parte de bancos y cooperativas para otorgar préstamos para viviendas, es cada vez más conveniente, la tasa activa efectiva referencial para vivienda actualmente se encuentra en 10,97%¹³.

El elevado déficit habitacional que tiene el país corrobora a que el sector de la construcción siga en continuo crecimiento y a su vez se demanden todos los servicios relacionados y complementarios para el sector.

¹³ Banco Nacional de Fomento. Tasas y Tarifas. Tasas de Interés. Noviembre 2008. www.bnf.fin.ec

En las fuerzas del microentorno son favorables para la implementación del negocio.

El sector Construcción en la ciudad de Santo Domingo, tiene una tendencia al crecimiento; en el momento existe aproximadamente el 40%¹⁴ de barrios o cooperativas que se encuentran construyendo; estos barrios o cooperativas son los de mayor crecimiento en la ciudad.

Los resultados de las entrevistas y encuestas en la investigación de mercados, demuestran y justifican la demanda insatisfecha del servicio existente, por la inadecuada infraestructura que dispone la competencia y la escasa disponibilidad de la maquinaria y equipo ya que aproximadamente existen en el mercado 8 empresas y particulares que brindan este tipo de servicio.

Al contar con factores de macroentorno, microentorno y un trabajo de investigación de mercado que demuestran la aceptación del servicio, se puede concluir que ***si existe oportunidad del negocio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción.***

¹⁴ Municipio de Santo Domingo.

CAPÍTULO IV



CAPITULO IV

4. LA EMPRESA

4.1. SITUACIÓN ACTUAL

Zurimport Cia. Ltda. es una empresa que se dedica a la comercialización de materiales e insumos para la construcción y tapicería en general, la cual cuenta con cinco locales, los mismos que se encuentran ubicados estratégicamente para distribución de los productos y para mayor comodidad de sus clientes.

La empresa actualmente cuenta con 52 empleados, quienes constan en nomina, con los que se cumplen todos los beneficios de ley, dentro de estos están, chofer, vendedores, administradores, cajeras, secretaria, asistentes y bodegueros.

4.2. MARCO INSTITUCIONAL

4.2.1. Visión

4.2.1.1. Actual

Ser una empresa líder en la comercialización, importación y distribución de una variedad de productos para la construcción y ferretería en general, brindando satisfacción a nuestros clientes con calidad, bajos precios y excelente servicio.

4.2.1.2. Nueva Visión

Dentro de cinco años, ser una empresa líder en la comercialización de productos para la construcción y la prestación de servicios de alta calidad para el constructor, en la provincia Tsáchila.

4.2.2. Misión

4.2.2.1. Actual

Somos una empresa consolidada que proporciona productos y servicios de calidad, para mantener el liderazgo en el mercado. Gracias al trabajo en equipo, talento humano calificado y capacitado, logramos sobrepasar las expectativas de nuestros clientes.

4.2.2.2. Nueva Misión

Satisfacer con productos y servicios de excelentes calidad y precio, las expectativas del cliente, elegir los mejores proveedores, talento humano altamente calificado, avanzada tecnología, en un ambiente de respeto y honestidad, fundamentada sobre las bases de un desarrollo social y ambiental sostenible y un desarrollo económico justo, garantizando la rentabilidad de nuestros accionistas.

4.2.3. Valores

4.2.3.1. Honestidad

Transparencia en las transacciones.

4.2.3.2. Responsabilidad

Servir con productos y servicios de calidad, en condiciones justas.

4.2.3.3. Confianza

Lograr la repetición de la compra.

4.2.3.4. Eficiencia

Lograr la máxima satisfacción del cliente con procesos ágiles.

4.2.3.5. Respeto

Respeto mutuo entre nuestros clientes, talento humano y accionistas.

4.2.3.6. Comunicación

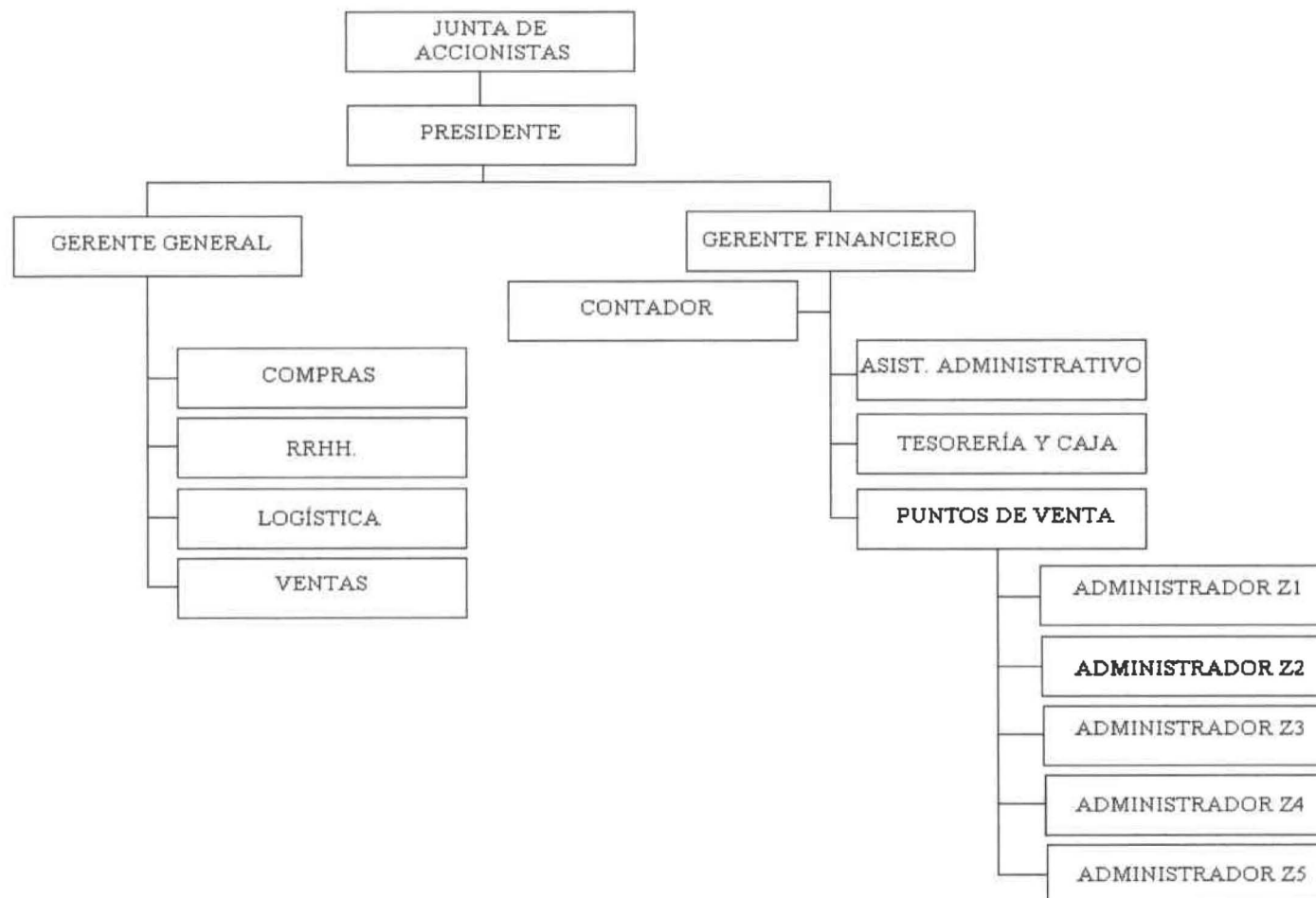
Convencer, persuadir, influir e informar de los objetivos de la empresa.
Procesar reclamos y opiniones de los clientes.

4.2.4. Organigrama

4.2.4.1. Organigrama Actual

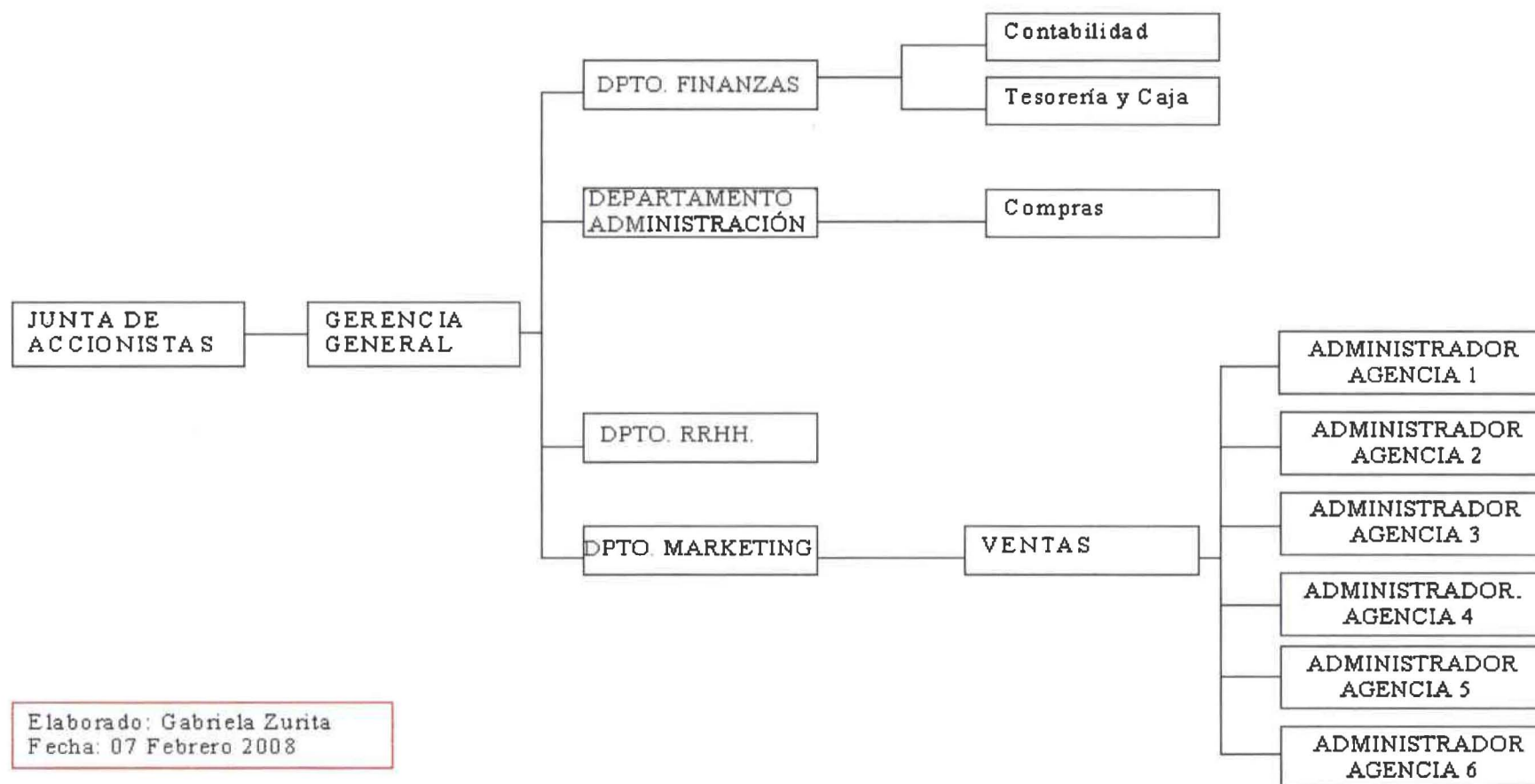
Gráfico Nro. 9

Organigrama Actual



4.2.4.2. Organigrama Propuesto

Grafico Nro.10



Elaborado: Gabriela Zurita
Fecha: 07 Febrero 2008

4.2.5. Objetivos, Estrategias y Políticas por Departamento

Departamento	Objetivos	Estrategias	Políticas
Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> Lograr que el margen de utilidad se mantenga en un promedio del 20%. 	<ul style="list-style-type: none"> Minimizar gastos. Mantener precios competitivos en el mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> Controlar diariamente los gastos de la empresa.
	<ul style="list-style-type: none"> Lograr que por lo menos se reparta un 20% de las utilidades anuales, para los accionistas. 	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar a los accionistas de la empresa para que sus utilidades sean invertidas en la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar proyecciones de inversiones futuras para motivar a la inversión de los accionistas.
	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar las utilidades netas por lo menos en un 30% y 40% para el 2do y 3er año. 	<ul style="list-style-type: none"> Incrementar las ventas de los productos y del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> Tener asesoramiento por parte de un experto financiero.
Administración	<ul style="list-style-type: none"> Mantener un inventario justo a tiempo para minimizar gastos. 	<ul style="list-style-type: none"> Fijar un presupuesto mensual para cubrir las compras según las necesidades de la empresa. 	<ul style="list-style-type: none"> Pago oportuno a proveedores.
	<ul style="list-style-type: none"> Selección de los mejores proveedores. 	<ul style="list-style-type: none"> Revisión de inventario para seleccionar los productos de mayor rotación 	<ul style="list-style-type: none"> Continuo control de kardex y comunicación con bodega y vendedores de puntos de venta.
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> Lograr una rotación del personal menor al 5%. 	<ul style="list-style-type: none"> Pagar sueldos a trabajadores, que sean competitivos. Lograr que el personal se 	<ul style="list-style-type: none"> Incentivar al personal mediante pagos oportunos e incremento del

Humanos		fidelize con la empresa. • Crear un ambiente laboral estable para el personal	mismo por cumplimiento de objetivos.
	• Mantener el personal capacitado y en compromiso con la empresa.	• Capacitar constantemente al personal, manteniendo una evaluación de su rendimiento. • El salario deberá ser atractivo para cada uno de los trabajadores. • Involucrar al personal con los objetivos y metas de la empresa.	• Destinar un porcentaje anual para la capacitación del personal. • Ofrecer incentivos al personal.
Marketing	• Lograr que los clientes se fidelicen en un 80%.	• Estar en continua comunicación con los clientes para estar al tanto de sus necesidades.	• Ofrecer a los clientes servicio de sugerencias y recomendaciones para la empresa.
	• Llegar a posicionar el servicio en la mente del mercado.	• Utilizar campañas publicitarias adecuadas.	• Investigar el mercado continuamente

4.2.6. Perfil y funciones del Talento Humano

CARGO	RASGOS Y PERFIL	FUNCIONES
Gerente General	<ul style="list-style-type: none"> • Título universitario en administración de empresas de preferencia. • Motivación para Dirigir • Inteligencia • Calidad de Análisis y de Síntesis • Capacidad de comunicación • Dotes de psicología • Capacidad de escucha • Espíritu de observación • Dotes de mando • Capacidad de trabajo • Espíritu de lucha • Perseverancia y constancia • Fortaleza mental y física • Capacidad de liderazgo • Integridad moral y ética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Contratar todas las posiciones gerenciales, realizar evaluaciones periódicas acerca del cumplimiento y desarrollar metas a corto y largo plazo para cada departamento. • Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo y objetivos anuales y entregar las proyecciones de dichas metas para la aprobación de los accionistas. • Poner atención a las operaciones diarias, haciendo recomendaciones para hacer mejoras si es necesario. • Crear y mantener buenas relaciones con las instituciones financieras y los proveedores. • Coordinar reuniones regulares con los accionistas para asegurar su rentabilidad y eficiencia. • Enfocarse en cualquier reclamo de los clientes que no se han podido rectificar y tomar las acciones necesarias para resolver estos reclamos.
Administradores	<ul style="list-style-type: none"> • Título universitario: Licenciado en Administración. • Preparado de manera integral con una sólida formación humanística, científica y tecnológica, con una visión del proceso administrativo. • Facilidad de manejo de grupo. • Dotes de mando y liderazgo. • Integridad moral y ética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planificación • Organización • Dirección • Control • Coordinar los esfuerzos humanos y materiales para el logro de los objetivos institucionales, empresariales. • Dirigir vendedores y cajeras del punto asignado. • Rendir informes al Gerente General sobre ventas y participación de personal dentro de la empresa.
Finanzas	<ul style="list-style-type: none"> • Título universitario en finanzas o carreras afines. • Integridad moral y ética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tomar decisiones de financiamientos e inversión • Demostrar competencias cuantitativas que les permita calcular

		<p>rendimientos, riesgo y valorar tanto activos reales como financieros</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analizar críticamente y contextualizar la relación de riesgo y rendimientos • Utilizar recursos tecnológicos apropiados para la investigación como componentes de apoyo para la toma de dediciones
Contador	<ul style="list-style-type: none"> • Título Universitario: Contador • Integridad moral y ética. • Capacidad de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Construcción de información, necesaria para la gestión interna y externa de la empresa. • Toma de decisiones • Colaborar, analizar y proponer los métodos y procedimientos para realizar los registros contables, tributarios y financieros de la empresa.
Recursos Humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Título Universitario: en carreras en Administración de Empresas • Integridad moral y ética. • Capacidad de comunicación con el personal. 	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación, organización, desarrollo, coordinación, y control de técnicas, capaces de promover el desempeño eficiente del personal • Selección del personal • Asesorar a la Gerencia General. • Dirigir operaciones de departamentos. • Ayudar y prestar servicios a la organización, a sus dirigentes, gerentes y empleados. • Describir las responsabilidades que definen cada puesto laboral y las cualidades que debe tener la persona que lo ocupe. • Evaluar el desempeño del personal, promocionando el desarrollo del liderazgo. • Reclutar al personal idóneo para cada puesto. • Capacitar y desarrollar programas, cursos y toda actividad que vaya en función del mejoramiento de los conocimientos del personal. • Brindar ayuda psicológica a sus empleados en función de mantener la armonía entre éstos. • Buscar solución de los problemas que se desatan

		<p>entre los empleados.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Llevar el control de beneficios de los empleados. • Distribuir políticas y procedimientos de recursos humanos, nuevos o revisados, a todos los empleados, mediante boletines, reuniones, memorandums o contactos personales. • Identificación y desarrollo de las competencias claves necesarias para respaldar el negocio. • Desarrollo de iniciativas de formación y desarrollo para respaldar la cultura, los valores y los principios operativos comunes. • Desarrollo e implementación de políticas.
<p>Compras</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Título universitario: Licenciado en Administración. • Facilidad de comunicación. • Integridad moral y ética. 	<ul style="list-style-type: none"> • Selección de proveedores. • Aplicar técnicas de compra. • Cumplimiento con políticas de compra.

4.3. DIAGNÓSTICO F.O.D.A. DE LA EMPRESA

Cuadro Nro. 2

		Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> • Experiencia de los directivos • Cadena de locales • Excelente ubicación • Variedad de productos • Distribución exclusiva de algunos productos • Excelente Software de control de inventarios 	<ul style="list-style-type: none"> • No existe planificación estratégica, no existen planes de publicidad ni de promoción. • No existen políticas definidas: No se encuentran establecidos criterios específicos para la selección del personal, ni perfiles para los altos puestos administrativos. • Baja motivación empresarial • No existe capacitación por parte de la empresa. • Alto índice de rotación.
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> • Continuo crecimiento del sector Construcción. • Creación de la nueva provincia. • Leyes de seguridad social. • Tendencia del sector por la tecnificación de los procesos constructivos. • Ineficiente servicio e infraestructura de la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Capacitar a la totalidad del personal. • Actualizar continuamente el stock de productos, con la finalidad de estar al tanto de los últimos lanzamientos para el sector. • Fortalecer la distribución de mercadería entre locales, para mejor abastecimiento. • Actualizar continuamente y dar el debido mantenimiento al Software, para no tener ningún tipo de inconvenientes. • Dada la tendencia a la tecnificación, hacer conocer la variedad de la maquinaria y sus posibles usos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Dotar la empresa del mejor equipo electrónico para manejo de inventarios y cartera de clientes. • Establecer un plan estratégico que tome en cuenta el crecimiento continuo del sector. • Reclutar de manera adecuada al personal con el fin de evitar la continua rotación y obtener la lealtad de los mismos. • Cumplir con pago a proveedores. • Establecer formas de pago que se equilibren con las de cobro.
Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • Entrada de nuevas empresas. • Competencia desleal en el mercado. • Fuga de talentos humanos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantener la ética en el funcionamiento continuo de la empresa. • Analizar posibles lugares donde se podrá implementar una nueva sucursal, para cubrir el mercado de la provincia Tsáchila. • Tomar medidas pertinentes para la retención del talento humano de la empresa. • Realizar campañas publicitarias en las que se destaquen las ventajas y beneficios del servicio. • Ingresar con precios competitivos. • Realizar un plan de contingencia para evitar la no disponibilidad de la maquinaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer políticas claras, en las cuales participen todos los departamentos, a su vez cada uno de los empleados de la empresa, con el fin de involucrarse y conseguir lealtad por parte de ellos. • Promover planes de motivación para el personal de la empresa. • Establecer planes de marketing, con el objetivo de llegar al sector de la provincia. Involucrar a todo el personal de la empresa con la Misión, Visión, Valores y políticas; siendo estas publicadas en cada uno de los locales y oficinas. • Capacitación permanente del personal.

