



## MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

### **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA A LA VENTA DE PINTURA ARQUITECTÓNICA QUE BRINDE SERVICIOS DE ASESORAMIENTO Y MANO DE OBRA CALIFICADA**

Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener el título de Master en Administración de Empresas (MBA)

Profesor Guía: Eduardo Checa Camacho

Autor:  
Mónica Agustina Pilco Nauñay

**2010**

Declaro como profesor guía, que el “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ENFOCADA A LA VENTA DE PINTURA ARQUITECTÓNICA QUE BRINDE SERVICIOS DE ASESORAMIENTO Y MANO DE OBRA CALIFICADA”, como trabajo de titulación para la obtención del título de Master en Administración de Empresas (MBA), la señora Mónica Agustina Pilco Nauñay; ha cumplido con los requerimientos exigidos por la Universidad de las Américas UDLA.

Eduardo Checa Camacho

## **AGRADECIMIENTOS**

A mi madre querida, Lucita, gracias a su amor y apoyo durante estos años fueron de mucha ayuda para mí.

A mis lindas hermanas, Haydeé, Ximena y María Eugenia, su ejemplo de lucha diaria fue un estímulo para seguir adelante... Gracias por confiar en mí.

En especial a mí amado esposo por ser quien me animó a conseguir mis sueños, y estuvo todos los días siendo parte de ellos, con su cariño, apoyo y comprensión... Gracias mi amorcito.

A toda mi familia por brindarme un hogar de calidad, por la unión que nos tenemos y que siempre nos ha ayudado a crecer, y sobre todo por inculcarme que la constancia y esfuerzo son el camino para lograr todos los objetivos.

A ti Papito Dios, por sentirte siempre junto a mí.

A mi esposito,

por todas las metas que aún tenemos que alcanzar.

Lo vamos a lograr.

## RESUMEN EJECUTIVO

### Objetivo General:

Desarrollar un proyecto de inversión para crear una empresa de venta de pintura arquitectónica, con servicios de asesoramiento y mano de obra calificada, enfocado a un público con tiempo limitado para dar seguimiento del trabajo realizado.

### Objetivos Específicos:

- Realizar un análisis de la industria de la construcción Ecuatoriana para identificar cuan prometedor es para aplicar el proyecto.
- Determinar la visión y misión en la que se enfocará la empresa.
- Identificar el mercado objetivo ideal para brindar los servicios de la empresa.
- Realizar un estudio de mercadeo para posicionar a la empresa en el mercado, teniendo en cuenta a su competencia.
- Analizar si el proyecto desarrollado es viable para ser implementado y si tiene rentabilidad con su ejecución.

El desarrollo del plan de negocios a continuación, muestra el análisis para la creación de una empresa enfocada a la venta de pintura y servicio de asesoramiento y mano de obra calificada, iniciando por la identificación de la misión, visión y objetivos, constitución de la compañía, análisis de la industria de la construcción, estudio del mercado objetivo, estrategia de mercadeo, llegando al análisis financiero con un horizonte de cinco años.

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	1
1. Aspectos Generales de la Empresa .....	2
1.1 Descripción de la Compañía .....	2
1.2 Misión y Visión.....	3
1.2.1 Misión .....	3
1.2.2 Visión.....	4
1.3 Objetivos.....	4
1.4 Alcances .....	4
1.5 Información Legal .....	5
1.5.1 Tipo de Empresa .....	5
1.5.2 Aspectos de la Legislación .....	6
1.5.3 Gastos de Constitución.....	7
1.5.4 Capital Social.....	7
1.6 Ubicación de la Compañía .....	7
2. Análisis de la Industria.....	8
2.1 Análisis del Sector .....	8
2.1.1 Tamaño de la Industria .....	8
2.1.2 Ciclos Económicos .....	12
2.2 Análisis del Mercado.....	13
2.3 Análisis de la Competencia.....	20
2.3.1 Principales Participantes y Competidores .....	20
2.3.1.1 DEKORA .....	20

2.3.1.2	Secapint.....	21
2.3.1.3	Pinturas Don Polo.....	21
2.3.2	Posición Frente a la Competencia .....	22
2.4	Barreas de entrada .....	22
2.5	Análisis FODA del Proyecto.....	23
2.5.1	Fortalezas.....	23
2.5.2	Oportunidades .....	24
2.5.3	Debilidades.....	25
2.5.4	Amenazas.....	26
2.5.5	Matriz de Análisis FODA.....	26
2.5.6	Futuras Estrategias de la Empresa .....	27
3.	Estrategia de Mercadeo .....	28
3.1	Concepto del Producto y Servicio.....	28
3.1.1	Descripción y Características .....	28
3.1.1.1	Venta de Pintura Arquitectónica y de Construcción.....	28
3.1.1.2	Servicio Profesional con Mano de Obra Calificada.....	30
3.1.2	Fortalezas Contra la Competencia .....	30
3.1.3	Debilidades Contra la Competencia .....	30
3.2	Estrategia de Distribución.....	31
3.2.1	Alternativas de Penetración.....	31
3.2.2	Alternativas de Comercialización.....	32
3.2.3	Estrategias de Ventas.....	32
3.2.4	Presupuesto .....	33
3.2.5	Tácticas de Distribución.....	34

3.3	Estrategia de Precios.....	34
3.3.1	Condiciones de pago.....	34
3.3.2	Análisis de costos.....	35
3.3.3	Identificación precio.....	35
3.4	Estrategia de Promoción.....	36
3.5	Estrategia de Comunicación.....	36
3.5.1	Selección de Medios.....	37
3.5.2	Tácticas Relacionadas con la Comunicación.....	38
3.6	Estrategia de Servicio.....	39
3.7	Presupuestos.....	42
3.8	Proyección en Ventas.....	43
4.	Operación.....	45
4.1	Descripción de los Productos y Servicios – Ficha Técnica.....	45
4.2	Descripción del proceso.....	48
4.2.1	Descripción Venta de Servicios.....	48
4.3	Necesidades y Requerimientos.....	50
4.3.1	Maquinarias y Equipos.....	50
4.3.2	Descripción de las Instalaciones Necesarias.....	51
4.4	Plan de Producción.....	51
4.5	Plan de Compras.....	52
4.5.1	Proveedores.....	52
4.5.2	Forma de Pagos.....	53
4.5.3	Control de Calidad.....	54
5.	Recursos Humanos.....	54

5.1	Estructura Organizacional.....	54
5.2	Competencias y Funciones Principales .....	55
5.2.1	Gerente General.....	55
5.2.2	Secretaria .....	56
5.2.3	Gerencia Administrativa.....	58
5.2.4	Comercialización y Ventas .....	59
5.2.5	Gerencia Técnica .....	61
5.2.6	Tinturador .....	62
5.2.7	Obrero - Proyectos .....	62
5.3	Requerimiento del personal.....	63
5.4	Capacitación .....	63
5.4.1	Determinación de las necesidades.....	63
5.4.2	Objetivos de Capacitación y Desarrollo .....	64
5.4.3	Métodos de Capacitación y Desarrollo .....	64
5.5	Implementación .....	65
6.	Financiación y Estructura de Negociación.....	65
6.1	Gastos de Arranque.....	65
6.2	Gastos de Personal .....	66
6.3	Obtención de Recursos .....	67
6.4	Balance General, Pérdidas y Ganancias y Flujo de Caja .....	67
6.4.1	Balance General .....	67
6.4.2	Estado de Pérdidas y Ganancias .....	68
6.4.3	Flujo de Caja Proyectado .....	69
7.	Conclusiones y Recomendaciones .....	71