4.4. CADENA DE VALOR

Gráfico Nro.11

Infraestructura. Organización del local dónde se brindará el servicio.				
Abastecimiento. Suministros de oficina y de limpieza.				
Tecnología. Tecnificación de procesos constructivos.				
Recursos Humanos. Contratación del personal.				
Logística Interna. Movimientos internos específicos de la empresa.	Operaciones. Asesoramiento y contratación del servicio, mantenimiento de la maquinaria equipo.	Logística Externa. Proceso posterior a la contratación del servicio.	Marketing y Ventas. Promocionar el servicio para llegar a la mente del consumidor.	Servicio al Cliente. Servicio personalizado a los clientes.

Fuente: La Ventaja Competitiva de las Naciones, Michael Porter
Elaboración: Autora

4.4.1. Logística Interna

Abarca funciones específicas de los movimientos de la empresa, como por ejemplo: utilización del sistema de información gerencial ORION, el cual trabaja en red correlacionando los puntos de venta y los diferentes departamentos de la oficina matriz, de esta manera haciendo que fluya la información pertinente de inventarios, precios, clientes, proveedores; de esta manera llevar un control detallado de los reportes de las actividades internas.

Específicamente para el local dónde se brindará el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción, el administrador será quien elabore un listado de de la materiales e insumos necesarios para el funcionamiento de

dicha maquinaria y equipo, la cual será adquirida con antelación y no tener inconvenientes en el momento de su trabajo.

La materia prima que se necesita para el funcionamiento de esta maquinaria y equipo son: aceite, gasolina, diesel, grasa; cabe recalcar que la proporción es diferente para cada uno de los equipos.

Los insumos serán receptados por el bodeguero, quien será la persona encargada de almacenar la misma, al mismo tiempo tendrá la tarea del manejo de inventario ya que son insumos que se evaporan con facilidad.

4.4.2. Operaciones

4.4.2.1. Asesorar

El Asesoramiento Técnico, será brindado por un profesional involucrado con la rama de la construcción, quien sugerirá a los clientes la mejor alternativa para el uso de la maquinaria y equipo; haciendo una visita al lugar específico donde se requiera de la maquinaria.

4.4.2.2. Contratación

Se presenta al cliente la proforma de su requerimiento, en el caso de estar de acuerdo se procede a la contratación del servicio, donde se definen tiempos, lugares, formas de pago, descuentos, entre otros.

4.4.2.3. Mantenimiento

Dentro del proceso de operación, sin lugar a duda el mantenimiento de la maquinaria y equipo es esencial, puesto que se pretende brindar un servicio de calidad el cual el cliente no tenga ningún tipo de inconveniente al momento de utilizar nuestro servicio.

Se realizará mantenimiento después de cada trabajo efectuado, con el fin de mantener en óptimas condiciones la maquinaria y equipo y prevenir reparaciones cuando el caso lo amerite en el menor tiempo posible.

4.4.3. Logística Externa

Luego de la contratación del servicio, se lleva la maquinaria requerida al lugar convenido. En el caso que requiera de varios obreros para ser armada, ellos estarán allí para desarrollar su trabajo, en otro de los casos, cuando solo sea de manejo de una maquinaria el operario se queda dirigiendo la misma.

El operario, al culminar su trabajo, traslada la maquinaria a las instalaciones, para su debida revisión y mantenimiento. Para que el siguiente trabajo puede ser realizado sin inconvenientes.

4.4.4. Marketing y Ventas

Se realizarán campañas publicitarias, ya que se quiere ayudar al incremento de la contratación del servicio; estas promocionarán el mismo, dando el día de inauguración del nuevo local, y los precios que se van a ofrecer.

Se promocionará el servicio desde los locales de la empresa, incentivando a los clientes a visitar el nuevo local.

Dentro de la publicidad se repartirán hojas volantes en los locales de la empresa, también visitando los Colegios de Arquitectos e Ingenieros y Cámara de la Construcción de Santo Domingo.

En cuanto a la pagina Web www.zurimport.com de la empresa, esta será modificada, ya que se incrementará este servicio y se mostrará con que tipo de maquinaria se cuenta y los beneficios que se obtendrá.

4.4.5. Servicio al Cliente

El servicio que se pretende brindar a los clientes, es ofrecerles una respuesta inmediata a sus requerimientos de contratación. Se brindará un servicio personalizado y profesional dónde se dará asesoramiento técnico.

4.4.6. Actividades de Apoyo

Dentro de las actividades de apoyo con las que se contará están el abastecimiento, tecnología, recursos humanos e infraestructura.

4.4.6.1. Abastecimiento

Compras oportunas de todos los suministros de oficina, de la misma manera para limpieza, para garantizar el desarrollo normal de las actividades ya definidas.

4.4.6.2. Tecnología

La tendencia a la tecnificación en los procesos de construcción, será quien nos mantendrá atentos a nuevos equipos y maquinarias que se lancen al mercado, y el mejoramiento de la ya existente.

4.4.6.3. Recursos Humanos

Selección y contratación oportuna de personal, con el fin de contar con talento humano eficiente, dónde se pagará la nómina correspondiente y todos los beneficios por ley.

4.4.6.4. Infraestructura de la Empresa

Se tendrá un administrador el mismo que se encargará de coordinar todas las actividades que influyan en el funcionamiento del negocio, control de inventarios, clientes, la parte económica; y parte de lo técnico como el estado de la maquinaria y equipo con su respectivo estado, cumplimiento de las labores del resto del personal.

Para ayuda del administrador se contará con una secretaria la cuál estará atenta a cubrir las necesidades de la organización.

Los operarios tendrán funciones específicas como el mantenimiento de la maquinaria y equipo, y manejo de la misma, y abastecimiento oportuno de materia prima e insumos.

4.5. ESCALA ESTRATÉGICA

A continuación se detalla la escala estratégica proyectada para 5 años.

Dentro de cinco años, ser una empresa líder en la comercialización de productos para la construcción y la prestación de servicios de alta calidad para el constructor, en la provincia Tsáchila.

Cuadro. Nro. 3

**Escala
Estratégica**

<p>Meta Conocer sobre alquiler de maquinaria y equipo.</p>	<p>Meta Investigar el mercado de Santo Domingo</p> <p>CAPACIDADES Conocer el mercado y como operarlo. Analizar posibles localizaciones</p> <p>MEDIDAS A TOMAR Realizar investigación de Mercados.</p>	<p>Meta Ingresar al Mercado de Santo Domingo</p> <p>CAPACIDADES Contar con personal calificado y capacitado Cumplir con requisitos legales de funcionamiento Seleccionar proveedores Conocer Competencia</p> <p>MEDIDAS A TOMAR Selección y contratación de personal Investigación de mercados</p>	<p>Meta Incrementar el equipamiento para mejorar el servicio</p> <p>CAPACIDADES Conocer las necesidades de los clientes. Incorporar maquinaria y equipo nuevo. Mejorara Asesoramiento Técnico</p> <p>MEDIDAS A TOMAR Encuestas de satisfacción. Rotar de mejor manera la maquinaria y equipo Ampliar los proveedores Promocionar y publicitar</p>	<p>Meta Posicionamiento del Servicio en la ciudad de Santo Domingo</p> <p>CAPACIDADES Tener personal capacitado. Mejoramiento continuo de la maquinaria y equipo</p> <p>MEDIDAS A TOMAR Capacitación constante del personal</p>	<p>Meta Investigación de mercados sobre el servicio en la Provincia.</p> <p>CAPACIDADES Conocer el mercado en la Provincia Conocer como operar en este mercado Analizar posibles localizaciones</p> <p>MEDIDAS A TOMAR Diagnosticar el mercado para el servicio.</p>	<p>Meta Llegar a ser líderes en la comercialización de productos y prestación de servicios para el constructor en la Provincia Tsáchila.</p>
<p>1er año</p>	<p>1er año</p>	<p>2do año</p>	<p>3er año</p>	<p>3er año</p>	<p>4to año</p>	<p>5to año</p>

4.6. RECOMENDACIONES PARA LA EMPRESA

- De acuerdo al diagnóstico realizado a Zurimport se recomienda implementar estrategias a tres años plazo, ya que esta permitirá contribuir a que la empresa seleccione y organice sus negocios de manera que se mantenga sana a pesar de posibles sucesos inesperados, poco favorables, en cualesquiera de sus negocios específicos o líneas de productos o servicios.
- Se deberá establecer perfil tanto como para los altos cargos administrativos como para el resto de personal, el cual pueda estar en función de sus tareas y objetivos.
- Involucrar a todo el personal con la misión, visión, objetivos de la empresa, para que de esta manera puedan desarrollar de manera conjunta sus funciones. Es decir publicar para que este a la vista de todos en la empresa, tanto el personal como los clientes.
- Motivación y capacitación permanente para el personal de la empresa para que puedan desarrollar de manera eficaz sus labores y obtener mejores resultados, en cuanto a ventas y fidelidad de los mismos con la empresa, evitando la rotación permanente que existe dentro de la compañía, disminuyendo este índice de rotación se puede, de cierta manera reducir costos de capacitación entre otros; beneficiando de forma directa a la empresa.
- Establecer poderosas y nuevas campañas publicitarias y de promisión para llegar a lo nuevos clientes potenciales.
- Establecer de manera escrita las políticas para las diferentes áreas, dando a conocer al personal según el área que le corresponda.

CAPÍTULO V



CAPÍTULO V

5. PLAN DE MARKETING

5.1. OBJETIVOS

- Introducir el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción, dentro de los servicios que presta una ferretería.
- Obtener una participación de mercado en un 7% en el primer año.
- Hacer un seguimiento en cuanto a los servicios que presta y las acciones que toma la competencia.
- Alcanzar la fidelidad de los clientes en un 80%, satisfaciendo al cliente en un 95%, en el primer año, en cuanto al servicio que se presta, funcionamiento de la maquinaria y equipo, disponibilidad de la misma y puntualidad del servicio.

5.2. CONSUMIDOR

La ciudad de Santo Domingo, cuenta con 450000¹⁵ habitantes; dentro del campo profesional requerido para la construcción, se cuenta con un total de 77 Arquitectos y 115 Ingenieros Civiles, quienes están inscritos en los respectivos colegios y desarrollan su trabajo de manera continua. A partir de la investigación de mercados que se realizó, se pudo establecer que estas personas cumplen las características de los clientes que va a tener el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción.

El sector de la construcción se ha desarrollado de manera desorganizada dentro de la ciudad, es por este motivo que aproximadamente el 70%¹⁶ de las construcciones dentro de la ciudad están a cargo de personas particulares, es

¹⁵ Diario La Hora, 05-Mayo del 2008, www.diariolahora.com

¹⁶ Arq. Bolívar Plaza. Entrevista. Departamento de Planificación, Ilustre Municipio de Santo Domingo.

decir de maestros albañiles o de los propietarios de las construcciones, más no de profesionales; por lo que no se puede establecer una cifra exacta de cuantas personas desarrollan este tipo de funciones.

Dichas personas y empresas, requieren de este servicio, el mismo que no satisface sus necesidades de manera adecuada, en cuanto a disponibilidad de la maquinaria y equipo, el mal estado de la maquinaria que contratan, servicio de transporte adicional para la misma, y el nulo asesoramiento técnico y profesional para el mismo.

5.3. MERCADO

5.3.1. Nivel de la demanda

En base a la investigación de mercados que se realizó, se puede determinar que la demanda para este tipo de servicio, en el caso de cierta maquinaria y equipo de construcción, como encofrado metálico, elevadores, no se la logra abastecer en un momento determinado, concluyéndose que la demanda supera a la oferta.

5.3.2. Estacionalidad

Dentro del sector de la construcción, a pesar que existe movimiento durante todo el año, existe estacionalidad, aunque no es un factor crítico para el sector, donde el incremento de la construcción es notable, implicando un crecimiento de la demanda del servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción.

El tiempo donde se incrementa la construcción es en lo que dura el verano, esto es entre mayo y Noviembre, ya que el buen tiempo facilita los procesos de construcción y a su vez optimiza el tiempo empleado para cada proceso.

5.3.3. Impacto de la tecnología

La tecnología es un factor que afecta de manera directa al sector Construcción, la tendencia por tecnificar procesos está en crecimiento, esto se puede demostrar al observar una construcción de losa, realizada tradicionalmente es decir con caña guadua como puntales y tabla, mientras que en la actualidad se utiliza el encofrado y puntales metálicos; en varios procesos más se observa este cambio, ya que esto también facilita y da un mejor resultado en los procesos desarrollados y es más económico.

5.4. COMPETIDORES

Entre los principales competidores dentro de la ciudad, que brindan el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción están: las constructoras y las personas particulares como por ejemplo:

- Constructora Vera & Vera.
- Cedeño Construcciones Cia. Ltda.
- CONESA Construcciones.
- Iván Illescas Cuadrado.
- COIMPREC.
- Comercial ABC.
- Ing. Edgar Quezada.
- Ing. Rainer Pisco Valarezo.

Dentro del equipamiento con el que cuenta cada una de la competencia, se puede observar en el Cuadro Nro.4.

Cuadro Nro. 4.

Equipamiento de la Competencia en Santo Domingo

	Excavador	Retroexcavadora	Andamios	Concreteira	Encofrado Metálico	Elevador	Compactador	Vibrador	Rotomartillo	Vibroapisonador
Cedeño Construcciones Cia. Ltda.	X									
Comercial ABC					X					
Ing. Rainer Pisco Valarezo				XX			XX			XX
COIMPREC		X	X	X	XX	X	X			
Iván Illescas Cuadrado		XX					XX	XX	XX	
CONESA Construcciones				X	X	X				
Ing. Edgar Quezada				X	X					
Constructora Vera & Vera			X							

5.4.1. Participación del mercado de los principales competidores

La participación de mercado de los Competidores está determinada en base a la variedad de maquinaria y equipo con la que cuentan, como se puede observar en el Cuadro Nro. 5, seguido del Gráfico Nro.12, dónde se detalla en porcentajes la participación de la competencia en el mercado.

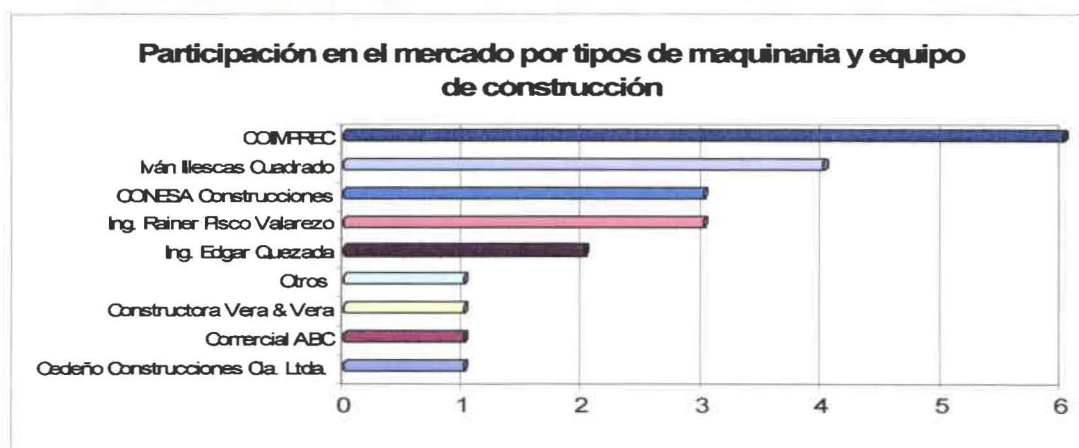
Cuadro Nro.5.

Principales Competidores

TP	CONSTRUCTORAS	TP	FERRETERIAS	TP	PERSONAS PARTICULARES
1	Cedeño Construcciones Cia. Ltda...	1	Comercial ABC	3	Ing. Rainer Pisco Valarezo
6	COIMPREC			4	Iván Illescas Cuadrado
3	CONESA Construcciones			2	Ing. Edgar Quezada
1	Constructora Vera & Vera			1	Otros

Gráfico Nro. 12

Participación en el mercado de los competidores, por tipo de maquinaria y equipo de construcción



Elaboración: Autora

5.4.2. Segmentación

5.4.2.1. Geográfica

Ciudad: Santo Domingo

5.4.2.2. Demográfica

Ocupación: Personas vinculadas al sector de la construcción

5.5. CARACTERÍSTICA DEL SERVICIO

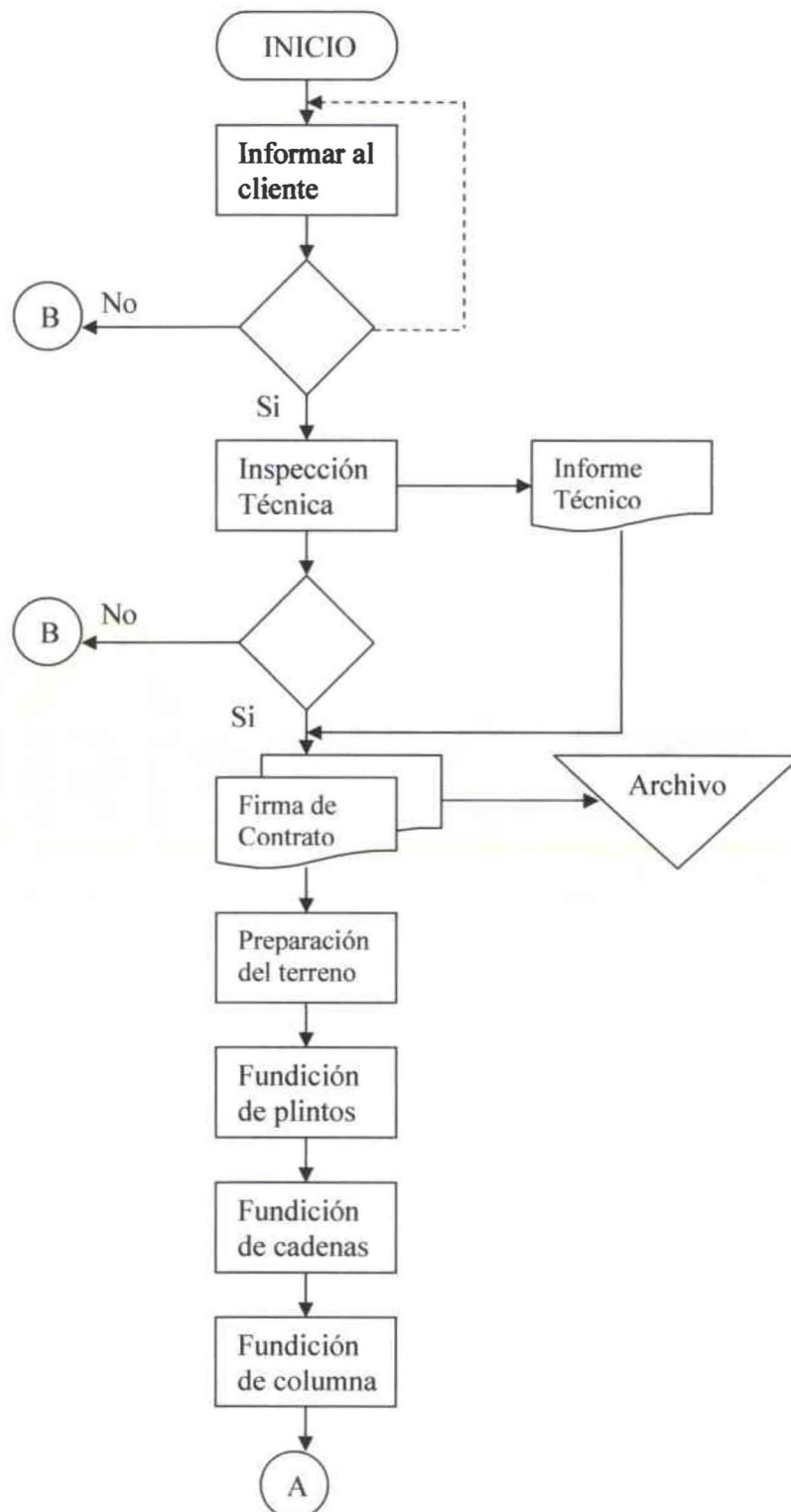
Consiste en prestar el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción, el que deberá contar con maquinaria y equipo la cual sea requerida por los contratistas, en este caso se logró determinarla gracias a la investigación de mercados, siendo estas: Encofrado metálico, andamios, concreteras, rotomartillo, vibrador, compactadores y elevadores; para este servicio también es indispensable contar con asesoramiento técnico y profesional, el que sirva para mejor desenvolvimiento del trabajo a realizarse por parte de los contratistas.