8. Bibliografía y Anexos.....	73
8.1 Bibliografía.....	73
8.2 Anexos.....	75

## ÍNDICE GRÁFICOS

Gráfico No. 1.1 Logotipo de la empresa.....	3
Gráfico No. 2.1 Representación porcentual construcción respecto al PIB .....	9
Gráfico No. 2.2 PIB de la construcción. Tasa de variación anual.....	10
Gráfico No. 2.3 Evolución del PIB Real Total y PIB de la Construcción.....	10
Gráfico No. 2.4 Construcción residencial Ecuador .....	13
Gráfico No. 2.5 Construcción residencial Quito .....	14
Gráfico No. 2.6 Mercado que se enfocará la empresa .....	19
Gráfico No. 4.1 Descripción Venta de Servicios.....	49
Gráfico No. 5.1 Organigrama "Home & color" .....	55

## ÍNDICE TABLA

Tabla No. 1.1 Gasto de Constitución.....	7
Tabla No. 2.1 Preferencia cliente a pintar – mes año.....	12
Tabla No. 2.2 Permisos de construcción.....	15
Tabla No. 2.3 Mercado en m2 enfoque de empresa.....	19
Tabla No. 2.4 Préstamos IESS 2009.....	24
Tabla No. 2.5 Crecimiento sector construcción – vivienda pintura.....	25
Tabla No. 3.1 Costos Anuales – Precio por metro cuadrado.....	35
Tabla No. 3.2 Costos servicios internet.....	38
Tabla No. 3.3 Comparación de políticas de servicio con la competencia.....	42
Tabla No. 3.4 Costos implementación estrategia de mercado.....	43
Tabla No. 3.5 Proyección mensual ventas servicio – Primer año.....	44
Tabla No. 3.6 Proyección anual ventas de servicio.....	44
Tabla No. 4.1 Necesidades de Maquinaria y Equipos.....	50
Tabla No. 4.2 Plan de producción mensual – primer año.....	52
Tabla No. 4.3 Plan de producción anual.....	52
Tabla No. 5.1 Plan de producción anual (m2).....	63
Tabla No. 6.1 Gastos de Arranque.....	66
Tabla No. 6.2 Gastos de sueldos y beneficios primer año.....	66

## ÍNDICE ANEXOS

Anexo No. 1 Encuesta.....	I
Anexo No. 2 Tabulación Encuesta .....	IV
Anexo No. 3 Productos – Materiales .....	IX
Anexo No. 4 Depreciación y Amortizaciones.....	X
Anexo No. 5 Detalle de Sueldos y Beneficios Sociales .....	XI
Anexo No. 6 Amortización del Crédito.....	XII
Anexo No. 7 Principales Índices Financieros .....	XIII
Anexo No. 8 Cálculo del WACC .....	XIV
Anexo No. 9 Escenario Pesimista .....	XV
Anexo No. 10 Escenario Optimista.....	XVII

## INTRODUCCIÓN

La renovación y remodelación de una residencia, sobre todo el adaptar el color más conveniente de acuerdo a los gustos y preferencias del propietario, ha llevado a requerir de tiempo y dinero extra del mismo sin poder llegar a obtener resultados óptimos en muchos casos, por lo general son individuos sin la experiencia necesaria para poder solventar sus propias necesidades en cuanto a seleccionar la mejor calidad en pintura, el color adecuado y la mano de obra calificada y honesta para el trabajo a realizar.

Por tal motivo se ve la necesidad de tener un servicio completo, que abarque todo el proceso de acabado de pintura arquitectónica de una residencia, desde el asesoramiento en la selección del material, colores y calidad, hasta ofrecer el seguimiento de la obra brindando recursos humanos con experiencia y honestidad, para que de esta manera el cliente se sienta tranquilo al tener un respaldo que garantice un buen trabajo y sobre todo que le dedique el tiempo necesario.

El siguiente plan de negocios presenta a una empresa de venta de servicios de pintura arquitectónica con mano de obra profesional y material de acuerdo a proyecto contratado, iniciando con la descripción de los aspectos generales, análisis de la industria, estrategia de mercadeo, operación y proceso productivo, recursos humanos y organizacional; y el análisis financiero detallado de la empresa.

# **1. Aspectos Generales de la Empresa**

## **1.1 Descripción de la Compañía**

La compañía se enfocará en brindar servicios de pintura arquitectónica, con amplia variedad de tonalidades, materiales y asesoramiento en colores, para un acabado de excelente calidad, presentando pinturas nacionales con precios accesibles.

Ofrecerá recurso humano especializado para una atención personalizada, seguimiento del proyecto, trabajo con mano de obra honesta y calificada, puntualidad en la entrega, limpieza al finalizar el trabajo; y garantía en acabados, generando lazos de confianza con sus clientes.

El nombre que adquiere la empresa es "Home & Color" Pintura Profesional, que fue seleccionado por que agrupa el concepto de implementar color en la tranquilidad del hogar, dando así la perspectiva al cliente, que al escoger la compañía para realizar su trabajo será la solución, cumpliendo sus requerimientos; logrará contar con respaldo en asesoramiento profesional, consejos útiles y prácticos; de esta manera se sentirá contento y satisfecho de encontrar una empresa seria que cumple con lo prometido.

La empresa se enfocará en obtener no solo clientes pasajeros sino fijos, siendo los voceros que demuestren lo que llegaron a obtener desde el primer día que visitaron "Home & Color".

Se quiere transmitir un estilo corporativo que refleje armonía con colores, trabajo y hogar; por tal motivo se enfocará en plasmar la idea en una imagen que reúna todas estas características para cumplir con un buen trabajo de acuerdo a su propuesta inicial. El siguiente logo engloba lo que se desea transmitir.



Gráfico No. 1.1 Logotipo de la empresa

Elaborado: Mónica Pilco

La figura se difundirá para dar a conocer a la empresa en el mercado nacional, en especial en la ciudad de Quito y sus alrededores, logrando permanecer impregnada en la mente de todos los clientes y personas que la visualicen.

## **1.2 Misión y Visión**

### **1.2.1 Misión**

Satisfacer las necesidades de los clientes a través de una atención personalizada ofreciendo productos y servicios para realizar trabajos en acabados de pintura arquitectónica, con la más alta calidad, profesionalidad y a precios competitivos.

### **1.2.2 Visión**

Ser una compañía de prestigio dentro del mercado nacional identificada por el buen asesoramiento y servicio en trabajos de mejoramiento, remodelación y acabados de pintura arquitectónica, además de la venta de productos de alta calidad, con un grupo humano responsable, honesto y eficiente.

### **1.3 Objetivos**

- Brindar productos y servicios de calidad para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Ofrecer atención personalizada con un asesoramiento profesional de acuerdo a cada proyecto a realizar.
- Estudiar y dar seguimiento a cada obra, para cumplir con los requerimientos del cliente en un tiempo viable.
- Iniciar con servicio de pintura profesional para un mercado de 240,000 m<sup>2</sup> en el primer año hasta llegar a 360,000 m<sup>2</sup> en el quinto año.

### **1.4 Alcances**

Los alcances que la empresa se ha propuesto son:

- Demostrar la factibilidad del negocio expuesto en el mercado ecuatoriano
- Identificar la rentabilidad del negocio para ser implementado
- Obtener los montos ideales para solventar la implementación del proyecto

## **1.5 Información Legal**

### **1.5.1 Tipo de Empresa**

Se formará una Compañía Anónima, sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. La constitución de la compañía será en forma sucesiva, por suscripción pública de acciones.