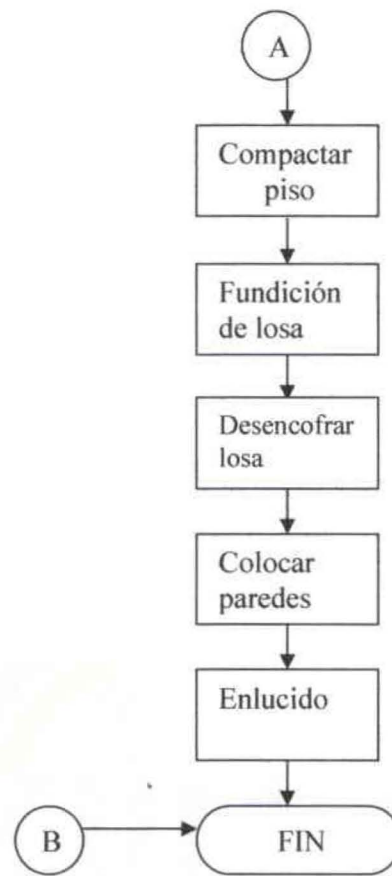
Dentro del asesoramiento se contará con atención profesional personalizada para cualquier tipo de inquietud por parte de los clientes. Otro de los beneficios que se brindará al cliente esta la facilidad de encontrar los insumos y la maquinaria y equipo en un mismos lugar para mayor comodidad de los usuarios.

Para este tipo de maquinaria y equipo de construcción es también indispensable contar con servicio de transporte, que será empleado para la entrega en el lugar convenido y el retorno de la misma a las instalaciones. En cuanto a las formas de pago existirán comodidades para los contratistas, es decir facilidades de pago ya sea con tarjeta de crédito, corriente o diferido.

Y las formas de contratación, existirán las convencionales como por ejemplo término de contrato por día o por mes; en el caso de requerir otro tipo de contratación se podrá ofrecer el contrato en términos de volumen por obra y los requeridos por los usuarios.

5.5.1. Diagrama de flujo genérico del servicio





5.5.1.1. Procedimiento del Servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción.

Atención al cliente por parte de la secretaria, en las instalaciones; quien le informará acerca de los precios del servicio requerido, tratando de convencer al cliente las bondades del servicio. Si el cliente acepta las condiciones la secretaria le guiará hacia el experto.

El técnico ofrecerá el servicio de asesoramiento profesional, luego realizará la inspección en el terreno, y seleccionará la maquinaria y equipo a utilizarse y los términos del contrato.

Previo informe del técnico, se procederá luego a la firma del contrato, el original del contrato se entregará al cliente y la copia del mismo pasará al archivo.

De acuerdo al informe del técnico, se procederá a la preparación del terreno, determinando si es necesaria la utilización del rotomartillo.

Luego se procede a la fundición de los plintos, utilizando la concretera y el vibrador.

Posteriormente se funden las cadenas, usando la maquinaria anteriormente descrita.

Luego se funden las columnas, donde se utiliza la concretera.

Posteriormente dar paso a la compactación de los pisos, usando la maquina compactadora.

Luego se procederá a la fundición de pisos, donde se utilizarán la concretera.

Se procede a colocar el encofrado metálico.

Se funde la losa, utilizando concretera, elevador y vibrador.

Pasados 21 días se procede al desencofrado de la losa.

Se colocan las paredes, para lo cual se necesitan de los andamios.

Y finalmente se procede con el enlucido, lo que requiere de andamios.

Nota: Este es el procedimiento genérico, habrá muchas ocasiones donde se seguirán todos los pasos y otras solo unos de ellos.

5.6. CARACTERÍSTICAS DEL PUNTO DE VENTA

El punto de venta donde se brindará el servicio será un local adicional a las instalaciones de la cadena de ferreterías, pero al mismo tiempo se encontrará ubicado junto a uno de los locales dónde se distribuyen como productos principales hierro y cemento, para mayor facilidad y comodidad de los contratistas.

Dentro de este local se contará, en el Anexo C1 se detalla el plano donde estarán las instalaciones:

- Lugar de exhibición de la maquinaria y equipo,
- Bodega para la misma,
- Instalaciones sanitarias,
- Oficina para el administrador, y
- Lugar de recepción y contratación del servicio.

5.7. MARKETING ESTRATÉGICO

El objetivo de este capítulo será optimizar el posicionamiento de los nuevos servicios que prestará ZURIMPORT CIA. LTDA.

5.7.1. Ciclo de Vida

En el ciclo de vida del servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción, se encuentran las siguientes etapas:

- Desarrollo del producto (servicio).
- Introducción.
- Crecimiento.
- Madurez.
- Declinación.

Grafico Nro. 13

Ciclo de Vida



Fuente: Estrategia Magazine¹⁷

- Etapa de desarrollo. En esta etapa se desarrolla todo lo que se refiere a investigaciones anteriores sobre el servicio, en este caso la investigación de mercados realizada y el análisis del micro y macro entorno.
- Etapa de introducción. Dentro de esta etapa se desarrollarán las actividades correspondientes al área de Marketing, es decir los objetivos previstos del proyecto; se concentrará en canales de distribución, promoción, merchandising, capacitación y supervisión de la fuerza de ventas, inicio de la comunicación publicitaria; se establecerán principalmente políticas de precios y el financiamiento de manera estratégica para facilitar la rápida penetración.
- Etapa de crecimiento. En esta etapa el servicio completa su posicionamiento definitivo y consolida su cobertura y comienza a aumentar su participación en el mercado.
- Etapa de madurez. Se alcanzara la máxima participación posible en el mercado, es decir se ha alcanzado un nivel óptimo de cobertura y penetración de mercado, con pocas posibilidades de crecimiento, finalización de la tendencia de crecimiento de ventas.
- Etapa de declinación. En esta etapa, luego de una alta participación en el mercado y muy buenas ventas y utilidades, el servicio con el tiempo tiene

¹⁷ ESTRATEGIA MAGAZINE, Administración, Ciclo de vida de los Productos, www.estrategiamagazine.com.ar

de a decrecer en su evolución, esto puede originarse por cambios en las conductas de los usuarios, innovación de nueva tecnología y errores estratégicos de la empresa.

- Etapa de desaparición y retiro. El servicio que se brinda ya no es de importancia para los usuarios, es decir desaparece.

5.7.2. Estrategias a utilizarse

5.7.2.1. Etapa de Introducción

5.7.2.1.1. Personal de la Organización

- a) Crear cultura compartida de la misma.

Determinada por la formulación de visión, misión y valores ya mencionados en el Capítulo IV.

Estímulos, incentivos, premios tanto cualitativos como cuantitativos.

Establecer un plan de contingencia para corregir o superar inconvenientes en la introducción.

5.7.2.1.2. Para los Usuarios

- a) Diseño de la estrategia de trade-marketing, es decir posicionar los productos maquinaria y equipo que se va a ofrecer, políticas de precios, utilizando relaciones públicas.

- b) Promoción de ventas intensivas.

Lo que se quiere conseguir con la promoción de ventas es incrementar las ventas y la participación de mercado, rompiendo la lealtad de los usuarios de la

competencia y colaborar a la fidelización. Para esto se emplearán varias herramientas, tales como:

- *Regalos publicitarios.*

Artículos útiles con el logo de la Empresa, que se entregan gratuitamente a los clientes como por ejemplo esferos, llaveros, gorras, camisetas.

El logo que estar impreso en los artículos será el siguiente:



- *Descuentos.*

Reducción del precio del servicio, valido por un tiempo: como apertura del nuevo local, el primer mes de funcionamiento el 15% de descuento en las contrataciones de la maquinaria y equipo requerida.

- *Eventos.*

Ferias y Convenciones para promocionar y mostrar los servicios que se brindan dentro de las cadena de ferreterías y a su vez los productos y el tipo de maquinaria y equipo de construcción con el cual se cuenta.

c) Inicio de la campaña publicitaria

Se utilizará varios tipos de publicidad con el propósito de hacer conocer a los clientes existentes y el mercado objetivo del lanzamiento del servicio dentro de los servicios prestados por la Organización; como por ejemplo:

- *Publicidad televisiva.*

No se realizará campaña publicitaria por medio de canales de la zona ya que estos funcionan mediante programas, los cuáles dan publicidad a las distintas empresas; dentro de estos programas no existe uno que sea relacionado a la construcción, pero se tomará en cuenta.

- *Publicidad radiofónica.*

Dentro de la publicidad por radio se tomará en cuenta Estaciones reconocidas en el medio, en este caso Majestad FM.

- *Publicidad en prensa y revistas.*

Este método será el más empleado por la Organización, ya que es por donde se puede llegar de manera directa al público objetivo como por ejemplo se realizara publicidad en revistas como en la revista de la Revista de la Cámara de la Construcción de Santo Domingo de los Tsáchilas, Comunicar SD Guía del Constructor y en medios de prensa, en este caso Diario La Hora, en especiales de vivienda y construcción.

- *Publicidad Exterior o vía Pública.*

En la ciudad de Santo Domingo aún no se ha explotado este tipo de publicidad por lo cual podría ser novedoso y dar gran acogida, ya que las personas se informarían sobre el nuevo servicio prestado por la cadena de ferreterías.

- *Publicidad en Punto de Venta.*

Este tipo de publicidad se realizará dentro de los cinco locales se promoverá la implementación del servicio de alquiler de maquinaria y

equipo de construcción, mediante afiches, trípticos, volantes, dónde se explicará en que consiste el servicio, la ubicación del local y el tipo de maquinaria y equipo con el que se contará.

Un ejemplo de las hojas volantes que se repartirán en los diferentes puntos se encuentra en el Anexo C2.

d) Seguimiento de todo el proceso.

5.8. MARKETING DIRECTO

Gracias a que se cuenta con una base de Datos, la cual pertenece a la cadena de ferreterías, se puede llegar fácilmente a los principales clientes quienes se dediquen a la construcción; de esta manera darles información sobre la implementación del servicio, la cual contenga ubicación de las nuevas instalaciones, tipo de maquinaria y equipo con la que se contará, formas y facilidades de pago. Dicha información será entregada en sus respectivas direcciones ya sean de domicilio o de trabajo.

5.8.1. Tácticas para ofertar el Servicio

a) Utilizar los puntos de venta de ZURIMPORT como fuente de contacto para la oferta del servicio, suministrando hojas volantes.

Aprovechar la cantidad de puntos de ventas que tiene Zurimport para entregar en cada uno de ellos hojas volantes que informen sobre los nuevos servicios que ofrece la empresa. Ver Anexo C2.

b) Utilizar la base de datos actual, para promocionar el servicio ofrecido.

La base de datos suministrará un listado con los siguientes datos:

- ✓ Nombres de Clientes
- ✓ Número telefónico
- ✓ Dirección
- ✓ Tipos de Productos (hierro y cemento)
- ✓ Total de compra
- ✓ Entre otros

Hacer seguimiento del ofrecimiento del servicio a través del control de una agenda.

c) Proceso para ofertar el servicio en los puntos de venta, se llevaría a cabo de esta forma:

Señor (a), (ita) buenos días (tardes)

Mi nombre es.....

ZURIMPORT ha implementado un nuevo servicio que consiste en alquilar maquinaria y equipo de construcción.

¿Esta usted construyendo en este momento o piensa hacerlo?, tenemos para usted la solución.....

Para llevar a cabo este proceso se contará con una persona capacitada, los tres primeros meses del lanzamiento del servicio.

5.9. PRECIO

Los precios que están analizados y establecidos por la Empresa, siendo estos más bajos que la competencia, para lograr la aceptación por parte de los usuarios y fidelizar a los mismos con el servicio brindado por Zurimport. Los precios se detallan a continuación en el cuadro Nro. 6:

Cuadro Nro. 6

Precios de la maquinaria y equipo de construcción

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Precio por día
Encofrado metálico	1250	2,90
Concretera	2	50,00
Vibrador	2	40,00
Elevador	1	40,00
Rotomartillo	1	30,00
Andamios	30	3,00
Compactador	2	30,00

5.9.1. Estrategias de diferenciación de precios

Estrategia de diferenciación de precios, los precios que se ofrecerán estarán eventualmente actualizados con los de la Cámara de la Construcción de Santo Domingo de los Tsáchilas, pero al mismo tiempo también variarán según los precios establecidos por la competencia; siempre tratando de tener precios más bajos a los ya establecidos.

5.9.2. Comparación con la Competencia

En el Cuadro Nro.7 se detalla los precios con los que cuenta la competencia, de los cuales se tomó como referencia: Comercial ABC, Ing. Reiner Pisco, COIMPREC, Iván Illescas, CONESA, Ing. Edgar Quezada, Constructora Vera & Vera, para establecer los precios anteriormente mencionados, y que servirán para realizar la propuesta financiera respectiva.

Cuadro Nro. 7
Referencia de precios de la empresa y la competencia

	Andamios	Concretera	Encofrado Metálico	Elevador	Compactador	Vibrador	Rotomartillo
Comercial ABC			3,10				
Ing. Rainer Pisco Valarezo		51,00			39,00		
COIMPREC	3,00	50,00	3,00	40,00	35,00		
Iván Illescas Cuadrado					35,00	40,00	30,00
CONESA Construcciones		50,50	3,60	41,00			
Ing. Edgar Quezada		52,00	3,50				
Constructora Vera & Vera	3,10						
ZURIMPORT CIA. LTDA.	3,00	50,00	2,90	40,00	30,00	40,00	30,00

5.9.3. Control de Precios

Los precios son establecidos por la Cámara de la Construcción de Santo Domingo, las empresas y personas que se dedican a este tipo de servicio establecen sus precios en base a esta referencia y de la misma manera se basan en la demanda del servicio; lo que quiere decir que no existen precios fijos en el mercado.

5.9.4. Descuentos Promocionales

Por motivo de la apertura del nuevo local se establecerán ciertos descuentos promocionales temporales, como por ejemplo el 15 % de descuento en todos los contratos, válido en el primero y segundo mes de funcionamiento.

5.9.5. Condiciones de Pago

El contrato estará establecido bajo los términos del usuario, es decir, este cambiara según sus necesidades, como por ejemplo:

Pago en efectivo o de contado 10% de descuento, a partir del tercer mes de inaugurado el servicio.

5.10. PROYECCIÓN DE VENTAS

Ver en Anexo C3, dónde se detallan las proyecciones

5.10.1. Escenarios de Ventas

5.10.1.1. Primer Escenario: Ventas Efectivas Inferiores a las Proyecciones de Ventas

Se deberá realizar un refuerzo en la campaña publicitaria, invertir más dinero del presupuestado. Ver Anexo C4.

5.10.1.2. Segundo Escenario: Ventas Efectivas Superiores a las Proyecciones de Ventas.

Analizar el porcentaje del incremento de las ventas para invertir en mejoras para la empresa, es decir mejorar la tecnología o renovar la misma. Ver Anexo C5.

CAPÍTULO VI



CAPÍTULO VI

6. ANÁLISIS FINANCIERO

6.1. SUPUESTOS FINANCIEROS

6.1.1. Supuestos Generales

- El Análisis Financiero se lo realizó a cinco años, tomando en cuenta variables políticas, económicas y sociales del Ecuador.
- El local dónde se brindará el servicio, será un lugar alquilado, para lo cuál se firmará un contrato de arrendamiento previo, para seguridad del funcionamiento.
- La proyección de ventas que se realizó, se efectuó para los cinco años proyectados, tomando en cuenta los tres escenarios: óptimo, probable y pésimo.
- El gasto de publicidad se considera fijo, no depende de las ventas.
- Todos los cálculos para el análisis financiero se realizan con precios constantes al 2009.
- El pago y remuneraciones se estableció bajo el Código de trabajo.
- Se prevé iniciar con una capacidad instalada del 70% en el primer año, 100% en el segundo año y también 100% en los tres años siguientes.
- Se asume un modelo de dolarización para los cinco años del proyecto.
- Los activos fijos son valores constantes para los tres escenarios propuestos en el proyecto.
- Para el escenario Probable sin apalancamiento se considera que los precios de alquiler van hacer constantes.
- Para los escenarios con Apalancamiento se establece un préstamo bancario de \$ 30.000.00 a una tasa de interés anual del 15% para el probable, 18% para el pésimo y 12% para el óptimo.
- En el escenario Probable con apalancamiento y sin apalancamiento se considera precios constantes para el alquiler de la maquinaria y equipo.

- Para los escenarios Pésimo con apalancamiento y sin apalancamiento los precios de alquiler de maquinaria y equipo disminuyen en un 10%.
- Para los escenarios Óptimos con apalancamiento y sin apalancamiento los precios de alquiler de maquinaria y equipo se incrementan en un 10%.
- En el Cuadro Nro. 8 se detalla el nivel de producción con el que se trabaja para los diferentes escenarios son:

Cuadro Nro. 8

Nivel de producción para los diferentes escenarios

Año	1	2	3	4	5
Probable	70%	100%	100%	100%	100%
Pésimo	60%	70%	80%	80%	90%
Óptimo	100%	100%	100%	100%	100%

6.1.2. Costos del Servicio

Por considerarse que se trata de una empresa de servicios en el Anexo D1 se detallan de manera minuciosa los costos de la materia prima e insumos por cada una de la maquinaria y equipo. En el Anexo D2 se detalla en porcentajes cuánto es necesario de materia prima e insumos para trabajar normalmente y el mantenimiento respectivo.

En el cuadro Nro. 9 se puede observar la manera cómo se asume que la maquinaria y equipo necesaria para el cumplimiento de este proyecto podría ser contratada.

Cuadro Nro. 9

Maquinaria y Equipo	Cantidad	Tipo de arrendamiento	Tiempo de alquiler	Número de veces	Total de arrendamiento anual
Encofrado metálico	1250	Metros cuadrados	21 días	17	21726
Concreteira	2	Unidades	1 día	6	576
Compactador	1	Unidades	1 día	3	36
Elevador	1	Unidades	1 día	3	36
Vibrador	1	Unidades	1 día	5	70
Rotomartillo	1	Unidades	1 día	4	51
Andamios	30	Par	2 meses	2 meses	180

6.1.3. Ingresos proyectados por Ventas

Se prevé ingresos por ventas para los 5 años del proyecto y de acuerdo a la tabla de precios determinados en el capítulo V, a continuación el siguiente resumen de la proyección.

Cuadro Nro. 10

Producción	70%	100%	100%	100%	100%
Años	1	2	3	4	5
Total	71.218,0	101.740,0	101.740,0	101.740,0	101.740,0

6.1.4. Costos proyectados

6.1.4.1. Materiales e Insumos

Los costos de los materiales e insumos ya mencionados anteriormente, determinaron su aportación como se indica en el siguiente cuadro de resumen:

Cuadro Nro. 11

Producción	70%	100%	100%	100%	100%
Años	1	2	3	4	5
Total	2.658,88	3.798,40	3.798,40	3.798,40	3.798,40

Ver Anexo D4

6.1.4.2. Mano de Obra Directa

Para la mano de obra que se necesita en el presente proyecto, se detalla en Anexo D5 la nómina del personal.

Los valores determinaron su aportación como se indica en el siguiente cuadro de resumen, mayor detalle ver Anexo D6.

Cuadro Nro. 12

Producción	70%	100%	100%	100%	100%
Años	1	2	3	4	5
Total	2.538,04	3.625,78	3.625,78	3.625,78	3.625,78

6.1.4.3. Gastos Indirectos

Los gastos indirectos que se utilizarán en el presente proyecto son los siguientes:

Repuestos para la maquinaria y equipo US\$ 3.400

Cuadro Nro. 13

Producción	70%	100%	100%	100%	100%
Años	1	2	3	4	5
Total	2.380,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00	3.400,00

Ver Anexo D7.

6.1.5. Activos Fijos

Los activos fijos a utilizarse en el presente proyecto son.

Cuadro Nro. 14

ITEM	US\$
Equipos de computo	1320.00
Equipo de oficina	500.00
Muebles y Enseres	830.00
Encofrado metálico	63158.52
Concreteira	6348.00
Compactador	1670.00
Elevador	2524.00
Vibrador	2559.50
Rotomartillo	2690.00
Andamios	7400.80
Herramientas	1000.00
TOTAL	90000.82

6.1.5.1. Depreciación de los Activos Fijos

La depreciación de los activos fijos en el presente proyecto será en línea recta, sin valor residual

Se consideraron los siguientes porcentajes de depreciación:

Cuadro Nro. 15

Ítem	Porcentaje	Años
Equipo de computo	33.33%	3 años
Equipo de oficina	10.00%	10 años
Muebles y Enseres	10.00%	10 años
Encofrado metálico	10.00%	10 años
Concreteira	10.00%	10 años
Compactador	10.00%	10 años
Elevador	10.00%	10 años
Vibrador	10.00%	10 años
Rotomartillo	10.00%	10 años
Andamios	10.00%	10 años
Herramientas	10.00%	10 años

El proyecto incluye renovación del equipo de cómputo por US\$ 1.320, con valores que se generan en el mismo proyecto. Para mayor detalle ver Anexo D8.

6.1.6. Gastos Preoperativos

Para el inicio de las operaciones se necesita cubrir algunos gastos necesarios para el buen desarrollo del mismo:

Cuadro Nro. 16

ITEM	US\$
Gastos de Adecuación	500.0
Investigación de Mercado	2000.0
Gastos Legales	500.0
Gatos de publicidad de introducción	7960.2
TOTAL	10960.2

Estos gastos mencionados anteriormente, serán asignados para los cinco años del proyecto.

6.1.7. Gastos generales de administración

Se estiman los siguientes gastos; en Varios se estima una cantidad de US\$240 anuales para imprevistos.

Cuadro Nro. 17

Cantidad	Gastos	Mensual	Anual
1	Técnico Administrador	500	7030.5
1	Secretaria	218	3188.3
1	Guardia	218	3188.3
	Servicios básicos	90	1080.0
	Suministros de Oficina	30	360.0
	Varios	20	240.0
	TOTAL	751	15087.0

6.1.8. Publicidad

La publicidad considerada para los años del proyecto son de US\$ 600, los cuales constan en el Capitulo V.

6.1.9. Capital de Trabajo

El capital de trabajo requerido para el proyecto con escenario probable y pésimo son los siguientes:

Cuadro Nro. 18

Escenario probable

Producción	70%	100%	100%	100%	100%
Años	1	2	3	4	5
Capital De Trabajo	2,461.55	2.772,50	2.772,50	2.772,50	2.772,50

Cuadro Nro. 19**Escenario Pésimo**

Producción	60%	70%	80%	80%	90%
Años	1	2	3	4	5
Capital De Trabajo	2,357.90	2.461,55	2.565,20	2.565,20	2.668,85

En el Anexo D9 se detalla el capital de trabajo necesario para el proyecto.

6.1.10. Inversión

La inversión total del proyecto suma US\$ 100.961,00 que corresponde a:

Total Activos Fijos 90.000,82

Total Gastos preoperativos 10.960,20

Total Inversión 100.961,02

Ver Anexo D10.

6.1.11. Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo neto del proyecto en los escenarios: probable, pésimo y óptimo, tenemos:

Escenario Probable**Cuadro Nro. 20****Sin Apalancamiento**

Años	Inversión	Operación				
	0	1	2	3	4	5
FEN	-100.961,02	31.410,33	50.948,58	51.259,53	49.939,53	98.812,44

Cuadro Nro. 21**Con Apalancamiento**

	Inversión	Operación				
Años	0	1	2	3	4	5
FEN	-70961.0	41803.1	50916.6	39127.1	49939.5	98812.4

Escenario Pésimo**Cuadro Nro. 22****Sin Apalancamiento**

	Inversión	Operación				
Años	0	1	2	3	4	5
FEN	-100961.0	31410.3	50948.6	51259.5	49939.5	98812.4

Cuadro Nro. 23**Con Apalancamiento**

	Inversión	Operación				
Años	0	1	2	3	4	5
FEN	-70961.0	41803.1	50916.6	39127.1	49939.5	98812.4

Escenario Óptimo**Cuadro Nro. 24****Sin Apalancamiento**

	Inversión	Operación				
Años	0	1	2	3	4	5
FEN	-100961.0	35950.5	57434.5	57745.5	56425.5	105298.4

Cuadro Nro. 25**Con Apalancamiento**

	Inversión	Operación				
Años	0	1	2	3	4	5
FEN	-70961.0	46293.6	57418.9	46057.4	56425.5	105298.4

En el Anexo D11 se detallan los tres escenarios con apalancamiento y sin apalancamiento.

6.1.12. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio multiproducto del presente proyecto para el primer año se ha establecido de la siguiente forma:

El punto de equilibrio multiproducto en unidades es de 7.082, y el punto de equilibrio multiproducto en ventas o umbral de rentabilidad es de US\$ 28.548,12 desglosado de la siguiente forma:

Cuadro Nro. 26

SERVICIO	Veces	US\$
Encofrado Metálico (mts)	6694	17902.20
Concretera	185	8417.96
Compactador	28	336.72
Elevador	24	448.96
Vibrador	26	785.68
Rotomartillo	27	505.08
Andamios (pares)	99	151.52
TOTAL	7082	28548.12

6.1.13. Estado de Situación Inicial

El proyecto contempla el siguiente Balance inicial, el Balance General proyectado se encuentra en el Anexo D 12 para los diferentes escenarios:

**ZURIMPORT CIA.LTDA.
PROYECTO**

Balance de Situación Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES:		PASIVOS CORRIENTES:	
Efectivo en Caja			0
Cuentas por cobrar			
Inventario de materiales e insumos			
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES		TOTAL DE PASIVO CORRIENTE	0
ACTIVOS FIJOS NETOS:		PATRIMONIO	
Equipos de Computo	1320	CAPITAL SOCIAL	100961.02
Equipo de oficina	500	RESERVAS	
Muebles y Enseres	830	TOTAL DE PATRIMONIO	100961.02
Encofrado Metálico	63158.52		
Concretera	6348		
Compactador	1670		
Elevador	2524		
Vibrador	2559.5		
Rotomartillo	2690		
Andamios	7400.8		
Herramientas	1000		
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS NETOS	90000.82		
ACTIVOS NO CORRIENTES:			
Diferidos	10960.2		
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	10960.2		
TOTAL DE ACTIVOS	<u>100961.02</u>	TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	<u>100961.02</u>

6.1.14. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

El proyecto arroja el siguiente resultado de los cinco años:

Cuadro Nro. 27

Sin Apalancamiento

Año	1	2	3	4	5
Utilidad Neta	22.371,76	39.759,41	39.759,41	39.759,41	39.759,41

Cuadro Nro. 28

Con Apalancamiento

Año	1	2	3	4	5
Utilidad Neta	23.795,62	40.684,94	40.106,50	39.759,41	39.759,41

El estado de pérdidas y ganancias de los escenarios Probable, pésimo y óptimo; con apalancamiento y sin apalancamiento en el Anexo D12.

6.1.15. Razones Financieras

6.1.15.1. Índice de Rendimiento Bruto en Ventas

Índice de Rendimiento Bruto en Ventas	$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ingreso por Ventas}}$	$\frac{54,332.99}{71218.00}$	0.76

6.1.15.2. Índice de Rendimiento Operativo en Ventas

Índice de Rendimiento Operativo en Ventas	$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ingreso por Ventas}}$	$\frac{35092.95}{71218.00}$	0.49

6.1.15.3. Índice de Rendimiento Neto en Ventas

Índice de Rendimiento Neto en Ventas	<u>Utilidad Neta</u>	<u>22371.76</u>	0.31
	Ingreso por Ventas	71218.00	

6.1.15.4. Índice de Rendimiento de la Inversión

Índice de rentabilidad sobre capitales propios	<u>Utilidad Neta</u>	<u>22371.76</u>	0.22
	Capital propio	103422.57	

6.2. COSTO DE OPORTUNIDAD

En el Anexo Nro. D14 se puede observar con detalle el cálculo del Costo de oportunidad.

6.3. EVALUACIÓN FINANCIERA

Para realizar la evaluación financiera del proyecto, se tomó en cuenta tres escenarios, con y sin apalancamiento, con una duración del proyecto de 5 años.

Los escenarios evaluados son: Pésimo, probable y óptimo.

Siendo sin apalancamiento el 100% de capital propio, y con apalancamiento el 70.29% de la inversión será capital propio mientras que el 29.71% será por préstamo bancario.

A continuación se analizará los flujos de efectivo de cada escenario, tomando en cuenta las dos formas de financiación de inversión.

ESCENARIO PROBABLE:

- **NO APALANCADO.** Como se puede observar en el Anexo D11 desde el primer año de funcionamiento del proyecto se obtiene un flujo de efectivo Neto positivo, obteniendo una TIR del 38.76% y una VAN de \$69.437,358.
- **SI APALANCADO.** Haciendo referencia al Anexo D11, desde el primer año del proyecto se obtiene un flujo de efectivo positivo, llegando a dar una TIR del 61.57% y un VAN de \$ 91.828,13.

El escenario probable apalancado es más atractivo, por los beneficio de estar con financiamiento.

Con respecto a las razones financieras se obtiene:

- a) El índice de rentabilidad sobre capitales propios sin apalancamiento es del 22% mientras que para el apalancado es 27%.
- b) El índice de rendimiento neto en ventas con los dos escenarios son de 22% y 27% para el no apalancado y con apalancamiento respectivamente.

ESCENARIO PÉSIMO: Ver Anexo D11.

- **NO APALANCADO.** Se obtuvo un flujo de efectivo positivo desde el primer año del proyecto, dando una TIR del 22.98% y un VAN de \$19.820,13.
- **SI APALANCADO.** Para el primer año del proyecto el flujo de efectivo es positivo dando una TIR del 39.79% y un VAN del \$ 44.257,37.

Con respecto a las razones financieras se obtiene:

- a) El índice de rentabilidad sobre capitales propios sin apalancamiento es del 12% mientras que para el apalancado es 13%.
- b) El índice de rendimiento neto en ventas con los dos escenarios son de 23% y 18% para el no apalancado y con apalancamiento respectivamente.

El escenario pésimo apalancado es más atractivo, por los beneficio de estar con financiamiento.

ESCENARIO ÓPTIMO: Ver Anexo D11

- NO APALANCADO. Desde el primer año de funcionamiento del proyecto se obtiene un flujo de efectivo Neto positivo, obteniendo una TIR del 44.62% y una VAN de \$ 88.791,92.
- SI APALANCADO. Para el primer año del proyecto se obtiene un flujo de efectivo positivo, llegando a dar una TIR del 69.67% y un VAN de \$ 110.491,22.

El escenario probable apalancado es más atractivo, por los beneficio de estar con financiamiento.

Con respecto a las razones financieras se obtiene:

- a) El índice de rentabilidad sobre capitales propios sin apalancamiento es del 26% mientras que para el apalancado es 34%.
- b) El índice de rendimiento neto en ventas con los dos escenarios son de 34% y 32% para el no apalancado y con apalancamiento respectivamente.

En cualquiera de los tres escenarios propuesto se puede observar que apalancar el negocio es más rentable para los accionistas ya que se obtiene una tasa interna de retorno, valor actual neto mayores a los escenarios no

apalancado, lo que ayuda a la recuperación de la inversión. De la misma manera se sabe que es rentable el proyecto para los tres escenarios, debido a que el TIR en todos los casos es mayor al Costo de Oportunidad.

CAPÍTULO VII



CAPITULO VII

7. PLAN DE CONTINGENCIA

7.1. INTRODUCCIÓN

Como en toda organización, existen factores internos y externos que afectan de manera positiva y negativa al funcionamiento de la misma.

De esta manera, ZURIMPORT CIA. LTDA. actuará con antelación y disminuirá las posibles consecuencias de estos factores que afectan a las actividades normales del negocio.

7.2. POSIBLES RIESGOS

7.2.1. Incremento de Ventas

Existirán unas ventas o contratación del servicio mayores a las esperadas.

7.2.2. Reducción de Ventas

Las ventas o contratación del servicio, no será el esperado, este será mucho menor al proyectado.

7.2.3. Nuevas empresas entrantes.

Ingreso de nuevas empresas en el mercado de Santo Domingo de los Tsáchilas, las cuáles brinden un servicio especializado y de calidad, con precios competitivos y tecnología de punta.

7.2.4. Inestabilidad Política Económica

La inestabilidad política y económica son situaciones por las que el país pasa, por las malas decisiones de los gobernante, el principal obstáculo es el alza de precios.

7.3. PLANES DE CONTINGENCIA

7.3.1. Incremento de Ventas

En el caso de incremento de ventas se sugiere a la empresa, mejorar la tecnología e invertir en maquinaria y equipo.

7.3.2. Reducción de Ventas

Se deberá realizar una renovación de la campaña publicitaria, realizar nuevas promociones, ampliar el mercado a ciudades cercanas.

7.3.3. Nuevas empresas entrantes.

Reducir el margen de utilidad rebajando los precios, e implementar una campaña de fidelización de los clientes.

7.3.4. Inestabilidad Política Económica

Mantener los precios de los servicios y dar facilidades de pago a los clientes implementado una política de crédito meticulosa que permita garantizar la recuperación del mismo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES



CONCLUSIONES

- El sector de la construcción, se encuentra en una fase de crecimiento la cual favorece a los empresarios dedicados a los servicios de construcción.
- Debido a lo expuesto en el párrafo anterior, se han fortalecido los servicios brindados para la construcción, entre ellos el alquiler de maquinaria y equipo, el que tiende a la tecnificación para mejorar sus procesos.
- En la investigación de mercados realizada en el proyecto, se logró determinar que el mismo tiene gran aceptación por parte de los constructores de la ciudad de Santo Domingo quienes al mismo tiempo se benefician de los servicios de ferretería ofrecidos por ZURIMPORT CIA. LTDA.
- Al ingresar en un mercado dónde los clientes son quienes tienen la decisión de contratación del servicio, el mismo que no es muy diferenciado, se pretende brindar un servicio con precios competitivos, más bajos a los de la competencia, servicios adicionales como el asesoramiento técnico y profesional para quienes contraten el servicio, al mismo tiempo servicio de transporte. Y el continuo mantenimiento y renovación de la maquinaria y equipo ofrecidos.
- Para el funcionamiento de este local de alquiler de maquinaria y equipo de construcción, se requiere de una inversión de alrededor de US\$ 100.961; dónde constan los activos fijos y gastos preoperativos.
- Se puede concluir, que el riesgo de incorporar el servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción a los ya ofrecidos por la ferretería, es mínimo, ya que al tener un mercado insatisfecho el que necesita de un servicio de calidad: con una excelente campaña publicitaria y manejo adecuado del mismo, los accionistas tendrán rentabilidad en corto plazo.

RECOMENDACIONES

- Realizar constantemente publicidad y promociones, para incentivar a los usuarios del servicio optar por el ofrecido.
- Analizar constante la competencia, en promociones, calidad, tecnificación, servicios adicionales; para tomar a tiempo las medidas necesarias.
- Estudiar periódicamente el mercado objetivo, para conocer si existen cambios en sus preferencias de uso. Tomando en cuenta las sugerencias de los clientes; con el fin de mejorar, innovar el servicio ofrecido.
- Ofrecer un ambiente laboral, estable para que el personal se fidelice con la empresa y pueda cumplir los objetivos planteados por área; de esta manera evitar la rotación del mismo.
- Efectuar reuniones periódicas entre los jefes de áreas, administradores para detectar oportunamente problemas y resolverlos con antelación.
- Motivar a los accionistas para poner en funcionamiento el proyecto, ya que genera fuentes de empleo, y rentabilidad y beneficios para los accionistas.

BIBLIOGRAFIA

- NARESH K. MALHOTRA, Investigación de Mercados, Editorial Pearson Educación, Cuarta edición, 2004.
- MICHAEL E. PORTER, La ventaja competitiva de las naciones, Editorial, Primera edición, 1991.
- MARKIDES CONSTANTINOS, En La Estrategia esta el Éxito, Editorial Norma, 2002
- BATEMAN Y SNELL, Administración una ventaja competitiva, Editorial Mc Graw Hill, Cuarta edición, 2001.
- CÁMARA DE COMERCIO DE SANTO DOMINGO: Revistas mensuales, 2008.
- CIMIENTOS SD, Revistas mensuales de la Cámara de la Construcción de Santo Domingo, 2008.
- GALINDO EDWIN, Estadística Métodos y Aplicaciones, Prociencia Editores, Octubre 2006.
- BREALEY Y MYERS, Principios de Finanzas Corporativas, Editorial Mc Graw Hill, séptima edición, 2003.