Los pasos básicos a seguir para la constitución de la compañía son:

- Depositar la parte pagada del capital social en una institución bancaria.
- Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías, tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución.
- Elevar a Escritura Pública el Convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse
- Suscrito el capital social, un Notario dará Fe del hecho firmando en el duplicado de los boletines de suscripción, luego de lo cual se convocará por la prensa a la Junta de Accionistas.
- En las Juntas Generales para la constitución de la compañía, cada suscriptor tendrá derecho a tantos votos como acciones hayan de corresponderle con arreglo a su aportación
- Dentro de los treinta días posteriores a la reunión de la Junta General, las personas que hayan sido designadas otorgarán la Escritura Pública de Constitución

### **1.5.2 Aspectos de la Legislación**

Los trámites para poder iniciar las actividades se verán solventados con la contratación de un abogado, siendo el responsable de asesorar y ejecutar los pasos necesarios para constituir la compañía. Los servicios están dentro de los gastos de constitución como honorarios profesionales.

La compañía debe obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento, documento que habilita el ejercicio de las actividades económicas en el Distrito Metropolitano de Quito, que incorpora e integra los procesos de: Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (ICUS), Patente, Publicidad Exterior, Permisos de Bomberos, Salud, Ambiente, Recaudación; sobre la base de la Categorización de las actividades económicas establecidas en la Clasificación Internacional Industrial Única (CIIU) y relacionadas a los requisitos aplicables a cada una de ellas. El servicio que se brindará no tiene implicación con leyes urbanas, no afecta la salud de la población y no consume recursos naturales.

El manejo de materias primas o productos terminados no presentan dificultades legales ambientales, no son materiales peligrosos, ni afectan el medio ambiente, además el lugar en donde se ubicará la compañía no se encuentra en un lugar de reserva ecológica. Con respecto a reglamentos de importación y exportación, no afectan a la compañía, los materiales a utilizar son nacionales, y las compras a realizarse serán directamente con distribuidores.

Se trabajará con personal contratado directamente, que serán afiliados al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, para hacer uso de los beneficios que

otorga dicha institución, y contratará por honorarios profesionales, a personal que brinde servicio de mano de obra, y no responsabilizarse directamente de seguros para personas que trabajen en los proyecto.

### 1.5.3 Gastos de Constitución

DESCRIPCIÓN	VALOR
Notaria	\$ 200 00
Publicación en Prensa de la resolución de la Super Intendencia de Compañías	\$ 75 00
Registro mercantil	\$ 120 00
Impuesto del 1.5 x 1000 Municipio de Quito	\$ 40 00
Pago de Imprenta por Libro de Acciones	\$ 100 00
Gastos Varios	\$ 50 00
Honorarios profesionales	\$ 1.000 00
<b>TOTAL CONSTITUCION EMPRESA</b>	<b>\$ 1,585.00</b>

Tabla No. 1.1 Gasto de Constitución

Elaborado: Mónica Pilco

### 1.5.4 Capital Social

Se considerarán dos socios con una participación del 50% cada uno.

## 1.6 Ubicación de la Compañía

Se ubicará en el centro de la ciudad de Quito, calle Vargas y Riofrío, siendo un punto estratégico para poder abarcar a clientes del Norte, Centro y Sur de la Ciudad. Adicionalmente, la empresa contará con una bodega en el Valle de los Chillos para tener un lugar de abastecimiento para proyectos que se encuentren ubicados en zonas aledañas del sur de Quito y los valles, que son al momento un mercado en expansión, por sus numerosos proyectos en curso.

## **2. Análisis de la Industria**

### **2.1 Análisis del Sector**

La compañía que por su naturaleza, se enfoca a brindar servicio de pintura arquitectónica con mano de obra calificada; y en base a la clasificación uniforme de las actividades económicas por procesos productivos (CIU), se la identifica dentro de la siguiente categoría:

Sector:	1. Construcción
Actividad:	2. Terminación de edificios
	3. Actividades para terminación o acabado de edificios u otra obra: en cristallado, revoque, pintura y ornamentación.

#### **2.1.1 Tamaño de la Industria**

El mercado de la pintura arquitectónica en general es altamente dependiente del sector de la construcción, el desempeño del mismo está relacionado con el comportamiento general de la economía ecuatoriana.

El sector de la construcción en el mercado ecuatoriano es uno de los más importantes, genera un alto ingreso económico en las inversiones realizadas, también es un impulsador para la creación de empleo y para resolver la demanda de vivienda en el país.

Abarca todas las actividades tanto publicas como privadas, y sobre todo en donde el área de la vivienda y sus acabados, es de gran peso frente al PIB, siendo un generador del 9% en el 2008 y del 9.5% para el 2009 de toda la actividad económica del país, según el Banco Central, como se ve en el gráfico No. 2.1, la participación de la construcción en el PIB desde 1995 ha sido importante, y cada año ha ido en incremento.

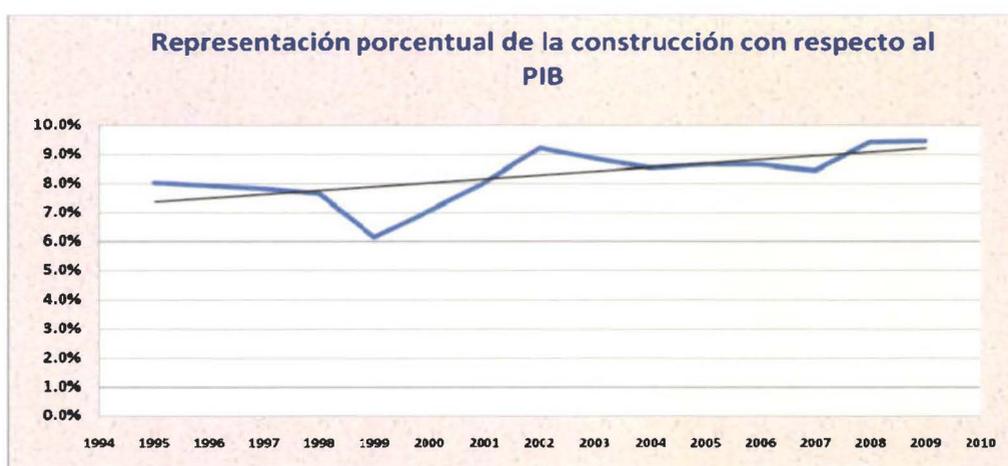


Gráfico No. 2.1 Representación porcentual construcción respecto al PIB

Nota: Los datos de los años 2005 es semidefinitivo; 2006 es provisional; 2007, 2008 y 2009 son previsionales  
 Fuente: Banco Central del Ecuador  
 Elaborado: Mónica Pilco

La construcción ha ido desarrollando un crecimiento, como se lo puede evidenciar en el gráfico No 2.2, desde el año 1995 hasta el año 2008, a pesar de la deflación que se tuvo en los años 1998 por el fenómeno del niño, 1999 por la crisis financiera lo cual implicó la cierre de varios bancos importantes; y en el año 2003 por el cambio de gobierno que adquiriría un país que se estaba estableciendo con el cambio de moneda se debía aplicar ajustes en precios, como fue el caso de la gasolina.



Gráfico No. 2.2 PIB de la construcción. Tasa de variación anual

Nota: Los datos de los años 2005 es semidefinitivo; 2006 es provisional; 2007, 2008 y 2009 son previsionales

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Mónica Pilco



Gráfico No. 2.3 Evolución del PIB Real Total y PIB de la Construcción

Nota: Los datos de los años 2005 es semidefinitivo; 2006 es provisional; 2007, 2008 y 2009 son previsionales

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado : Mónica Pilco

En el año 2008 existe un ingreso para el sector de \$2.123.902 miles de dólares, el cual en comparación con el año 2004 de \$1.673.003 miles de dólares, que ya se tiene una economía más estable, existe un incremento del 26.95%.