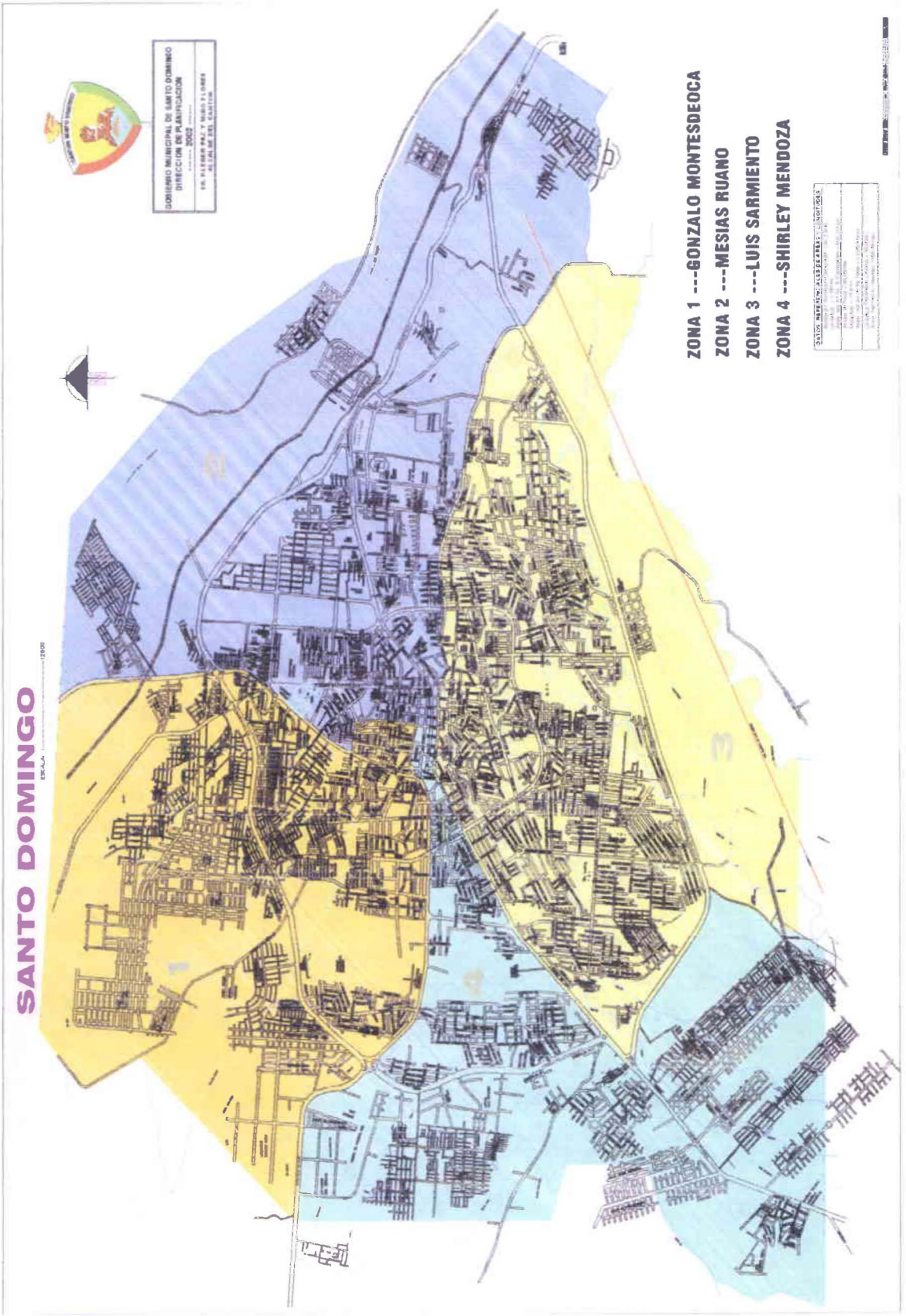
FUENTES ELECTRÓNICAS

- www.inec.gov.ec
- www.elfinanciero.com
- www.bce.fin.ec
- www.ccq.ec
- www.boomberg.com

ANEXOS



ANEXO A 1
CUATRO SECTORES DE SANTO DOMINGO



ANEXO B 1
DATOS DE LAS ENTREVISTAS CON LOS EXPERTOS

Datos de los expertos a quienes se realizaron las Entrevistas:

	Nombre	Cargo	Teléfono
1	Diego Rivadeneira	Ingeniero Constructor, Constructora Arama	
2	Manuel Granda	Arquitecto Constructor	O94597297
3	Luís Bravo	Arquitecto Constructor	O89215939
4	Guido Quezada	Gerente Propietario COIMPREC, Constructora Quezada	O99460776
5	Edgar Quezada	Ingeniero, Alquila maquinaria y quipo para construcción	O94095623
6	Carlos Calderón	Arquitecto Constructor	2751871
7	Rodrigo Trujillo	Arquitecto Constructor	2753207
8	Gonzalo Quezada	Arquitecto, Alquila maquinaria y quipo para construcción	O97121904
9	Franklin Guzmán	Ingeniero Constructor	O99652818
10	Luís Cuadrado	Arquitecto Constructor	2759368

ANEXO B 2
FORMATO DE LAS ENTREVISTAS CON EXPERTOS

FORMATO DE LAS ENTREVISTAS

CONSTRUCTORAS EN LA CIUDAD DE QUITO

1. ¿Cree usted que el sector de la construcción ha incrementado en los últimos años? Por que?
2. ¿En su opinión cual cree que será la proyección del sector construcción en los próximos años?
3. ¿Dentro del sector de la construcción cuales cree usted que son los servicios que se pueden prestar?
4. ¿Son estos servicios satisfechos de manera adecuada?
5. ¿Cree usted importante que dentro de los servicios que presta una ferretería este el alquiler de maquinaria y equipo para la construcción?
6. ¿Con que maquinaria y equipo cree usted que son con los que se debería contar?
7. ¿De acuerdo al precio demanda cree usted que satisfacen las necesidades de la empresa?

PERSONAS PARTICULARES O CONSTRUCTORAS QUE PRESTAN EL SERVICIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO

1. ¿Dentro de los servicios que se pueden prestar para el sector de la construcción, que tipo de servicio presta usted?
2. ¿A qué amenazas cree usted que se enfrenta su negocio?
3. ¿Cuáles cree usted que son sus principales competidores?
4. ¿Cuál cree usted que es el elemento diferenciador frente a su competencia?
5. Hablando de maquinaria y equipo para la construcción, ¿qué aspectos cree usted que buscan los clientes para decidir el lugar donde alquilar?
6. ¿Cree usted, qué la demanda de maquinaria y equipo para la construcción, ha incrementado en los últimos años?
7. ¿Cuáles cree usted que son los factores para dicho comportamiento?
8. ¿Con qué tipo de maquinaria y equipo para la construcción, usted cuenta?
9. ¿Qué maquinaria y equipo cree usted que es necesaria y con la cual no cuenta?
10. ¿En qué factores se basa usted para determinar los precios de alquiler por hora de dicha maquinaria?
11. ¿Qué cree usted que busca el cliente en relación al servicio? Variedad de maquinaria, calidad de la maquinaria, precio de la maquinaria, facilidad y agilidad para adquirir la maquinaria y equipo?
12. ¿Qué tan importante cree usted que es hacer publicidad para promocionar este servicio? ¿Por qué?

PERSONAS QUIENES CONTRATAN EL SERVICIO EN LA CIUDAD DE SANTO DOMINGO, PROVINCIA TSÁCHILA

1. ¿Cómo cree usted que ha evolucionado la construcción en Santo Domingo de los Tsáchilas? ¿Y cuáles cree usted que son los factores que han incidido para esto?
 2. ¿Dentro de los servicios que se puede prestar para la construcción cuáles cree usted que son los mas demandados por los constructores de la ciudad de Santo Domingo?
 3. ¿Cree usted que en el proceso de la construcción se utilizan los equipos y las herramientas adecuadas para facilitar el trabajo de construcción?
 4. ¿Qué opina sobre el servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción dentro de Santo Domingo de los Tsáchilas? ¿Satisface o no la demanda existente?
 5. ¿Qué maquinaria y equipo, en su opinión es la más requerida para el desarrollo de su trabajo?
 6. ¿Al momento de elegir el lugar dónde alquilar esta maquinaria y equipo, que lugares visita?
 7. ¿Qué busca usted al momento de alquilar maquinaria y equipo?
 8. ¿Bajo qué términos usted contrata esta maquinaria y equipo?
 9. Si al momento de contratar dicha maquinaria, se le ofrece que el contrato pueda ser por horas, por días, por metros cúbicos o porcentaje de obra, usted lo utilizaría, ¿Cuál de ellos preferiría?
 10. ¿Qué opina sobre el servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción dentro de Santo Domingo de los Tsáchilas? ¿Satisface o no la demanda existente?
- ¿Cuál sería su recomendación para la implementación de este servicio?

ANEXO B 3
FORMATO DE LAS ENCUESTAS

FORMATO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA

Esta encuesta tiene fines académicos por lo cual su opinión es muy valiosa, se le agradece su colaboración.

1. **Usted alquila maquinaria y equipo para la construcción?**

- Si
 No

En caso de que su respuesta sea negativa, le agradecemos por su colaboración, caso contrario por favor continuar con la siguiente pregunta.

2. **¿Dentro de los servicios que presta una ferretería, qué otros servicios le gustaría encontrar?**

- Servicios de Instalación Eléctrica, agua potable y aguas servidas
 Servicio de Instalación de cerámica
 Servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción
 Proveer de mano de obra calificada para trabajos de albañilería
 Otros _____

3. **¿Cuándo usted necesita alquilar maquinaria y equipos para la construcción, que lugares visita?**

- Constructoras que presten este servicio
 Personas particulares que presten este servicio
 Ferreterías que presten el servicio

4. **¿Si una ferretería le ofrece el servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción, usted lo utilizaría?**

- Si
 No

En caso de que su respuesta sea negativa, le agradecemos por su colaboración, caso contrario por favor continuar con la siguiente pregunta.

5. **Cree usted conveniente que el alquiler de maquinaria y equipo para la construcción se deba encontrar :**

- Dentro de las instalaciones de la ferretería
 Local adicional de la ferretería

En el caso de que su respuesta sea dentro de las instalaciones, pase a la pregunta 10; caso contrario continúe con la siguiente pregunta

6. **¿Estaría usted dispuesto a visitar un local adicional de la ferretería, donde se encuentre esta maquinaria y equipo para la construcción?**

- Si
 No

7. **¿En qué lugar le parecería mas factible encontrar este nuevo local?**

- Centro de la ciudad (Calle Guayaquil)
 Via Quevedo
 Via Esmeraldas
 Via Quito
 Via Chone

8. **¿Cree usted que debería estar ubicado, junto al local donde se distribuye como productos principales hierro y cemento?**

- Si
 No

9. **¿Cree usted que dentro de este servicio es necesario contar con asesoramiento técnico y profesional para el uso de la maquinaria y equipo?**

- Si
 No

10. **¿Con qué tipo de maquinaria le gustaría que se cuente?**

- Rotomartillo
 Vibrador
 Concretera
 Encofrado
 Andamios
 Elevador
 Compactador
 Otros _____

11. **¿Con qué frecuencia usted utiliza una concretera?**

- Ocasionalmente
 1 vez a la semana
 1 vez al mes
 Más de dos veces al mes

12. ¿Con qué frecuencia usted utiliza un vibrador?

- Ocasionalmente
 1 vez a la semana
 1 vez al mes
 Más de dos veces al mes

13. ¿Con qué frecuencia usted utiliza un rotomartillo?

- Ocasionalmente
 1 vez a la semana
 1 vez al mes
 Más de dos veces al mes

14. ¿Con qué frecuencia usted utiliza un elevador?

- Ocasionalmente
 1 vez a la semana
 1 vez al mes
 Más de dos veces al mes

15. ¿Con qué frecuencia usted utiliza un compactador?

- Ocasionalmente
 1 vez a la semana
 1 vez al mes
 Más de dos veces al mes

16. ¿Con qué frecuencia usted utiliza andamios?

- Ocasionalmente
 1 vez a la semana
 1 vez al mes
 Más de dos veces al mes

17. ¿Con qué frecuencia usted utiliza encofrado?

- Ocasionalmente
 1 vez a la semana
 1 vez al mes
 Más de dos veces al mes

18. Le parece adecuado pagar por día de alquiler de un:

	\$(dólares) entre:	Si	No
Vibrador	39 - 41	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Elevador	39 - 41	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Rotomartillo	29 - 31	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Compactador	29 - 31	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concretera	49 - 51	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
El par de andamios	2,90 - 3,10	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

19. Le parece adecuado pagar por mes el alquiler de

Un metro de encofrado entre: \$2,90 - 3.10 Si No

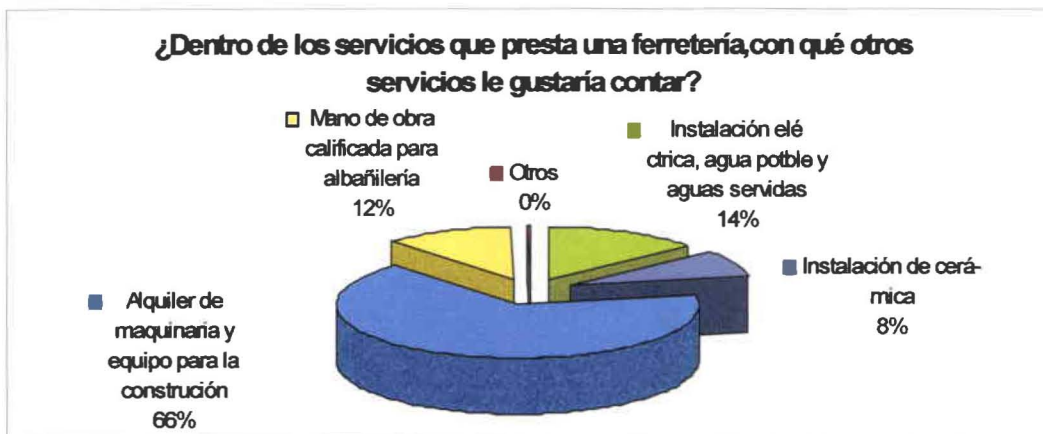
20. ¿Le gustaría contar con servicio de transporte para este tipo de maquinaria y equipo?

- Si
 No

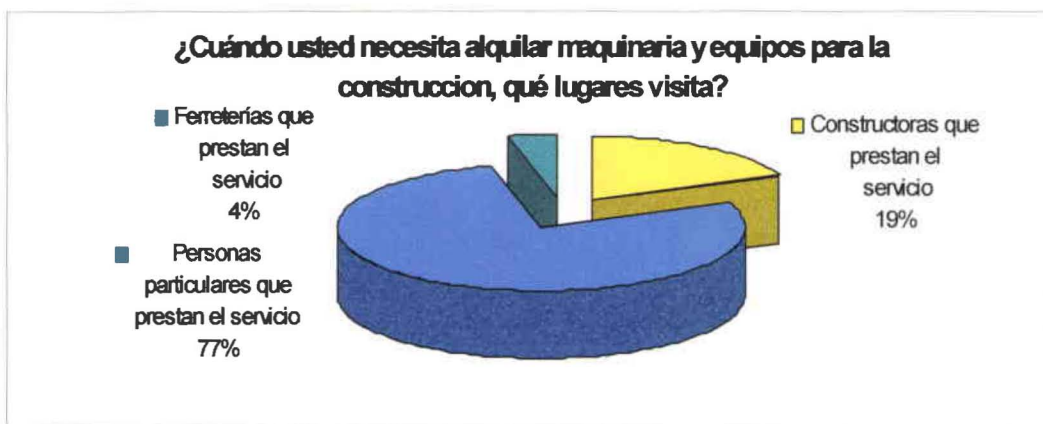
Agradezco su gentil colaboración.

ANEXO B 4
GRÁFICOS DE LOS RESULTADOS DE LAS ENCUESTAS

Aceptación del servicio de alquiler de maquinaria y equipo para la construcción dentro de los servicios que presta una ferretería



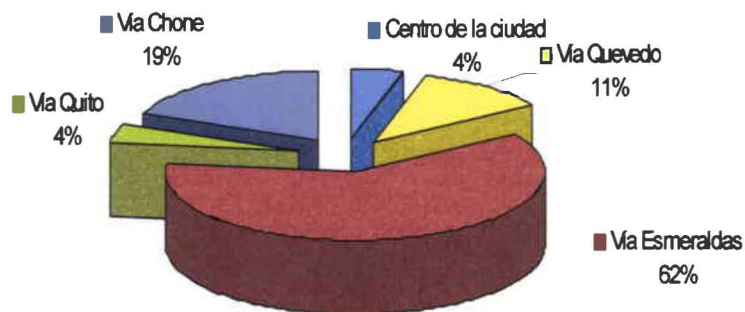
Análisis de la Competencia



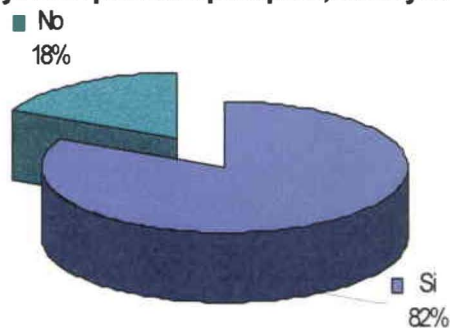
Ubicación del lugar donde se prestar el servicio



¿En qué lugar le parecería más factible encontrar este local adicional?

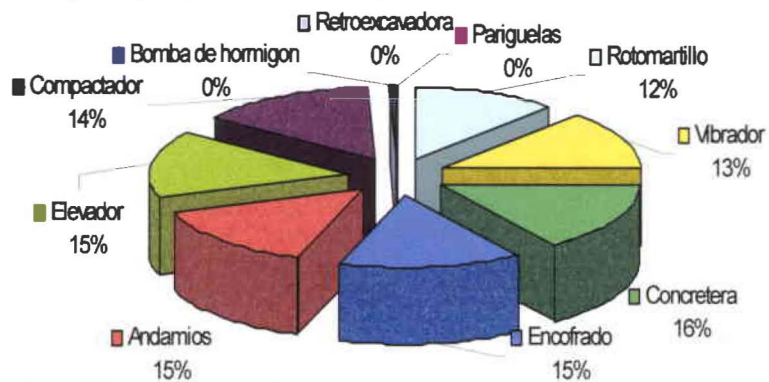


¿Cree usted, que este local adicional, deba estar ubicado junto a un local dónde se distribuya como productos principales, hierro y cemento?

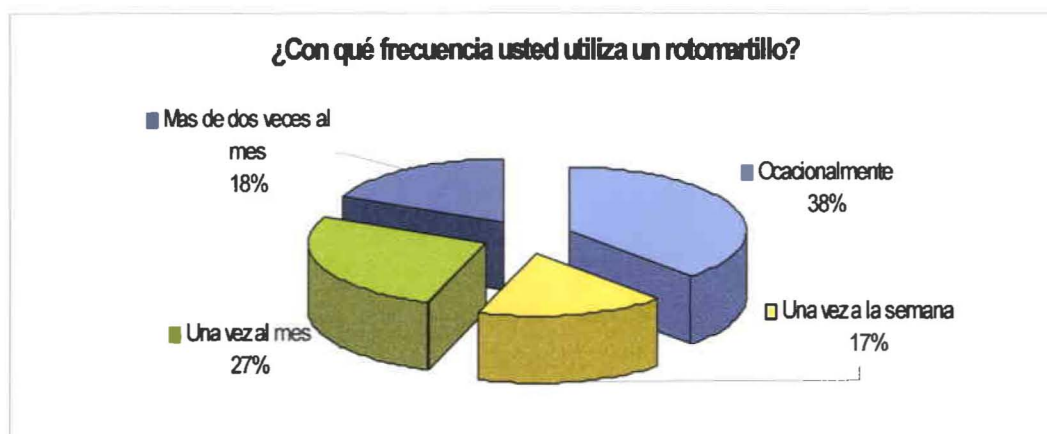
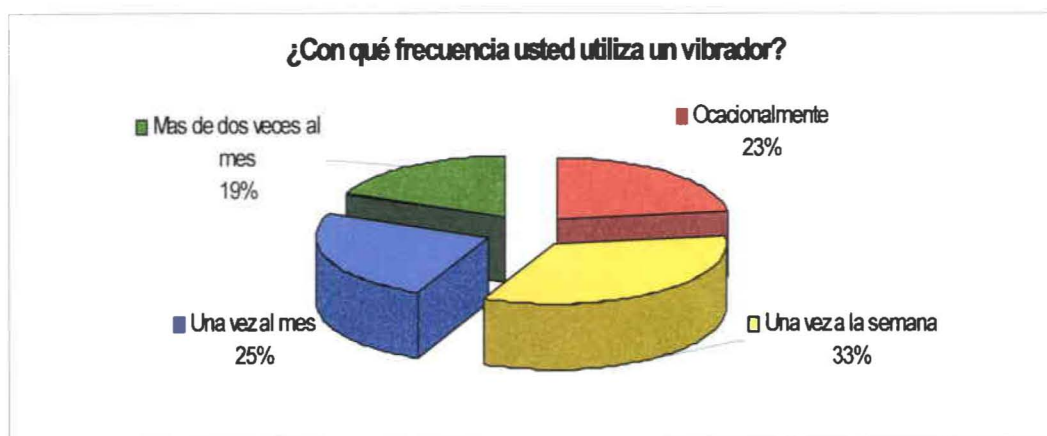
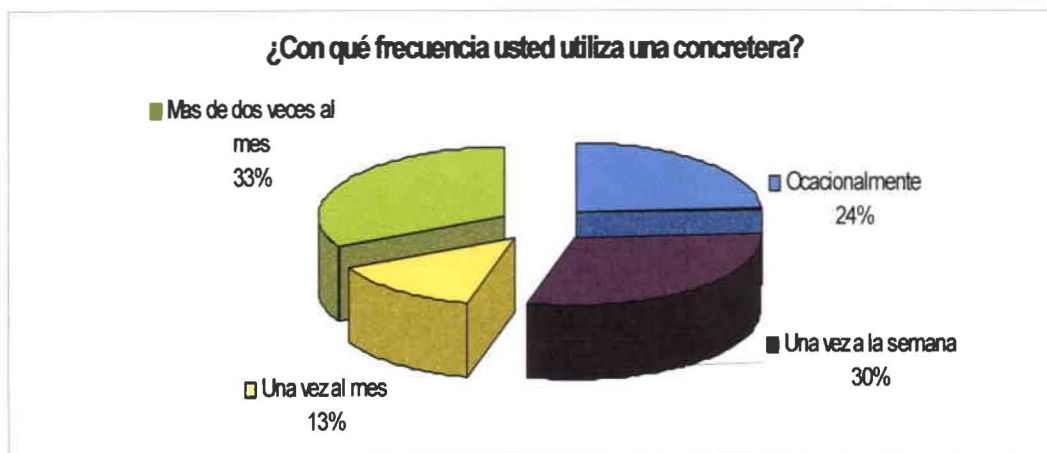


Variedad de la maquinaria

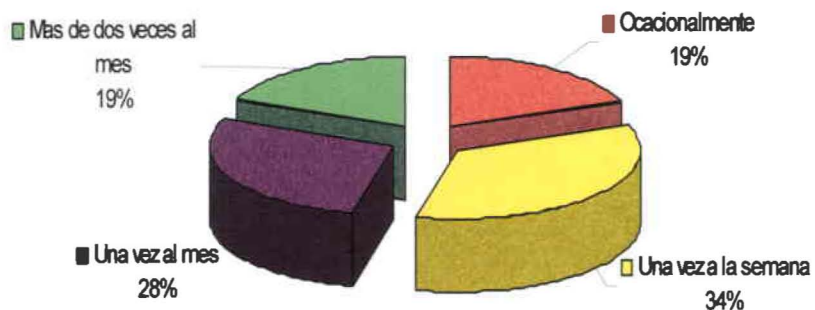
¿Con qué tipo de maquinaria y equipo le gustaría que se cuente?



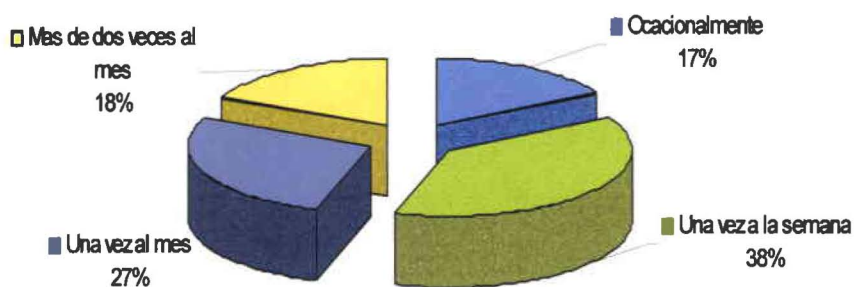
Frecuencia de uso



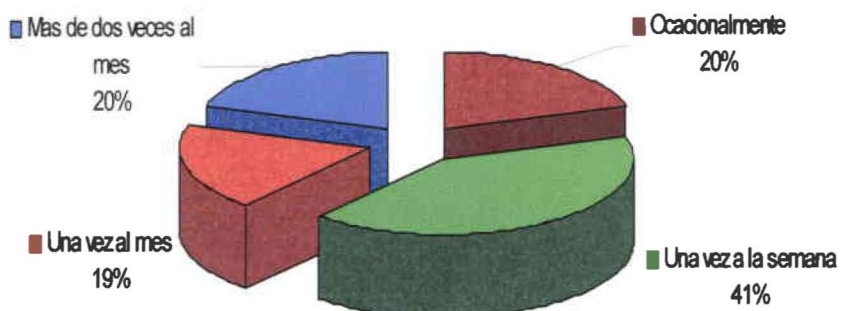
¿Con qué frecuencia usted utiliza un elevador?



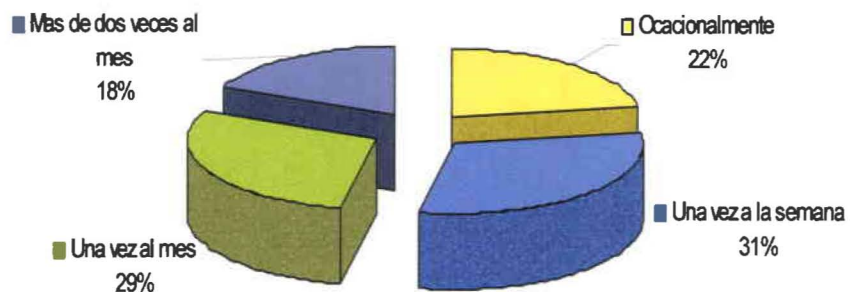
¿Con qué frecuencia usted utiliza un compactador?



¿Con qué frecuencia usted utiliza andamios?

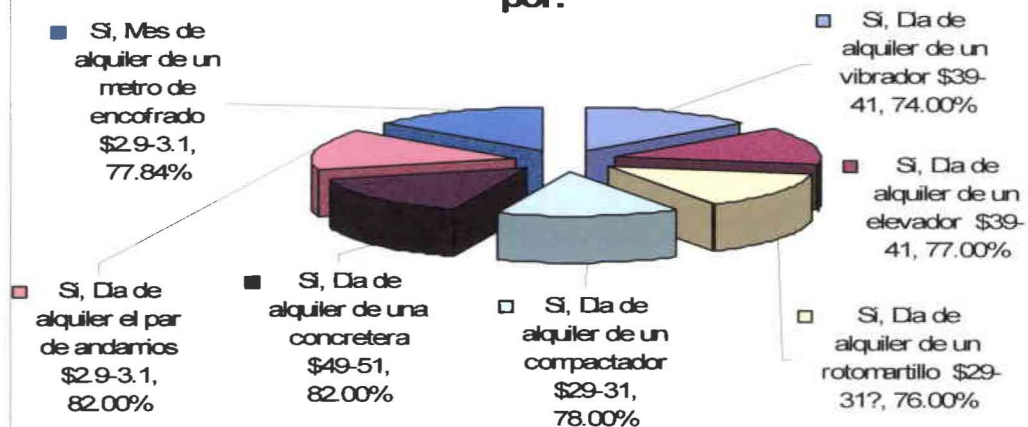


¿Con qué frecuencia usted utiliza encofrado metálico?



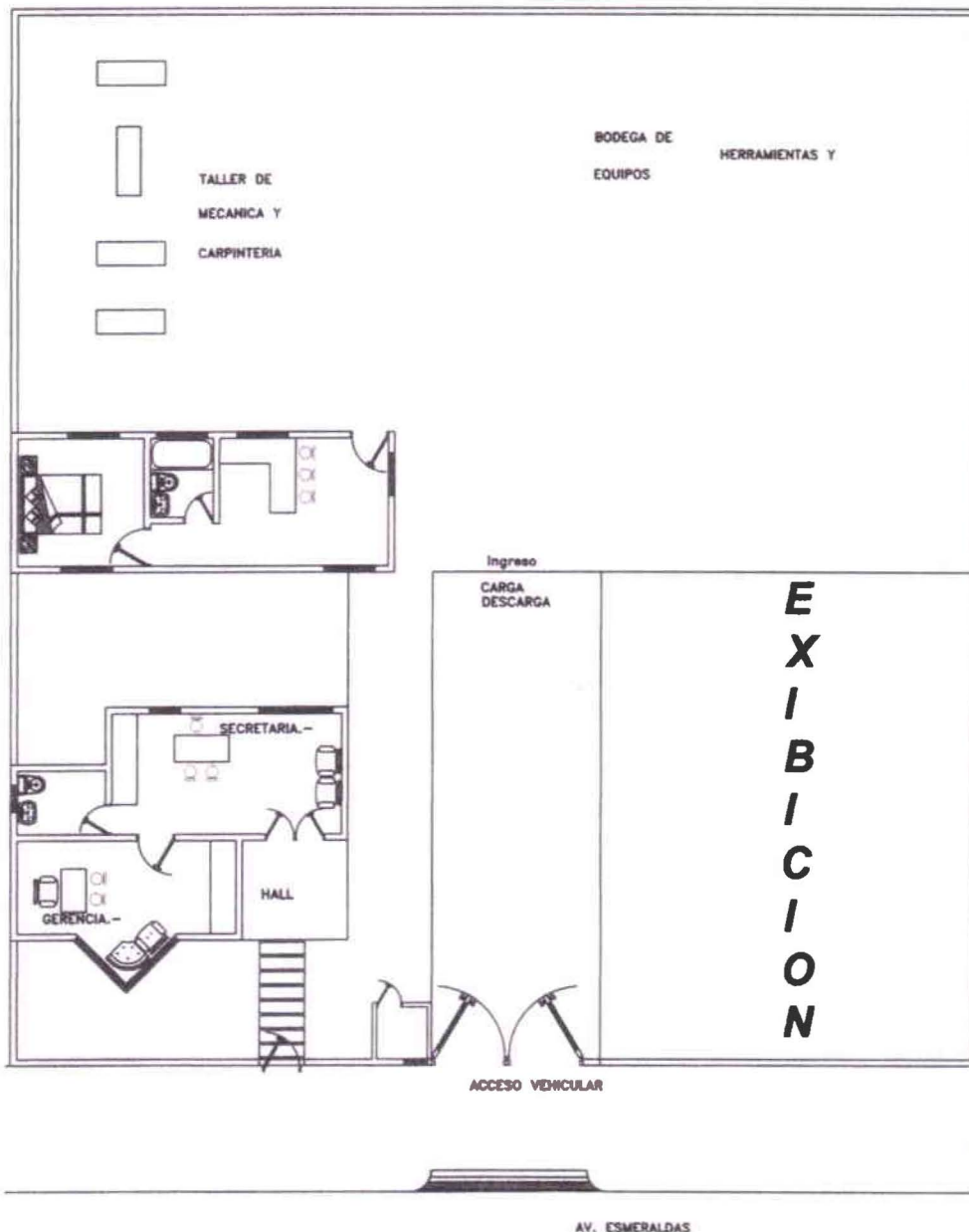
Precio

Precio de Alquiler: Le parecería adecuado pagar por:



ANEXO C 1
PLANO DE LAS INSTALACIONES DEL NUEVO LOCAL

**PLANO DONDE FUNCIONARA LAS INSTALACIONES DE
ALQUILER DE EQUIPOS Y MAQUINARIA DE CONSTRUCCION
ANEXA A ZURIMPORT CIA. LTDA.**



ANEXO C 2
PUBLICIDAD VOLANTES



Pone a su disposición el nuevo servicio de alquiler de maquinaria y equipo de construcción



Dónde encontrarás:

Variedad y Calidad de Maquinaria y Equipo de Construcción

Atención Personalizada

Asesoramiento Técnico

Transporte

Comodidad de Pago

Visítanos en nuestro nuevo local

Avenida Esmeraldas 007 Urb. Vega, junto a la Sucursal 2

O en nuestra pagina Web: www.zurimport.com

ANEXO C 3
PROYECCIÓN DE VENTAS

Escenario Probable

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Ventas

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
Encofrado Metálico						
Metros		15,400.00	22,000.00	22,000.00	22,000.00	22,000.00
Precio de alquiler por metros		2.90	2.90	2.90	2.90	2.90
Total de Encofrado		44,660.00	63,800.00	63,800.00	63,800.00	63,800.00
Concretera						
Unidad		420.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Precio por unidad		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00
Total Concretera		21,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00	30,000.00
Compactador						
Unidad		28.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Precio por unidad		30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Total Compactador		840.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00	1,200.00
Elevador						
Unidad		28.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Precio por unidad		40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Total Elevador		1,120.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00	1,600.00
Vibrador						
Unidad		49.00	70.00	70.00	70.00	70.00
Precio por unidad		40.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Total Vibrador		1,960.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00	2,800.00
Rotomartillo						
Unidad		42.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Precio por unidad		30.00	30.00	30.00	30.00	30.00
Total Rotomartillo		1,260.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00	1,800.00
Andamios						
Par de unidades		126.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Precio por par		3.00	3.00	3.00	3.00	3.00
Total Andamios		378.00	540.00	540.00	540.00	540.00
TOTAL DE VENTAS PROYECTADAS		71,218.00	101,740.00	101,740.00	101,740.00	101,740.00

ANEXO C 4
PRIMER ESCENARIO: VENTAS EFECTIVAS INFERIORES A LAS
PROYECTADAS

Escenario Pésimo

Proyecto
CuadroZURIMPORT
Ventas

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1	2	3	4	5
		60%	70%	80%	80%	90%
Encofrado Metálico						
Metros		13,200.00	15,400.00	17,600.00	17,600.00	19,800.00
Precio de alquiler por metros		2.61	2.61	2.61	2.61	2.61
Total de Encofrado		34,452.00	40,194.00	45,936.00	45,936.00	51,678.00
Concretera						
Unidad		360.00	420.00	480.00	480.00	540.00
Precio por unidad		45.00	45.00	45.00	45.00	45.00
Total Concretera		16,200.00	18,900.00	21,600.00	21,600.00	24,300.00
Compactador						
Unidad		24.00	28.00	32.00	32.00	36.00
Precio por unidad		27.00	27.00	27.00	27.00	27.00
Total Compactador		648.00	756.00	864.00	864.00	972.00
Elevador						
Unidad		24.00	28.00	32.00	32.00	36.00
Precio por unidad		36.00	36.00	36.00	36.00	36.00
Total Elevador		864.00	1,008.00	1,152.00	1,152.00	1,296.00
Vibrador						
Unidad		42.00	49.00	56.00	56.00	63.00
Precio por unidad		36.00	36.00	36.00	36.00	36.00
Total Vibrador		1,512.00	1,764.00	2,016.00	2,016.00	2,268.00
Rotomartillo						
Unidad		36.00	42.00	48.00	48.00	54.00
Precio por unidad		27.00	27.00	27.00	27.00	27.00
Total Rotomartillo		972.00	1,134.00	1,296.00	1,296.00	1,458.00
Andamios						
Par de unidades		108.00	126.00	144.00	144.00	162.00
Precio por par		2.70	2.70	2.70	2.70	2.70
Total Andamios		291.60	340.20	388.80	388.80	437.40
TOTAL DE VENTAS PROYECTADAS		54,939.60	64,096.20	73,252.80	73,252.80	82,409.40

ANEXO C 5
SEGUNDO ESCENARIO: VENTAS EFECTIVAS SUPERIORES A LAS
PROYECTADAS

Escenario Óptimo

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Ventas

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
Encofrado Metálico						
Metros		15,400.00	22,000.00	22,000.00	22,000.00	22,000.00
Precio de alquiler por metros		3.19	3.19	3.19	3.19	3.19
Total de Encofrado		49,126.00	70,180.00	70,180.00	70,180.00	70,180.00
Concretera						
Unidad		420.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Precio por unidad		55.00	55.00	55.00	55.00	55.00
Total Concretera		23,100.00	33,000.00	33,000.00	33,000.00	33,000.00
Compactador						
Unidad		28.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Precio por unidad		33.00	33.00	33.00	33.00	33.00
Total Compactador		924.00	1,320.00	1,320.00	1,320.00	1,320.00
Elevador						
Unidad		28.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Precio por unidad		44.00	44.00	44.00	44.00	44.00
Total Elevador		1,232.00	1,760.00	1,760.00	1,760.00	1,760.00
Vibrador						
Unidad		49.00	70.00	70.00	70.00	70.00
Precio por unidad		44.00	44.00	44.00	44.00	44.00
Total Vibrador		2,156.00	3,080.00	3,080.00	3,080.00	3,080.00
Rotomartillo						
Unidad		42.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Precio por unidad		33.00	33.00	33.00	33.00	33.00
Total Rotomartillo		1,386.00	1,980.00	1,980.00	1,980.00	1,980.00
Andamios						
Par de unidades		126.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Precio por par		3.30	3.30	3.30	3.30	3.30
Total Andamios		415.80	594.00	594.00	594.00	594.00
TOTAL DE VENTAS PROYECTADAS		78,339.80	111,914.00	111,914.00	111,914.00	111,914.00

ANEXO D 1
COSTO DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

Costo de la Materia Prima e Insumos

Materia prima e Insumos	Unidad de medida	Cant.	P. Unitario	P. Total
Grasas libras	Libras	248	1.00	248.00
Aceites litros	Litros	24	15.00	360.00
Pintura galones	Galones	18	12.80	230.40
Gasolina galones	Galones	2000	1.48	2960.00
			TOTAL	3798.40
Repuestos	Unidades	7	485.71	3400.00
			TOTAL	3400.00

ANEXO D 2
APORTE DE MATERIA PRIMA E INSUMOS POR MAQUINARIA Y EQUIPO

Aporte de la materia prima para cada una de la maquinaria y equipo de construcción.

Maquinaria y Equipo	Grasas	Gasolina	Pintura	Aceites	APORTE	Costo Materia Prima
Encofrado Metálico	30	5.5	40	14	22%	860.54
Concreteira	34	50	25	25	34%	1288.41
Compactador	4	10	10	15	10%	374.99
Elevador	13	15	10	15	13%	509.60
Rotomartillo	4	13	5	15	9%	355.76
Andamios	3	0.5	5	1	2%	91.34
Vibrador	12	6	5	15	10%	365.37
TOTAL	100	100	100	100	100%	3846.00

Aporte de los insumos para cada una de la maquinaria y equipo de construcción.