El 2009, ha sido diferente a los años anteriores, se inicio con una crisis mundial que afectó principalmente al sector de la construcción, esta situación en el país también ha generado desconfianza sobre todo en el sector financiero que ha disminuido la otorgación de créditos hipotecarios, pero se tiene una esperanza en los préstamos que el IESS a analizado entregar 270 millones de dólares<sup>1</sup>, y en los del Banco del Pacifico.

Con respecto a las fuentes de trabajo que proporciona este sector se estima es de 400 mil personas<sup>2</sup>, pero es una cifra subestimada por cuanto la construcción es un sector considerado de mano de obra intensiva, es decir, que realmente este sector proporciona más fuentes de trabajo que otro sector en el país, además promueve otras industrias, sobre todo en materiales de construcción, acabados, decoración, entre otros; lo que indica que el sector da lugar a más de 400 mil puestos de trabajo directa o indirectamente.

A pesar de la crisis actual, y en base a la información analizada se puede verificar que el sector en el Ecuador está en un constante desarrollo siendo un buen incentivo para la compañía el poder constatar que a pesar de las crisis que ha existido en el país, el PIB del sector no ha tenido una disminución considerable que implique un alto riesgo.

---

<sup>1</sup> Revista Bienes Raíces Clave. Lorena Galarza. Crédito Hipotecario. Edición 12 Octubre 2009. Pag. 42

<sup>2</sup> Revista Bienes Raíces Clave. Unidad de Investigación. El peso de la construcción en la Economía Nacional. Edición 8 Marzo 2009. Pag. 52

## 2.1.2 Ciclos Económicos

Los productos y servicios que ofrece la compañía se encuentran afectados en especial por dos factores, el clima y las políticas económicas.

Todo proceso relacionado a la construcción se ve afectado por el clima, siendo así que verano es la época que se aprovecha de mejor manera el desarrollo de cualquier proyecto arquitectónico, ampliación o remodelación, lo cual se puede evidenciar en los resultados de la encuesta que en estos meses se tiene un incremento pequeño de preferencia, sin embargo todos los demás meses se identifica que hay clientela que le gustaría hacer trabajos de pintura, como se observa en el análisis del mercado.

Mes	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
% Aceptación	2.67%	2.67%	5.33%	4.00%	6.67%	8.00%	16.00%	22.67%	12.00%	5.33%	10.67%	4.00%

Tabla No. 2.1 Preferencia cliente a pintar – mes año

Elaborado: Mónica Pilco

Por otra parte, las Políticas Económicas, que se apliquen en el país influyen directamente en el sector de la construcción, sobre todo cuando afecta al sistema bancario, puede variar las tasas con las que se maneja el sistema financiero, o aun más pueden disminuir los préstamos que los bancos estén proporcionando para créditos hipotecarios o ampliaciones.

## 2.2 Análisis del Mercado

### 2.2.1 Mercado Objetivo

La Cámara de Comercio de Quito, presenta información sobre acabados de vivienda, se puede evidenciar el crecimiento que ha tenido los últimos años en metros cuadrados de obra residencial del Ecuador y Quito (Gráfico 2.4 y 2.5), sobre todo en el año 2001 y 2004 existe un incremento considerable de construcción de metros cuadrados alcanzando sobre todo 1.4 millones de m<sup>2</sup>.

Los años siguientes se tiene una disminución que oscila en 1 millón de m<sup>2</sup> de construcción, esto equivale a 143 nuevos edificios en Quito aproximadamente de 10 pisos con 4 departamentos por piso, de 150 m<sup>2</sup> cada uno, para tener una idea de lo grande que es el mercado en la ciudad. Cabe recalcar que estos valores son valores corresponden únicamente a la construcción residencial.



Gráfico No. 2.4 Construcción residencial Ecuador

Fuente: Revista Bienes Raíces Clave, Edición No. 8 Marzo 2009  
Elaborado: Mónica Pilco

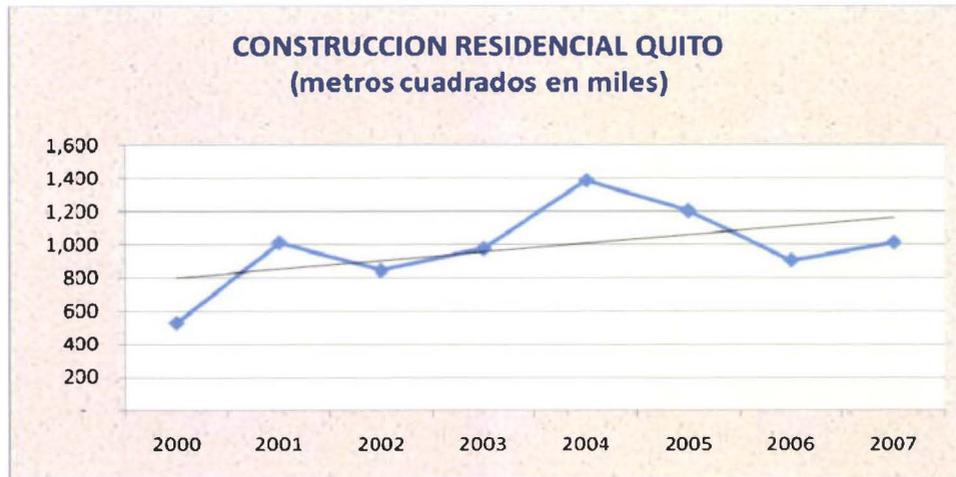


Gráfico No. 2.5 Construcción residencial Quito

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado: Mónica Pilco

El mercado ecuatoriano está en crecimiento debido a la inversión pública, luego de la compra por parte del IEES de la cartera Hipotecaria a la banca privada y los préstamos otorgados por la misma institución a sus afiliados, se tiene mayor confianza por parte del sector de la construcción y por ende mayor inversión, ya que existe construcción de nuevas viviendas, continuación de proyectos, ampliaciones y remodelaciones.

Se puede evidenciar que en los últimos años los créditos hipotecarios han ido en crecimiento, sobre todo en por los créditos otorgados pro el IEES, lo cual ha ayudado a un reavivido a la construcción, a diferencia del 2009 que ha existido una leve caída debido a la crisis mundial que ha afectado al país.

Después de este análisis el mercado objetivo que se quiere alcanzar esta enfocado a propietarios de viviendas que no dispongan de tiempo o conocimiento necesario para remodelar sus viviendas.

## 2.2.2 Mercado Potencial

En base al estudio realizado en el capítulo I y al mercado objetivo identificado la empresa se enfocará en un mercado residencial de Quito y los valles aledaños, que ha crecido enormemente en construcciones desde el año 2002. Es así que para hacer un análisis de mercado objetivo se ha obtenido información del INEC desde el año 2002 al 2007, en el cual indica el número de permisos de construcciones que han sido otorgados, tabla 2.2:

INFORMACION INEC - EDIFICACIONES (PERMISOS DE CONSTRUCCION)							
	2007	2006	2005	2004	2003	2002	TOTAL
Quito	702	777	462	632	502	511	3586
Alangasi	13	15	5	6	10	14	63
Amaguaña	4	3	1	1	2	3	14
Conocoto	66	44	15	28	34	38	225
La Merced	1	0	1	1	2	0	5
Tumbaco	49	22	18	24	44	46	203
<b>TOTAL</b>	<b>835</b>	<b>861</b>	<b>502</b>	<b>692</b>	<b>594</b>	<b>612</b>	<b>4096</b>

Tabla No. 2.2 Permisos de construcción

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos - INEC  
Elaborado: Mónica Pilco

Se tiene una demanda primaria de 4096 permisos de construcción, la empresa tomará como mercado referencial el 51.2% promedio de ocupación plena de los tres últimos años indicados por el INEC, es así que se realizará varias encuestas (Anexo No. 1), para obtener un análisis más detallado de lo que desean los clientes y ha donde se enfocará a brindar los servicios la empresa.

En base al número de muestra obtenida se realizaron un total de 53 encuestas, que se analizaron y tabularon, Anexo No 2, obteniendo las siguientes principales conclusiones:

**Nivel Económico:** Las encuestas realizadas, fueron entregadas a personas de un nivel económico medio y medio alto (ocupación plena).

**Rango Edad:** Se enfocará en personas entre 30 y 50 años, que es el 87%.

**Localización de la Propiedad:** La ubicación preferencial es el sector Norte de Quito con un 66%, y el valle de los chillos con un 17%, por lo que la empresa abarcará estas zonas en su inicio.

**Dueño de la Propiedad:** Existe 91% que tiene por lo menos una propiedad

**Tipo de Propiedad:** El mayor número de propiedades fueron casas mayores a 100 m2 con un 48%, seguido por un 35% de departamentos o suites.

**Tomar decisión de pintar la propiedad:** Un 90% tienen la potestad de realizar arreglos de pintura en la propiedad.

**Años de la Propiedad:** Se tiene un alto porcentaje de propiedades de 1 a 3 años con un 44%, seguido por un 29% en propiedades de 4 a 8 años, por lo que se refleja lo indicado por INEC en el número de permisos concedidos para construcciones los últimos 7 años.

**Frecuencia que se realiza un trabajo de pintura en la propiedad:** Lo realizan cada 2 años el 33%, cada año el 20% y rara vez cuando sea necesario el 22%. La tendencia es: realizar arreglos a las propiedades por lo menos una vez a los dos años, y dentro de este tiempo cuando sea necesario.

**Contrataciones para arreglos:** En trabajos realizados en las propiedades se evidencia que lo realizan con un seguimiento personal, contratando a pintores el 55% y albañiles 27%, constatando que no lo realizan con una persona profesional que de asesoramiento en la obra.

**Conocen empresa que brinda servicios de pintura:** El 94% no conocen de una empresa que ofrezca los servicios de pintura arquitectónica, conocen a pintores, ó a la constructora que fue quien ejecutó el proyecto de su vivienda, se encuentran medianamente satisfechos con los servicios prestados. Esto afianza la gestión de la empresa, al ofrecer lo que en verdad necesita el cliente.

**Los elementos necesarios para realizar un proyecto:** De los identificados, al que dan mayor importancia es a la Calidad de la Pintura, seguido por la Calidad del Servicio y Calidad en Materiales; sin mayor importancia a la Diversidad del Servicio, esto lleva a identificar que al cliente lo que le interesa es un buen servicio con un trabajo final óptimo que evidenciará la calidad de materiales utilizados y sobre todo el asesoramiento profesional brindado.

**Pagos preferidos:** El cliente prefiere el efectivo y tarjeta de crédito, pero las transferencias y el pago con cheque también es solicitado.

**Servicios preferidos por el cliente:** Los clientes se orientan a un servicio más personalizado, sobre todo se enfoca a pinturas de interiores y exteriores, para lo cual se asesorará profesionalmente lo ideal para cada ambiente en base a lo que solicite el cliente, adicionalmente el relacionarse directamente con la

empresa con un seguimiento continuo del avance de la obra, se sentirá tranquilo del trabajo que se realiza. Solicitan limpieza terminada la obra.

**Meses apropiados para pintar:** Los meses más apropiados son los de verano, desde Junio a Septiembre, y el mes de noviembre, pero existen clientes que le es indiferente los meses y todo depende de la necesidad que se tenga. Se puede decir que es cíclico el negocio, con un porcentaje de incremento del 20% en el verano en proyectos, con respecto a los otros meses.

**Tiempo limitado para pintar la propiedad:** La mayoría de encuestados tiene su tiempo limitado para poder realizar mejoras a su propiedad con un 85%, motivo para el cual la empresa se enfocará a personas que tienen un trabajo y que no tienen el conocimiento profesional para dar seguimiento a la obra.

**Personas contratarían los servicios de la empresa:** Se obtuvo una aceptación del 81%, quienes estarían contratando a la empresa para que realice todos los trabajos de pintura arquitectónica en sus propiedades.

### **2.2.3 Estimación del Segmento**

Se lo realiza en base a metros cuadrados residenciales construidos en Quito, se tomará del año 2001 al 2003 (años que las residencias ya necesitan adecuaciones que implica pintura arquitectónica según encuesta), teniendo en cuenta el porcentaje de ocupación plena promedio del 51.2% y el 81% de aceptación obtenido en la encuesta, el tamaño de mercado estaría en 1,167,437 m<sup>2</sup> residenciales que necesitarían trabajos en pintura.

AÑO	M2	51.2% OCUPACION PLENA	81% ACEPTACIÓN M2	30% MERCADO EMPRESA
2001	1.015.000	519.680	420.941	126.282
2002	850.000	435.200	352.512	105.754
2003	950.000	486.400	393.984	118.195
TOTAL	2,815,000	1,441,280	1,167,437	350.231

Tabla No. 2.3 Mercado en m2 enfoque de empresa

Fuente: Revista Bienes Raíces Clave, Edición No. 8 Marzo 2009  
Elaborado: Mónica Pilco

Tomando en cuenta a toda la competencia y al manejarse la empresa con un modelo conservador, se enfocará a tomar un 30% del mercado que son 350,231 metros cuadrados residenciales.

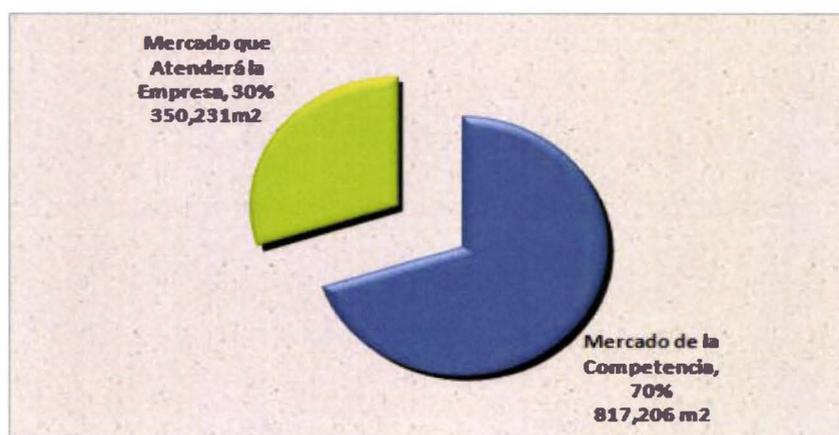


Gráfico No. 2.6 Mercado que se enfocará la empresa

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

El crecimiento se lo estimará en base a información de construcción proporcionado por la Superintendencia de Compañías, de acuerdo a los años del 2006 al 2008, se tiene un crecimiento promedio del 10% anual.