Insumo	APORTE	Costo Insumos
Encofrado Metálico	15%	510
Concreteira	40%	1360
Compactador	10%	340
Elevador	10%	340
Rotomartillo	10%	340
Andamios	5%	170
Vibrador	10%	340
TOTAL	100%	3400

ANEXO D 3
COSTO DE MATERIALES E INSUMOS

Proyecto ZURIMPORT
Cuadro Materiales e Insumos

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
Encofrado Metálico						
Metros		15,400.00	22,000.00	22,000.00	22,000.00	22,000.00
Costo de alquiler por metros		0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
Total de Encofrado		594.92	849.89	849.89	849.89	849.89
Concretera						
Unidad		420.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Costo por unidad		2.12	2.12	2.12	2.12	2.12
Total Concretera		890.72	1,272.46	1,272.46	1,272.46	1,272.46
Compactador						
Unidad		28.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Costo por unidad		9.26	9.26	9.26	9.26	9.26
Total Compactador		259.24	370.34	370.34	370.34	370.34
Elevador						
Unidad		28.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Costos por unidad		12.58	12.58	12.58	12.58	12.58
Total Elevador		352.30	503.29	503.29	503.29	503.29
Vibrador						
Unidad		49.00	70.00	70.00	70.00	70.00
Costos por unidad		5.15	5.15	5.15	5.15	5.15
Total Vibrador		252.59	360.85	360.85	360.85	360.85
Rotomartillo						
Unidad		42.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Costos por unidad		5.86	5.86	5.86	5.86	5.86
Total Rotomartillo		245.95	351.35	351.35	351.35	351.35
Andamios						
Par de unidades		126.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Costos por par		0.50	0.50	0.50	0.50	0.50
Total Andamios		63.15	90.21	90.21	90.21	90.21
TOTAL DE MATERIALES E INSUMOS		2,658.88	3,798.40	3,798.40	3,798.40	3,798.40

ANEXO D 4
NÓMINA DEL PERSONAL

**Nómina del Personal
Primer año del Proyecto**

Cargo	Número de trabajadores	SBU	Total Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal	Vacaciones	TOTAL ANUAL
Técnico Administrador	1	500.0	6000.0	500.0	218.0	62.5	250.0	7030.5
Secretaria	1	218.0	2616.0	218.0	218.0	27.25	109.0	109.0
Guardia	1	218.0	2616.0	218.0	218.0	27.25	109.0	109.0
Operario 1	1	250.0	3000.0	250.0	218.0	31.25	125.0	125.0
Operario 2	1	218.0	2616.0	218.0	218.0	27.25	109.0	109.0
TOTAL	5	1404.0	16848.0	1404.0	1090.0	175.5	702.0	7482.5

ANEXO D5
COSTO DE MANO DE OBRA DIRECTA

Proyecto	ZURIMPORT					
Cuadro	Mano de Obra					
FASE	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
AÑO	0	1	2	3	4	5
Nivel de Producción		70%	100%	100%	100%	100%
Encofrado Metálico						
Metros		15,400.00	22,000.00	22,000.00	22,000.00	22,000.00
Costo de alquiler por metros		0.16	0.16	0.16	0.16	0.16
Total de Encofrado		2,521.49	3,602.13	3,602.13	3,602.13	3,602.13
Concretera						
Unidad		420.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Costo por unidad		0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Total Concretera		10.03	14.33	14.33	14.33	14.33
Compactador						
Unidad		28.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Costo por unidad		0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Total Compactador		0.67	0.96	0.96	0.96	0.96
Elevador						
Unidad		28.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Costos por unidad		0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Total Elevador		0.67	0.96	0.96	0.96	0.96
Vibrador						
Unidad		49.00	70.00	70.00	70.00	70.00
Costos por unidad		0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Total Vibrador		1.17	1.67	1.67	1.67	1.67
Rotomartillo						
Unidad		42.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Costos por unidad		0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Total Rotomartillo		1.00	1.43	1.43	1.43	1.43
Andamios						
Par de unidades		126.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Costos por par		0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Total Andamios		3.01	4.30	4.30	4.30	4.30
TOTAL DE MANO DE OBRA		2,538.04	3,625.78	3,625.78	3,625.78	3,625.78

ANEXO D 6
GASTOS DE FABRICACIÓN

Proyecto	ZURIMPORT					
Cuadro	Gastos de Fabricación					
FASE	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
AÑO	0	1	2	3	4	5
Nivel de Producción		70%	100%	100%	100%	100%
Encofrado Metálico						
Metros		15,400.00	22,000.00	22,000.00	22,000.00	22,000.00
Costo de alquiler por metros		0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
Total de Encofrado		357.00	510.00	510.00	510.00	510.00
Concretera						
Unidad		420.00	600.00	600.00	600.00	600.00
Costo por unidad		2.27	2.27	2.27	2.27	2.27
Total Concretera		952.00	1,360.00	1,360.00	1,360.00	1,360.00
Compactador						
Unidad		28.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Costo por unidad		8.50	8.50	8.50	8.50	8.50
Total Compactador		238.00	340.00	340.00	340.00	340.00
Elevador						
Unidad		28.00	40.00	40.00	40.00	40.00
Costos por unidad		8.50	8.50	8.50	8.50	8.50
Total Elevador		238.00	340.00	340.00	340.00	340.00
Vibrador						
Unidad		49.00	70.00	70.00	70.00	70.00
Costos por unidad		4.86	4.86	4.86	4.86	4.86
Total Vibrador		238.00	340.00	340.00	340.00	340.00
Rotomartillo						
Unidad		42.00	60.00	60.00	60.00	60.00
Costos por unidad		5.67	5.67	5.67	5.67	5.67
Total Rotomartillo		238.00	340.00	340.00	340.00	340.00
Andamios						
Par de unidades		126.00	180.00	180.00	180.00	180.00
Costos por par		0.94	0.94	0.94	0.94	0.94
Total Andamios		119.00	170.00	170.00	170.00	170.00
TOTAL GASTOS DE FABRICACIÓN		2,380.00	3,400.00	3,400.00	3,400.00	3,400.00

ANEXO D 7
SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Saldo de Efectivo Requerido en Caja

FASE
AÑO
Nivel de Producción

	Días de cobertura	Coeficiente de renovación	Inversión	OPERACIÓN				
				0	1	2	3	4
				70%	100%	100%	100%	100%
Mano de Obra	15	24		105.75	151.07	151.07	151.07	151.07
Gastos de Fabricación	15	24		99.17	141.67	141.67	141.67	141.67
Gastos de Administración	15	24		435.33	435.33	435.33	435.33	435.33
Gastos de Publicidad	15	24		25.00	25.00	25.00	25.00	25.00
Gastos Arriendo	30	12		500.00	500.00	500.00	500.00	500.00
TOTAL DE SALDO DE EFECTIVO REQUERIDO EN CAJA				1,165.25	1,253.07	1,253.07	1,253.07	1,253.07

ANEXO D 8
DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS

ANEXO D 9
CAPITAL DE TRABAJO

Escenario Probable

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Saldo de Efectivo Requerido en Caja

FASE AÑO Nivel de Producción	Días de cobertura	Coeficiente de renovación	Inversión	OPERACIÓN				
				0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%
ACTIVO CORRIENTE:								
Saldo de efectivo en Caja				1,165.25	1,253.07	1,253.07	1,253.07	1,253.07
Cuentas por Cobrar	30	12		1,407.08	1,677.69	1,677.69	1,677.69	1,677.69
EXISTENCIAS:								
Materiales e Insumos	15	24		110.79	158.27	158.27	158.27	158.27
TOTAL DE ACTIVO CORREINTE								
Incremento del Activo Corriente				2,683.12	3,089.03	3,089.03	3,089.03	3,089.03
PASIVO CORRIENTE								
Cuentas por Pagar	30	12		221.57	316.53	316.53	316.53	316.53
TOTAL DE PASIVO CORRIENTE								
Incremento de Pasivo Corriente				221.57	316.53	316.53	316.53	316.53
CAPITAL DE TRABAJO								
Incremento de Capital de Trabajo				2,461.55	2,772.50	2,772.50	2,772.50	2,772.50
				2,461.55	310.95	-	-	-

Escenario Pésimo

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Capital de Trabajo

FASE AÑO Nivel de Producción	Días de cobertura	Coeficiente de renovación	Inversión	OPERACIÓN				
				0	1 60%	2 70%	3 80%	4 80%
ACTIVO CORRIENTE:								
Saldo de efectivo en Caja				1,135.98	1,165.25	1,194.53	1,194.53	1,223.80
Cuentas por Cobrar	30	12		1,316.88	1,407.08	1,497.29	1,497.29	1,587.49
EXISTENCIAS:								
Materiales e Insumos	15	24		94.96	110.79	126.61	126.61	142.44
TOTAL DE ACTIVO CORREINTE								
Incremento del Activo Corriente				2,547.82	2,683.12	2,818.42	2,818.42	2,953.73
PASIVO CORRIENTE								
Cuentas por Pagar	30	12		189.92	221.57	253.23	253.23	284.88
TOTAL DE PASIVO CORRIENTE								
Incremento de Pasivo Corriente				189.92	221.57	253.23	253.23	284.88
CAPITAL DE TRABAJO								
Incremento de Capital de Trabajo				2,357.90	2,461.55	2,565.20	2,565.20	2,668.85
Incremento de Capital de Trabajo								
				2,357.90	103.65	103.65	-	103.65

ANEXO D 10
INVERSIONES TOTALES

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Inversiones Totales

FASE

AÑO

Nivel de Producción

INVERSIÓN	OPERACIÓN				
0	1	2	3	4	5
	70%	100%	100%	100%	100%

Terrenos	0					
Equipos de Computo	1320				1,320.00	
Equipo de oficina	500					
Muebles y Enseres	830					
Encofrado Metálico	63158.52					
Concretera	6348					
Compactador	1670					
Elevador	2524					
Vibrador	2559.5					
Rotomartillo	2690					
Andamios	7400.8					
Herramientas	1000					
TOTAL DE INVERSIÓN	90000.82	0	0	0	1320	0
Gastos Preoperativos						
Amortización de Gastos preoperativos	10960.2					
Total de gastos preoperativos	10960.2	0	0	0	0	0
Subtotal	100961.02	0	0	0	1320	0
Incremento del Capital de Trabajo		2,461.55	310.95	-	-	-
INVERSIONES TOTALES	100961.02	2461.55	310.95	0.00	1320.00	0.00

ANEXO D 11
FLUJO DE EFECTIVO NETO

Escenario Probable sin Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Flujo de Efectivo Neto

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
Entradas de Efectivo:						
Préstamo	0	0	0	0	0	0
Ventas		71,218.00	101,740.00	101,740.00	101,740.00	101,740.00
Otros Ingresos		-	-	-	-	-
Valor Remanente						47,552.91
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	0	71218	101740.00	101740.00	101740.00	149292.91
Salidas de Efectivo:						
Inversiones Totales	100961.02	2461.55	310.95	0.00	1320.00	0.00
Costo de operación neto		24624.92	27872.18	27872.18	27872.18	27872.18
Costo de financiación		0.00	0.00	0.00		
Pago de Prestamos		0.00	0.00	0.00		
Participación laboral		5263.94	9355.16	9355.16	9355.16	9355.16
Impuestos		7457.25	13253.14	13253.14	13253.14	13253.14
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	100961.02	39807.6686	50791.415	50480.46838	51800.46838	50480.46838
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-100961.0	31410.3	50948.6	51259.5	49939.5	98812.4

Costo de Oportunidad

16.43%

VAN

\$69,437.58

Se Justifica Financieramente

TIR

38.76%

Se Justifica Financieramente

BENEFICIO COSTO

1.69

Se Justifica Financieramente

Escenario Probable con Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Flujo de Efectivo Neto

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1	2	3	4	5
		70%	100%	100%	100%	100%
Entradas de Efectivo:						
Préstamo	30000	21448.3759	11522.0397	-3.2742E-11	-3.2742E-11	-3.2742E-11
Ventas		71,218.00	101,740.00	101,740.00	101,740.00	101,740.00
Otros Ingresos		-	-	-	-	-
Valor Remanente						47,552.91
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	30000	92666.3759	113262.04	101740.00	101740.00	149292.91
Salidas de Efectivo:						
Inversiones Totales	100961.02	2461.55	310.95	0.00	1320.00	0.00
Costo de operación neto		24624.92	27872.18	27872.18	27872.18	27872.18
Costo de financiación		3927.89	2553.18	957.48		
Pago de Prestamos		8551.62	9926.34	11522.04		
Participación laboral		4674.76	8972.18	9211.53	9355.16	9355.16
Impuestos		6622.58	12710.59	13049.67	13253.14	13253.14
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	100961.02	50863.3252	62345.4048	62612.90065	51800.46838	50480.46838
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-70961.0	41803.1	50916.6	39127.1	49939.5	98812.4

Costo de Oportunidad

18.47%

VAN

\$91,828.13

Se Justifica Financieramente

TIR

61.57%

Se Justifica Financieramente

BENEFICIO COSTO

2.29

Se Justifica Financieramente

Escenario Pésimo Sin Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Flujo de Efectivo Neto

FASE

AÑO

Nivel de Producción

INVERSIÓN	OPERACIÓN				
0	1	2	3	4	5
	60%	70%	80%	80%	90%

Entradas de Efectivo:						
Préstamo	0	0	0	0	0	0
Ventas		54,939.60	64,096.20	73,252.80	73,252.80	82,409.40
Otros Ingresos		-	-	-	-	-
Valor Remanente						47,449.26
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	0	54939.6	64096.20	73252.80	73252.80	129858.66

Salidas de Efectivo:						
Inversiones Totales	100961.02	2357.90	103.65	103.65	1320.00	103.65
Costo de operación neto		23542.51	24624.92	25707.34	25707.34	26789.76
Costo de financiación		0.00	0.00	0.00		
Pago de Prestamos		0.00	0.00	0.00		
Participación laboral		2984.55	4195.67	5406.80	5406.80	6617.93
Impuestos		4228.11	5943.87	7659.63	7659.63	9375.40
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	100961.02	33113.0584	34868.116	38877.42473	40093.77586	42886.73349

FLUJO DE EFECTIVO NETO	-100961.0	21826.5	29228.1	34375.4	33159.0	86971.9
-------------------------------	------------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

Costo de Oportunidad

16.43%

VAN

\$19,820.13

Se Justifica Financieramente

TIR

22.98%

Se Justifica Financieramente

BENEFICIO COSTO

1.20

Se Justifica Financieramente

Escenario Pésimo con Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Flujo de Efectivo Neto

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN		OPERACIÓN			
	0	1 60%	2 70%	3 80%	4 80%	5 90%
Entradas de Efectivo:						
Préstamo	30000	21724.4141	11829.9733	-3.5288E-10	-3.5288E-10	-3.5288E-10
Ventas		54,939.60	64,096.20	73,252.80	73,252.80	82,409.40
Otros Ingresos		-	-	-	-	-
Valor Remanente						47,449.26
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	30000	76664.0141	75926.17	73252.80	73252.80	129858.66
Salidas de Efectivo:						
Inversiones Totales	100961.02	2357.90	103.65	103.65	1320.00	103.65
Costo de operación neto		23542.51	24624.92	25707.34	25707.34	26789.76
Costo de financiación		4739.28	3120.42	1184.89		
Pago de Prestamos		8275.59	9894.44	11829.97		
Participación laboral		2273.65	3727.61	5229.07	5406.80	6617.93
Impuestos		3221.01	5280.78	7407.85	7659.63	9375.40
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	100961.02	44409.9331	46751.8256	51462.76482	40093.77586	42886.73349
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-70961.0	32254.1	29174.3	21790.0	33159.0	86971.9

Costo de Oportunidad
VAN
TIR
BENEFICIO COSTO

18.47%
\$44,257.37
39.79%
1.62

Se Justifica Financieramente
Se Justifica Financieramente
Se Justifica Financieramente

Escenario Óptimo sin Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Flujo de Efectivo Neto

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN		OPERACIÓN			
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
Entradas de Efectivo:						
Préstamo	0	0	0	0	0	0
Ventas		78,339.80	111,914.00	111,914.00	111,914.00	111,914.00
Otros Ingresos		-	-	-	-	-
Valor Remanente						47,552.91
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	0	78339.8	111914.00	111914.00	111914.00	159466.91
Salidas de Efectivo:						
Inversiones Totales	100961.02	2461.55	310.95	0.00	1320.00	0.00
Costo de operación neto		24624.92	27872.18	27872.18	27872.18	27872.18
Costo de financiación		0.00	0.00	0.00		
Pago de Prestamos		0.00	0.00	0.00		
Participación laboral		6332.21	10881.26	10881.26	10881.26	10881.26
Impuestos		8970.64	15415.11	15415.11	15415.11	15415.11
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	100961.02	42389.3211	54479.49	54168.54338	55488.54338	54168.54338
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-100961.0	35950.5	57434.5	57745.5	56425.5	105298.4

Costo de Oportunidad
VAN
TIR
BENEFICIO COSTO

16.43%
\$88,791.92
44.62%
1.88

Se Justifica Financieramente
Se Justifica Financieramente
Se Justifica Financieramente

Escenario Óptimo con Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Flujo de Efectivo Neto

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN		OPERACIÓN			
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
Entradas de Efectivo:						
Préstamo	30000	21167.5334	11214.8889	4.00178E-11	4.00178E-11	4.00178E-11
Ventas		78,339.80	111,914.00	111,914.00	111,914.00	111,914.00
Otros Ingresos		-	-	-	-	-
Valor Remanente						47,552.91
TOTAL DE ENTRADAS DE EFECTIVO	30000	99507.3334	123128.89	111914.00	111914.00	159466.91
Salidas de Efectivo:						
Inversiones Totales	100961.02	2461.55	310.95	0.00	1320.00	0.00
Costo de operación neto		24624.92	27872.18	27872.18	27872.18	27872.18
Costo de financiación		3124.68	2004.51	742.26		
Pago de Prestamos		8832.47	9952.64	11214.89		
Participación laboral		5863.51	10580.58	10769.92	10881.26	10881.26
Impuestos		8306.64	14989.15	15257.38	15415.11	15415.11
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE SALIDAS DE EFECTIVO	100961.02	53213.7743	65710.0077	65856.62471	55488.54338	54168.54338
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-70961.0	46293.6	57418.9	46057.4	56425.5	105298.4

Costo de Oportunidad
VAN
TIR
BENEFICIO COSTO

18.47%
\$110,491.22
69.67%
2.56

Se Justifica Financieramente
Se Justifica Financieramente
Se Justifica Financieramente

ANEXO D 12
BALANCE GENERAL

Proyecto
Cuadro

Escenario Probable sin Apalancamiento
ZURIMPORT
Balance General

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
ACTIVOS CORRIENTES:						
Efectivo en Caja		35037.13	86384.49	137644.02	187583.55	238843.08
Cuentas por cobrar		1,407.08	1,677.69	1,677.69	1,677.69	1,677.69
Inventario de materiales e insumos		110.79	158.27	158.27	158.27	158.27
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES		36,555.00	88,220.44	139,479.97	189,419.50	240,679.04
ACTIVOS FIJOS NETOS:						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Equipos de Computo	1320	880.00	440.00	0.00	880.00	440.00
Equipo de oficina	500	450.00	400.00	350.00	300.00	250.00
Muebles y Enseres	830	747.00	664.00	581.00	498.00	415.00
Encofrado Metálico	63158.52	56842.67	50526.82	44210.96	37895.11	31579.26
Concreteira	6348	5713.20	5078.40	4443.60	3808.80	3174.00
Compactador	1670	1503.00	1336.00	1169.00	1002.00	835.00
Elevador	2524	2271.60	2019.20	1766.80	1514.40	1262.00
Vibrador	2559.5	2303.55	2047.60	1791.65	1535.70	1279.75
Rotomartillo	2690	2421.00	2152.00	1883.00	1614.00	1345.00
Andamios	7400.8	6660.72	5920.64	5180.56	4440.48	3700.40
Herramientas	1000	900.00	800.00	700.00	600.00	500.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS NETOS	90000.82	80692.738	71384.656	62076.574	54088.492	44780.41
ACTIVOS NO CORRIENTES:						
Diferidos	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS	100961.02	126015.90	166181.22	205940.63	245700.04	285459.45
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES:						
Cuentas por Pagar		221.57	316.53	316.53	316.53	316.53
Prestamos por Pagar	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE PASIVO CORRIENTE	0	221.573333	316.533333	316.533333	316.533333	316.533333
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	100961.02	103422.57	103733.52	103733.52	103733.52	103733.52
RESERVAS		22371.76	62131.17	101890.58	141649.99	181409.40
TOTAL DE PATRIMONIO	100961.02	125794.33	165864.68	205624.09	245383.50	285142.91
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	100961.02	126015.90	166181.22	205940.63	245700.04	285459.45