## **2.2.4 Perfil del Consumidor**

- Dueño de propiedad(es)
- Edad entre 30 y 50 años
- Nivel económico medio y medio alto con posibilidades de pago
- Propiedades ubicadas en Quito, preferible norte de Quito y valles aledaños sobre todo Valle de los Chillos
- Tiempo limitado para realizar adecuaciones, por tener ocupaciones diarias, especialmente trabajo
- Las propiedades mayores a 4 años de construcción
- Interesados por un buen servicio y asesoramiento para pintar su casa

## **2.3 Análisis de la Competencia**

Como principales competidores se identificó a empresas que tienen las mismas características para evaluarlas y obtener amenazas y ventajas. No se realizó análisis de albañiles ni pintores, ya que según el mercado objetivo, solicitaría apoyo de una compañía como estudiada.

### **2.3.1 Principales Participantes y Competidores**

#### **2.3.1.1 DEKORA**

**Características:** Es la competencia más directa en el mercado Ecuatoriano. Es una empresa con trayectoria y experiencia en pintura profesional.

**Servicios:** Servicio profesional para proyectos de pintura en interiores y exteriores, Técnicas decorativas, revestimientos y otros servicios que se adicionan para la preparación de la pared y limpieza de la misma.

**Precio:** 2,40 dólares por metro cuadrado

#### **2.3.1.2 Secapint**

**Características:** Empresa con experiencia en la industria de la construcción por más de 20 años, dedicada a los acabados y decoraciones de pintura en interiores y exteriores de casas, edificios, etc.

**Servicios:** Acabados de Pintura como es estucos, texturas, revestimientos, lacas, estucos venecianos, esponjeados, envejecidos, etc.

**Precio:** 2,40 dólares por metro cuadrado

#### **2.3.1.3 Pinturas Don Polo**

**Características:** Es una empresa establecida en 1969, comercializa pinturas y afines para la ciudad de Quito. Es una empresa con trayectoria y experiencia en pintura profesional.

**Servicios:** Importación y venta de pintura, servicio profesional de pintura para medianos y grandes proyectos, lavado e impermeabilización de superficies, tratamientos especiales para madera y ladrillo visto. Además brinda servicios de pintura corporativa y publicitaria

**Precio:** 2,30 dólares por metro cuadrado

### **2.3.2 Posición Frente a la Competencia**

El servicio que se brinda frente a los de la competencia, se diferencian en entregar el mejor servicio, dando así la oportunidad de hacer visitas a domicilio ofreciendo desde un inicio confianza en el trabajo realizado. El supervisor realizará una cotización en ese momento tratando de ganar al cliente con los beneficios que tendría al contratar a la empresa.

Adicionalmente se ofrece limpieza luego de terminado el proyecto, y la tranquilidad en la ejecución del proyecto, sin necesidad que el cliente supervise todo el tiempo el trabajo.

### **2.4 Barreas de entrada**

- Economías de escala, al existir varios competidores fuertes, la empresa entrará con un enfoque de atender un mercado amplio para ofrecer sus servicios, por eso entrara con un valor por metro cuadrado competitivo.
- Diferenciación de producto, al entrar en un mercado donde existen competidores establecidos y conocidos por varios años, por lo que la empresa tendrá se distinguirá con el buen servicio que ofrece.
- Requisitos de capital, al tener la necesidad de invertir recursos financieros elevados, no sólo para la constitución de la empresa o instalaciones sino también para conceder créditos a los clientes, tener stocks, cubrir inversiones iniciales, etc. sobre todo los primeros 6 meses de establecida la empresa que no se tiene un estimado de ventas durante este tiempo.

- Curva de aprendizaje o experiencia, que la empresa debe adquirir con el tiempo, marca una importante limitación al tratar de enfrentarse a competidores ya con una alta experiencia.
- Política económica del gobierno, puede limitar el crecimiento de la empresa por medidas económicas que sean implementadas en el país, como un cambio de moneda que ya se pudo evidenciar en años anteriores, elevadas tasas de interés, nuevos impuestos, etc.

## **2.5 Análisis FODA del Proyecto**

### **2.5.1 Fortalezas**

- Mayor especialización en pintura arquitectónica dedicada exclusivamente en adecuaciones residenciales de interiores y exteriores, con un manejo personalizado, seguimiento directo de la obra y sobre todo de acuerdo a las necesidades del cliente.
- Se cuenta con una relación directa con la empresa proveedora de pintura, obteniendo descuentos especiales.
- El servicio tendrá un proceso de seguimiento mejor que el de la mayoría que se ofrece en el mercado al dar desde un inicio un asesoramiento directamente al cliente en donde lo requiera y garantizando la calidad del producto y desarrollo del trabajo.
- Se enfatiza el apoyo del 100% de la empresa en la obra sin que el cliente se preocupe por no tener los conocimientos necesarios ni el tiempo requerido para la ejecución de la misma.

## 2.5.2 Oportunidades

- La reactivación del sector inmobiliario por parte del IESS, que hace unos meses firmó un convenio para comprar cartera hipotecaria de 400 millones de dólares, y así inyectar liquidez en tiempos de contracción económica. Además de entregar préstamos con mayor plazo y menor tasa de interés, en el cual el plazo máximo es de 25 años con una tasa de interés que oscila entre el 8% y 11%, con un monto mínimo de crédito de 10.000 dólares, para compra de viviendas y adecuaciones.

2009	PRÉSTAMOS DIRECTOS
Enero	5
Febrero	7
Marzo	10
Abril	14
Mayo	15
Junio	27
Julio	32
Agosto	32
Septiembre	32
Octubre	32
Noviembre	32
Diciembre	32
<b>TOTAL</b>	<b>270</b>

Tabla No. 2.4 Préstamos IESS 2009

Fuente: Revista Bienes Raíces Clave, Edición No. 12 Octubre 2009

- Los créditos que otorga el Banco del Pacífico con una tasa de interés, la más baja del mercado del 5% y a 12 años plazos de acuerdo al plan de incentivos anunciado por el Gobierno Nacional para reactivar el sector de la construcción y generar fuentes de empleo. Toda persona puede solicitar el

crédito para viviendas de 25.000 dólares hasta 60. 000 dólares, siendo la institución bancaria quien financie hasta el 70% de la vivienda.

- El sector de la construcción ha tenido un crecimiento estos últimos años lo cual implica el desarrollo nuevos proyectos que en unos años serán clientes para la empresa.

### 2.5.3 Debilidades

- En el mercado existen empresas ya con algunos años trabajando en la venta de pintura profesional las cuales ya se encuentran posicionadas en el mercado y con clientes serios.
- Las ventas en el mercado de la construcción según la Súperintendencia de Compañía desde el 2006 al 2008, se tiene un crecimiento del 4% y 18% anual respectivamente, en el mismo que se encuentra la competencia. Como se indica en la tabla No 2.5, por lo que en el primer año no se podría superar un porcentaje promedio del 10%.

PERIODO	CONSTRUCCIÓN PINTURA VIVIENDA	VARIACIÓN ANUAL
2006	\$ 1.231.470.341.00	
2007	\$ 1.283.744.482.00	4.07%
2008	\$ 1.572.984.657.02	18.39%

Tabla No. 2.5 Crecimiento sector construcción – vivienda pintura

Fuente: Súper Intendencia de Compañías  
Elaborado: Mónica Pilco

- No trabajar con todas las marcas de pintura arquitectónica que existe en el Ecuador.