Escenario Probable con Apalancamiento

ZURIMPORT
Balance GeneralProyecto
Cuadro

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
ACTIVOS CORRIENTES:						
Efectivo en Caja		23981.48	63774.84	102901.94	152841.47	204101.00
Cuentas por cobrar		1,407.08	1,677.69	1,677.69	1,677.69	1,677.69
Inventario de materiales e insumos		110.79	158.27	158.27	158.27	158.27
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES		25,499.35	65,610.79	104,737.89	154,677.43	205,936.96
ACTIVOS FIJOS NETOS:						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Equipos de Computo	1320	880.00	440.00	0.00	880.00	440.00
Equipo de oficina	500	450.00	400.00	350.00	300.00	250.00
Muebles y Enseres	830	747.00	664.00	581.00	498.00	415.00
Encofrado Metálico	63158.52	56842.67	50526.82	44210.96	37895.11	31579.26
Concretera	6348	5713.20	5078.40	4443.60	3808.80	3174.00
Compactador	1670	1503.00	1336.00	1169.00	1002.00	835.00
Elevador	2524	2271.60	2019.20	1766.80	1514.40	1262.00
Vibrador	2559.5	2303.55	2047.60	1791.65	1535.70	1279.75
Rotomartillo	2690	2421.00	2152.00	1883.00	1614.00	1345.00
Andamios	7400.8	6660.72	5920.64	5180.56	4440.48	3700.40
Herramientas	1000	900.00	800.00	700.00	600.00	500.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS NETOS	90000.82	80692.738	71384.656	62076.574	54088.492	44780.41
ACTIVOS NO CORRIENTES:						
Diferidos	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS	100961.02	114960.24	143571.57	171198.55	210957.96	250717.37
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES:						
Cuentas por Pagar		221.57	316.53	316.53	316.53	316.53
Prestamos por Pagar	30000	21448.38	11522.04	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE PASIVO CORRIENTE	30000	21669.9493	11838.573	316.5333333	316.5333333	316.5333333
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	70961.02	73422.57	73733.52	73733.52	73733.52	73733.52
RESERVAS		19867.73	57999.48	97148.50	136907.91	176667.32
TOTAL DE PATRIMONIO	70961.02	93290.29	131733.00	170882.01	210641.42	250400.83
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	100961.02	114960.24	143571.57	171198.55	210957.96	250717.37

Escenario Pésimo sin Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Balance General

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 60%	2 70%	3 80%	4 80%	5 90%
ACTIVOS CORRIENTES:						
Efectivo en Caja		25320.42	54681.43	89189.72	122348.75	162004.34
Cuentas por cobrar		1,316.88	1,407.08	1,497.29	1,497.29	1,587.49
Inventario de materiales e insumos		94.96	110.79	126.61	126.61	142.44
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES		26,732.26	56,199.30	90,813.62	123,972.65	163,734.26
ACTIVOS FIJOS NETOS:						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Equipos de Computo	1320	880.00	440.00	0.00	880.00	440.00
Equipo de oficina	500	450.00	400.00	350.00	300.00	250.00
Muebles y Enseres	830	747.00	664.00	581.00	498.00	415.00
Encofrado Metálico	63158.52	56842.67	50526.82	44210.96	37895.11	31579.26
Concretera	6348	5713.20	5078.40	4443.60	3808.80	3174.00
Compactador	1670	1503.00	1336.00	1169.00	1002.00	835.00
Elevador	2524	2271.60	2019.20	1766.80	1514.40	1262.00
Vibrador	2559.5	2303.55	2047.60	1791.65	1535.70	1279.75
Rotomartillo	2690	2421.00	2152.00	1883.00	1614.00	1345.00
Andamios	7400.8	6660.72	5920.64	5180.56	4440.48	3700.40
Herramientas	1000	900.00	800.00	700.00	600.00	500.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS NETOS	90000.82	80692.738	71384.656	62076.574	54088.492	44780.41
ACTIVOS NO CORRIENTES:						
Diferidos	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS	100961.02	116193.16	134160.07	157274.28	180253.18	208514.67
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES:						
Cuentas por Pagar		189.92	221.57	253.23	253.23	284.88
Prestamos por Pagar	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE PASIVO CORRIENTE	0	189.92	221.573333	253.2266667	253.2266667	284.88
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	100961.02	103318.92	103422.57	103526.22	103526.22	103629.87
RESERVAS		12684.32	30515.93	53494.83	76473.73	104599.93
TOTAL DE PATRIMONIO	100961.02	116003.24	133938.50	157021.05	179999.95	208229.79
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	100961.02	116193.16	134160.07	157274.28	180253.18	208514.67

Escenario Pésimo con Apalancamiento

Proyecto
CuadroZURIMPORT
Balance General

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 60%	2 70%	3 80%	4 80%	5 90%

ACTIVOS CORRIENTES:						
Efectivo en Caja		14023.54	31500.84	53423.80	86582.82	126238.41
Cuentas por cobrar		1,316.88	1,407.08	1,497.29	1,497.29	1,587.49
Inventario de materiales e insumos		94.96	110.79	126.61	126.61	142.44
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES		15,435.39	33,018.71	55,047.70	88,206.72	127,968.34
ACTIVOS FIJOS NETOS:						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Equipos de Computo	1320	880.00	440.00	0.00	880.00	440.00
Equipo de oficina	500	450.00	400.00	350.00	300.00	250.00
Muebles y Enseres	830	747.00	664.00	581.00	498.00	415.00
Encofrado Metálico	63158.52	56842.67	50526.82	44210.96	37895.11	31579.26
Concretera	6348	5713.20	5078.40	4443.60	3808.80	3174.00
Compactador	1670	1503.00	1336.00	1169.00	1002.00	835.00
Elevador	2524	2271.60	2019.20	1766.80	1514.40	1262.00
Vibrador	2559.5	2303.55	2047.60	1791.65	1535.70	1279.75
Rotomartillo	2690	2421.00	2152.00	1883.00	1614.00	1345.00
Andamios	7400.8	6660.72	5920.64	5180.56	4440.48	3700.40
Herramientas	1000	900.00	800.00	700.00	600.00	500.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS NETOS	90000.82	80692.738	71384.656	62076.574	54088.492	44780.41
ACTIVOS NO CORRIENTES:						
Diferidos	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS	100961.02	104896.29	110979.49	121508.35	144487.26	172748.75

PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES:						
Cuentas por Pagar		189.92	221.57	253.23	253.23	284.88
Prestamos por Pagar	30000	21724.41	11829.97	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE PASIVO CORRIENTE	30000	21914.3341	12051.5466	253.2266667	253.2266667	284.88

PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	70961.02	73318.92	73422.57	73526.22	73526.22	73629.87
RESERVAS		9663.03	25505.37	47728.91	70707.81	98834.00
TOTAL DE PATRIMONIO	70961.02	82981.95	98927.94	121255.13	144234.03	172463.87

TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	100961.02	104896.29	110979.49	121508.35	144487.26	172748.75
-------------------------------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Escenario Óptimo sin Apalancamiento

Proyecto
CuadroZURIMPORT
Balance General

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
ACTIVOS CORRIENTES:						
Efectivo en Caja		39577.28	97410.56	155156.02	211581.47	269326.93
Cuentas por cobrar		1,407.08	1,677.69	1,677.69	1,677.69	1,677.69
Inventario materiales e insumos		110.79	158.27	158.27	158.27	158.27
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES		41,095.15	99,246.51	156,991.97	213,417.43	271,162.88
ACTIVOS FIJOS NETOS:						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Equipos de Computo	1320	880.00	440.00	0.00	880.00	440.00
Equipo de oficina	500	450.00	400.00	350.00	300.00	250.00
Muebles y Enseres	830	747.00	664.00	581.00	498.00	415.00
Encofrado Metálico	63158.52	56842.67	50526.82	44210.96	37895.11	31579.26
Concretera	6348	5713.20	5078.40	4443.60	3808.80	3174.00
Compactador	1670	1503.00	1336.00	1169.00	1002.00	835.00
Elevador	2524	2271.60	2019.20	1766.80	1514.40	1262.00
Vibrador	2559.5	2303.55	2047.60	1791.65	1535.70	1279.75
Rotomartillo	2690	2421.00	2152.00	1883.00	1614.00	1345.00
Andamios	7400.8	6660.72	5920.64	5180.56	4440.48	3700.40
Herramientas	1000	900.00	800.00	700.00	600.00	500.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS NETOS	90000.82	80692.738	71384.656	62076.574	54088.492	44780.41
ACTIVOS NO CORRIENTES:						
Diferidos	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS	100961.02	130556.05	177207.29	223452.62	269697.96	315943.29
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES:						
Cuentas por Pagar		221.57	316.53	316.53	316.53	316.53
Prestamos por Pagar	0	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE PASIVO CORRIENTE	0	221.573333	316.533333	316.533333	316.533333	316.533333
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	100961.02	103422.57	103733.52	103733.52	103733.52	103733.52
RESERVAS		26911.91	73157.24	119402.58	165647.91	211893.24
TOTAL DE PATRIMONIO	100961.02	130334.47	176890.76	223136.09	269381.43	315626.76
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	100961.02	130556.05	177207.29	223452.62	269697.96	315943.29

Escenario Óptimo con Apalancamiento

ZURIMPORT
Balance GeneralProyecto
Cuadro

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
ACTIVOS CORRIENTES:						
Efectivo en Caja		28752.83	75355.59	121412.96	177838.42	235583.88
Cuentas por cobrar		1,407.08	1,677.69	1,677.69	1,677.69	1,677.69
Inventario de materiales e insumos		110.79	158.27	158.27	158.27	158.27
TOTAL DE ACTIVOS CORRIENTES		30,270.70	77,191.54	123,248.92	179,674.37	237,419.83
ACTIVOS FIJOS NETOS:						
Terrenos	0	0	0	0	0	0
Equipos de Computo	1320	880.00	440.00	0.00	880.00	440.00
Equipo de oficina	500	450.00	400.00	350.00	300.00	250.00
Muebles y Enseres	830	747.00	664.00	581.00	498.00	415.00
Encofrado Metálico	63158.52	56842.67	50526.82	44210.96	37895.11	31579.26
Concreteira	6348	5713.20	5078.40	4443.60	3808.80	3174.00
Compactador	1670	1503.00	1336.00	1169.00	1002.00	835.00
Elevador	2524	2271.60	2019.20	1766.80	1514.40	1262.00
Vibrador	2559.5	2303.55	2047.60	1791.65	1535.70	1279.75
Rotomartillo	2690	2421.00	2152.00	1883.00	1614.00	1345.00
Andamios	7400.8	6660.72	5920.64	5180.56	4440.48	3700.40
Herramientas	1000	900.00	800.00	700.00	600.00	500.00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS NETOS	90000.82	80692.738	71384.656	62076.574	54088.492	44780.41
ACTIVOS NO CORRIENTES:						
Diferidos	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS NO CORRIENTES	10960.2	8768.16	6576.12	4384.08	2192.04	0
TOTAL DE ACTIVOS	100961.02	119731.59	155152.32	189709.57	235954.91	282200.24
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES:						
Cuentas por Pagar		221.57	316.53	316.53	316.53	316.53
Prestamos por Pagar	30000	21167.53	11214.89	0.00	0.00	0.00
TOTAL DE PASIVO CORRIENTE	30000	21389.1067	11531.4222	316.5333333	316.5333333	316.5333333
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	70961.02	73422.57	73733.52	73733.52	73733.52	73733.52
RESERVAS		24919.92	69887.38	115659.52	161904.86	208150.19
TOTAL DE PATRIMONIO	70961.02	98342.49	143620.90	189393.04	235638.37	281883.71
TOTAL DE PASIVO Y PATRIMONIO	100961.02	119731.59	155152.32	189709.57	235954.91	282200.24

ANEXO D 13
ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Escenario Probable sin Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Estado de Pérdidas y Ganancias

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
Ingresos por Ventas		71218.00	101740.00	101740.00	101740.00	101740.00
Menos Costo de Ventas		16,885.01	20,132.26	20,132.26	20,132.26	20,132.26
Igual Utilidad Bruta		54,332.99	81,607.74	81,607.74	81,607.74	81,607.74
Menos Gastos Operativos		19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04
Otros ingresos		-	-	-	-	-
Igual Utilidad Operativa		35092.95	62367.70	62367.70	62367.70	62367.70
Costos de Financiación		0.00	0.00	0.00		
Utilidad o Perdida del Ejercicio		35092.95	62367.70	62367.70	62367.70	62367.70
15% Participación Laboral		5,263.94	9,355.16	9,355.16	9,355.16	9,355.16
Utilidad Antes de Impuestos		29829.01	53012.55	53012.55	53012.55	53012.55
Impuesto a la Renta		7457.25	13253.14	13253.14	13253.14	13253.14
Utilidad Neta		22371.76	39759.41	39759.41	39759.41	39759.41
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad no repartida		22371.76	39759.41	39759.41	39759.41	39759.41
Reservas(Utilidad no repartida acumulada)		22371.76	62131.17	101890.58	141649.99	181409.40

Escenario Probable con Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Estado de Pérdidas y Ganancias

FASE

AÑO

Nivel de Producción

	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1	2	3	4	5
		70%	100%	100%	100%	100%
Ingresos por Ventas		71218.00	101740.00	101740.00	101740.00	101740.00
Menos Costo de Ventas		16,885.01	20,132.26	20,132.26	20,132.26	20,132.26
Igual Utilidad Bruta		54,332.99	81,607.74	81,607.74	81,607.74	81,607.74
Menos Gastos Operativos		19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04
Otros ingresos		-	-	-	-	-
Igual Utilidad Operativa		35092.95	62367.70	62367.70	62367.70	62367.70
Costos de Financiación		3927.89	2553.18	957.48		
Utilidad o Pérdida del Ejercicio		31165.06	59814.52	61410.22	62367.70	62367.70
15% Participación Laboral		4,674.76	8,972.18	9,211.53	9,355.16	9,355.16
Utilidad Antes de Impuestos		26490.30	50842.34	52198.69	53012.55	53012.55
Impuesto a la Renta		6622.58	12710.59	13049.67	13253.14	13253.14
Escudo fiscal		3927.89	2553.18	957.48		
Utilidad Neta		23795.62	40684.94	40106.50	39759.41	39759.41
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad no repartida		23795.62	40684.94	40106.50	39759.41	39759.41
Reservas(Utilidad no repartida acumulada)		23795.62	64480.56	104587.05	144346.46	184105.87

Escenario Pésimo sin Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Estado de Pérdidas y Ganancias

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 60%	2 70%	3 80%	4 80%	5 90%
Ingresos por Ventas		54939.60	64096.20	73252.80	73252.80	82409.40
Menos Costo de Ventas		15,802.59	16,885.01	17,967.42	17,967.42	19,049.84
Igual Utilidad Bruta		39,137.01	47,211.19	55,285.38	55,285.38	63,359.56
Menos Gastos Operativos		19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04
Otros ingresos		-	-	-	-	-
Igual Utilidad Operativa		19896.97	27971.15	36045.34	36045.34	44119.52
Costos de Financiación		0.00	0.00	0.00		
Utilidad o Perdida del Ejercicio		19896.97	27971.15	36045.34	36045.34	44119.52
15% Participación Laboral		2,984.55	4,195.67	5,406.80	5,406.80	6,617.93
Utilidad Antes de Impuestos		16912.43	23775.48	30638.54	30638.54	37501.59
Impuesto a la Renta		4228.11	5943.87	7659.63	7659.63	9375.40
Utilidad Neta		12684.32	17831.61	22978.90	22978.90	28126.19
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad no repartida		12684.32	17831.61	22978.90	22978.90	28126.19
Reservas(Utilidad no repartida acumulada)		12684.32	30515.93	53494.83	76473.73	104599.93

Escenario Pésimo con Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Estado de Pérdidas y Ganancias

FASE
AÑO

Nivel de Producción

	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 60%	2 70%	3 80%	4 80%	5 90%
Ingresos por Ventas		54939.60	64096.20	73252.80	73252.80	82409.40
Menos Costo de Ventas		15,802.59	16,885.01	17,967.42	17,967.42	19,049.84
Igual Utilidad Bruta		39,137.01	47,211.19	55,285.38	55,285.38	63,359.56
Menos Gastos Operativos		19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04
Otros ingresos		-	-	-	-	-
Igual Utilidad Operativa		19896.97	27971.15	36045.34	36045.34	44119.52
Costos de Financiación		4739.28	3120.42	1184.89		
Utilidad o Pérdida del Ejercicio		15157.70	24850.73	34860.45	36045.34	44119.52
15% Participación Laboral		2,273.65	3,727.61	5,229.07	5,406.80	6,617.93
Utilidad Antes de Impuestos		12884.04	21123.12	29631.38	30638.54	37501.59
Impuesto a la Renta		3221.01	5280.78	7407.85	7659.63	9375.40
Escudo fiscal		4739.28	3120.42	1184.89		
Utilidad Neta		14402.31	18962.76	23408.42	22978.90	28126.19
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad no repartida		14402.31	18962.76	23408.42	22978.90	28126.19
Reservas(Utilidad no repartida acumulada)		14402.31	33365.07	56773.50	79752.40	107878.59

Escenario Óptimo sin Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Estado de Pérdidas y Ganancias

FASE

AÑO

Nivel de Producción

	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1	2	3	4	5
		70%	100%	100%	100%	100%
Ingresos por Ventas		78339.80	111914.00	111914.00	111914.00	111914.00
Menos Costo de Ventas		16,885.01	20,132.26	20,132.26	20,132.26	20,132.26
Igual Utilidad Bruta		61,454.79	91,781.74	91,781.74	91,781.74	91,781.74
Menos Gastos Operativos		19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04
Otros ingresos		-	-	-	-	-
Igual Utilidad Operativa		42214.75	72541.70	72541.70	72541.70	72541.70
Costos de Financiación		0.00	0.00	0.00		
Utilidad o Perdida del Ejercicio		42214.75	72541.70	72541.70	72541.70	72541.70
15% Participación Laboral		6,332.21	10,881.26	10,881.26	10,881.26	10,881.26
Utilidad Antes de Impuestos		35882.54	61660.45	61660.45	61660.45	61660.45
Impuesto a la Renta		8970.64	15415.11	15415.11	15415.11	15415.11
Utilidad Neta		26911.91	46245.33	46245.33	46245.33	46245.33
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad no repartida		26911.91	46245.33	46245.33	46245.33	46245.33
Reservas(Utilidad no repartida acumulada)		26911.91	73157.24	119402.58	165647.91	211893.24

Escenario Óptimo con Apalancamiento

Proyecto
Cuadro

ZURIMPORT
Estado de Perdidas y Ganancias

FASE AÑO Nivel de Producción	INVERSIÓN	OPERACIÓN				
	0	1 70%	2 100%	3 100%	4 100%	5 100%
Ingresos por Ventas		78339.80	111914.00	111914.00	111914.00	111914.00
Menos Costo de Ventas		16,885.01	20,132.26	20,132.26	20,132.26	20,132.26
Igual Utilidad Bruta		61,454.79	91,781.74	91,781.74	91,781.74	91,781.74
Menos Gastos Operativos		19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04	19,240.04
Otros ingresos		-	-	-	-	-
Igual Utilidad Operativa		42214.75	72541.70	72541.70	72541.70	72541.70
Costos de Financiación		3124.68	2004.51	742.26		
Utilidad o Perdida del Ejercicio		39090.07	70537.19	71799.44	72541.70	72541.70
15% Participación Laboral		5,863.51	10,580.58	10,769.92	10,881.26	10,881.26
Utilidad Antes de Impuestos		33226.56	59956.62	61029.52	61660.45	61660.45
Impuesto a la Renta		8306.64	14989.15	15257.38	15415.11	15415.11
Escudo fiscal		3124.68	2004.51	742.26		
Utilidad Neta		28044.60	46971.97	46514.40	46245.33	46245.33
Dividendos		0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Utilidad no repartida		28044.60	46971.97	46514.40	46245.33	46245.33
Reservas(Utilidad no repartida acumulada)		28044.60	75016.57	121530.98	167776.31	214021.65

ANEXO D 14
COSTO DE OPORTUNIDAD

COSTO DE OPORTUNIDAD

β Promedio de de la Industria Materiales de Construcción:

- 0,84 con apalancamiento
- 0,64 sin apalancamiento

ITEM	Valor
Bonos global 12	12,00%
TIR bono del Tesoro de EEUU 10	4,47%
Prima de mercado	16,47%

Riego país: 3,92% (04-02-2009) Banco Central del Ecuador

Tasa libre de riesgo (20-02-2009) www.portafoliopersonal.com

Bono del Tesoro de Estados Unidos: 4,47

Costo de Oportunidad

$$R = R_f + r_p + \beta (r_m - r_f)$$

Costo de Oportunidad no Apalancado= 16,43%

Costo de Oportunidad Apalancado= 18,47%