#### 2.5.4 Amenazas

- La situación económica política del país, al imponer medidas drásticas como cambio de moneda, impuestos adicionales, tasas de interés, etc, los mismos que afecten a no otorgar créditos hipotecarios o en su caso a los clientes a no solicitarlos, por la inestabilidad que pueda existir.
- Preferencia del cliente por realizar el trabajo con pintores y albañiles para abaratar los costos del proyecto

#### 2.5.5 Matriz de Análisis FODA

	<b>POSITIVAS</b>	<b>NEGATIVAS</b>
<b>EXTERIOR</b>	Oportunidades <ul style="list-style-type: none"><li>• Reactivación del sector inmobiliario por parte del IESS</li><li>• Créditos que otorga el Banco del Pacífico</li></ul>	Amenazas <ul style="list-style-type: none"><li>• Situación económica política del país</li><li>• Preferencia del cliente por realizar el trabajo con pintores y albañiles</li></ul>
<b>INTERIOR</b>	Fortalezas <ul style="list-style-type: none"><li>• Especialización en pintura arquitectónica residencial</li><li>• Relación directa con la empresa proveedora de pintura</li><li>• Proceso de seguimiento mejor que la que ofrece el mercado</li><li>• Apoyo total en el desarrollo de la obra.</li></ul>	Debilidades <ul style="list-style-type: none"><li>• No trabajar con todas las marcas de pintura</li><li>• Porcentaje de venta pequeño</li><li>• Empresas competidoras posicionadas</li></ul>

### **2.5.6 Futuras Estrategias de la Empresa**

- La empresa se enfocará en hacer crecer las fortalezas, ofreciendo siempre un mejor servicio para sus clientes, siendo ejemplar en el mercado Quiteño, y así poder obtener mayor clientela que se sienta satisfecha del trabajo que ha contratado.
- Aprovechará las oportunidades que ofrece al momento el IESS con sus préstamos para vivienda nueva y adecuaciones, además de los créditos que otorga el Banco del Pacífico, y así las propiedades que se construyan en este momento serán clientes para años futuros.
- Se trabajará para disminuir las debilidades posicionándose en el mercado gracias a un buen servicio, demostrando que el trabajo que ofrece la empresa es realizado con un precio justo que no se verá como un gasto sino como una buena inversión y así tener un porcentaje de ventas prometedor.
- Estar preparados para las amenazas identificadas sobre todo en las decisiones económico políticas que puede afectar al no realizar adecuaciones de pintura arquitectónica, de manera que se pueda ofrecer promociones y facilidades de pago.

### **3. Estrategia de Mercadeo**

#### **3.1 Concepto del Producto y Servicio**

##### **3.1.1 Descripción y Características**

“Home & Color “, se enfocará a la venta servicio profesional con mano de obra calificada, proporcionando productos de excelente calidad, y sobre todo brindará atención con visita a domicilio por parte del supervisor para identificar la propuesta inicial. La venta se divide en dos grupos:

- Venta de pintura línea arquitectónica y de construcción
- Servicio profesional con mano de obra calificada

##### **3.1.1.1 Venta de Pintura Arquitectónica y de Construcción**

Después de un estudio de las marcas de pinturas con mejor rentabilidad y excelente calidad, en base a entrevistas realizadas a personas del medio, se identificó como la mejor opción los productos que ofrece Adheplast, Fabricados y Distribuidos por Gerardo Ortiz.

La marca fue seleccionada por elaborar productos Ecuatorianos con calidad similar a las mejores pinturas nacionales, los pagos al proveedor se facilita a 60 días, en relación de 30 días que solicitaban la competencia; y sobre todo en base al prestigio adquirido al ser seleccionada como pintura arquitectónica en algunos centros comerciales de la ciudad.

Adheplast, facilita una amplia gama de colores para hacer las combinaciones que el cliente requiera según el proyecto a realizar y así obtener trabajos con acabados impecables. "Home & Color" proporcionará para la venta productos que abarquen todo el ciclo que involucra la pintura profesional en un proyecto:

- **Preparadores de superficie**

Una buena preparación de la superficie es la clave para obtener un buen resultado en el acabado, por tal motivo se debe revisar que la superficie cumpla con las siguientes características: limpia, seca, sin polvo, sin jabón, moho, grasas, aceite, óxidos u otros contaminantes. Para obtener una superficie propicia se deberá aplicar los productos de acuerdo a la necesidad. Al realizar un buen trabajo se podrá garantizar una vida más larga de la pintura.

- **Producto terminado**

Se tiene variedad en calidad y colores; para que con la ayuda de un experto se pueda seleccionar las mejores tonalidades de acuerdo al gusto del cliente y a la estructura que presente el proyecto a ser trabajado.

- **Complementarios**

Para superficies que no se aplica pintura se cuenta con productos de aspecto transparente que recubre superficies para darles protección a la luz natural y al medio ambiente, además previene resquebrajamiento de la superficie.

### **3.1.1.2 Servicio Profesional con Mano de Obra Calificada**

La empresa contará con profesionales expertos en el sector de la construcción, teniendo una amplia experiencia en acabados de inmuebles en pintura arquitectónica, la aplicación eficiente de la misma y sobre todo del análisis minucioso de lo más recomendable para cada proyecto que sea contratado los servicios de "Home & Color". Gracias al profesionalismo que se demuestre, los clientes confiarán en el trabajo ofrecido y brindado por la empresa, además que será una firma segura para contratos futuros. Para la ejecución del proyecto se contratará mano de obra especializada.

### **3.1.2 Fortalezas Contra la Competencia**

Al contar con variedad de productos Ecuatorianos fabricados por Adheplast, se puede lidiar con la competencia demostrando la excelente calidad y garantía con la que trabaja la empresa, con precios accesibles a los clientes. Se incentiva el comercio del país con productos ya conocidos y que brindan confianza al cliente. Los productos que ofrece la marca seleccionada se pueden evidenciar en el Anexo No. 3

### **3.1.3 Debilidades Contra la Competencia**

La empresa al ser nueva no es conocida en el medio, por lo que esto dificultará a un inicio el dar a conocer los productos y servicios profesionales que se ofrece, siendo una limitación en el primer año entrar con presencia en el mercado Ecuatoriano.

## **3.2 Estrategia de Distribución**

### **3.2.1 Alternativas de Penetración**

Al enfocarse en un producto y servicio diferenciado en el mercado, se ha encaminado a brindar al mercado seleccionado una buena imagen con un servicio excelente. Realizando visitas de inserción con promociones de los productos y servicios que ofrece la empresa, empezando por barrios residenciales del norte de de la ciudad y en los Valles de los Chillos y Cumbayá, así abarcar un mercado con clientes propietarios de inmuebles que a simple vista requieran una remodelación.

Se dará a conocer los beneficios al contratar a la empresa y presentará un presupuesto de acuerdo a las necesidades del cliente. Una vez que se acepte la propuesta ya sea personalmente, por teléfono o correo electrónico, se procederá a enviar al supervisor a conocer el proyecto sea grande o pequeño, para poder empezar con el estudio del mismo, levantar toda la propuesta formal y alcance de la obra, de esta manera se podrá tener en un documento la constancia del trabajo a realizar.

La empresa se dará a conocer por medios publicitarios como radio, prensa, internet, esto se lo vera a mas detalle en Estrategia de Medios.

Siempre se brindará un trato personalizado, por lo que contará con un vendedor, para acercamiento con el cliente, logrando siempre que tengan confianza en el trabajo profesional que se realizará.

### **3.2.2 Alternativas de Comercialización**

Al ubicarse la empresa en una zona céntrica de Quito, es un punto estratégico para poder llegar a los proyectos en corto tiempo utilizando vehículo, así poder abarcar un área considerable de la ciudad. Además, el contar con una bodega de tamaño medio en el valle de los Chillos se podrá abarcar proyectos de los valles aledaños a la ciudad y sur de Quito de esta manera el producto y servicios llegará a clientes de la mayor parte de la ciudad.

De esta manera, la empresa realizará ventas directamente en el almacén, en internet, llamadas telefónicas o en su caso visitas de su vendedor.

Para los proyectos en ejecución se trasladará el supervisor en vehículo de la empresa controlando la obra y asignando el material al personal encargado en cada trabajo.

### **3.2.3 Estrategias de Ventas**

La empresa estará enfocada a la venta de productos y servicios en la ciudad de Quito y los valles aledaños, para personas sin tiempo de realizar el seguimiento de la misma, sin importar el sector tan sólo que el proyecto sea viable y factible el desarrollo. Brindando el mejor servicio para que el cliente sienta confianza del producto que se le proporciona.

Se orientará primero en ventas de persona a persona, abarcando primero el sector norte donde se encontrará ubicada la empresa, siendo un factor positivo que esta zona está enfocada a la venta de materiales de construcción, y al

estar en un punto estratégico continuará expandiéndose con otros sectores dentro de la ciudad Quito. Gracias a la bodega ubicada en el Valle de los Chillos se visitará la zona residencial de los valles aledaños al sur de Quito.

La página de Internet, es una opción muy acorde a la actualidad, para presentar los servicios de la empresa y poder recopilar información básica del cliente para llamarle telefónicamente, y en el caso que lo requiera hacerle una visita personal.

La prensa escrita, y la publicidad en radio, será de ayuda para dar a conocer los servicios de "Home & Color", así entrar en la mente del cliente, como una empresa preocupada por el tiempo a emplear en el desarrollo de cualquier proyecto a ejecutar. -

El servicio personalmente que se entregué al cliente será el mejor, sin que implique tiempo perdido para el cliente el visitarnos, o preocupaciones de realizar un proyecto con excelentes resultados.

#### **3.2.4 Presupuesto**

De acuerdo al análisis de distribución realizado se requiere de un espacio físico en Quito, el costo del mismo es de \$700 mensuales, y está conformado de 250 m<sup>2</sup>, que incluye una pequeña bodega, el almacén y un espacio para oficinas, lugar donde estará concentrada la operación de la empresa. En el valle de los Chillos se tiene identificada una bodega de 80 m<sup>2</sup> a un costo de \$250 mensuales.

Adicionalmente para el transporte del material hacia cada proyecto y movilización del supervisor se requiere de una camioneta cubierta Fiat 2009 cotizada en \$14.000, y gasto en mantenimiento y movilización de \$ 250.

### **3.2.5 Tácticas de Distribución**

La empresa busca siempre la oportunidad de abaratar costos, y tener alternativas de distribución eficaces para lo cual se enfocará en seguir las siguientes tácticas:

- La compra de material se la realizará directamente con el proveedor solicitando la entrega siempre en la oficina principal, para llevar el inventario correcto de la misma, de esta manera se distribuirá a su bodega en el Valle, teniendo en cuenta el número de proyectos aledaños al mismo.
- Al contratar un proyecto nuevo, el supervisor presentará al encargado(s) de la ejecución de la obra, y entregará el material máximo para una o dos semanas, dependiendo del tamaño.
- Al tener varios proyectos contratados el supervisor pasará por cada uno de ellos, siguiendo una guía de entrega de material si así lo requiriese, ó solo realizando la supervisión.

## **3.3 Estrategia de Precios**

### **3.3.1 Condiciones de pago**

El pago será realizado el 50% a la firma del contrato y la diferencia a la entrega del proyecto Costo del producto

### 3.3.2 Análisis de costos

Se obtuvo el precio sobre los costos de productos y mano de obra que se requiere para la venta del servicio, que solvente los gastos adicionales como sueldos, arriendo, servicio público, publicidad, movilización, mantenimiento, seguro, licencia de funcionamiento y la garantía.

CALCULO PRECIO CON COSTOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Galones RESINPLAST	\$ 52,667.28	\$ 59,672.02	\$ 67,608.40	\$ 76,600.32	\$ 86,788.16
Galones MASIPLAST	\$ 22,126.20	\$ 25,068.98	\$ 28,403.15	\$ 32,180.77	\$ 36,460.82
Galones DISCOVERY ESP	\$ 79,446.41	\$ 90,012.78	\$ 101,984.48	\$ 115,548.42	\$ 130,916.36
Brochas Wilson	\$ 7,424.90	\$ 8,412.41	\$ 9,531.26	\$ 10,798.92	\$ 12,235.17
Rodillos	\$ 7,424.90	\$ 8,412.41	\$ 9,531.26	\$ 10,798.92	\$ 12,235.17
COSTOS MATERIAL	\$ 169,089.68	\$ 191,578.61	\$ 217,058.56	\$ 245,927.35	\$ 278,635.69
COSTO MANO DE OBRA	\$ 197,997.28	\$ 224,330.92	\$ 254,166.93	\$ 287,971.13	\$ 326,271.29
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 367,086.96</b>	<b>\$ 415,909.53</b>	<b>\$ 471,225.49</b>	<b>\$ 533,898.48</b>	<b>\$ 604,906.98</b>
VALOR POR METRO CUADRADO	\$ 1.48	\$ 1.53	\$ 1.57	\$ 1.62	\$ 1.67
PRECIO POR METRO CUADRADO	\$ 2.00	\$ 2.06	\$ 2.12	\$ 2.19	\$ 2.25
VENTAS	\$ 494,993.20	\$ 560,827.30	\$ 635,417.33	\$ 719,927.83	\$ 815,678.24

Tabla No. 3.1 Costos Anuales – Precio por metro cuadrado

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

### 3.3.3 Identificación precio

En el mercado el metro cuadrado de servicio de pintura arquitectónica con profesionales se encuentra en un promedio de \$ 2.4. En base al análisis financiero para cubrir los costos que implica la ejecución por metro cuadrado la empresa ha evaluado que el precio del servicio por metro cuadrado puede oscilar entre \$ 2 a \$ 2.25, eso dependerá de cada proyecto que se trabaje y a las necesidades del mismo. Se identificó como \$ 2, como valor mínimo ya que en base a los metros cuadrados que vamos a cubrir en el primer año 247,496.60 m<sup>2</sup>, era el precio que representaba rentabilidad a la empresa.

### **3.4 Estrategia de Promoción**

“Home & Color”, para captar el mayor número de clientes dentro del mercado al que se encuentra enfocado, ofrecerá promociones por inicio de la venta de los servicios que ofrece, dentro de las cuales presentará beneficios como:

- Evaluación gratuita de la propiedad
- Asesoramiento profesional para selección de pintura
- Seguimiento continuo de la evolución del proyecto

Las promociones están incluidas dentro del costo del servicio, pero no se la identificará como un rubro adicional. Estas promociones fueron seleccionadas, por que al cliente le interesa conocer los beneficios que ofrece una empresa al iniciar su posición en el mercado.

### **3.5 Estrategia de Comunicación**

“Home & Color”, transmitirá por medio de la comunicación los beneficios que tendrá su clientela al contratar sus servicios, sobre todo presentando confianza con las relaciones adquiridas con sus compradores, desarrollo de proyectos en tiempos previstos, seguimiento del buen trabajo realizado y garantizando la limpieza al término de la obra.

En pocas palabras la empresa se enfocará en un eslogan *Pintando en Confianza*.

### **3.5.1 Selección de Medios**

Los medios de comunicación juegan un papel importante a la hora de difundir un mensaje, se ha seleccionado varios medios para transmitir éste:

- **Radio**

En base a la cuota realizada se tiene como emisoras preferidas la Radio Disney, JC Radio la Bruja y Canela, se ha destinado un rubro de \$ 1,000.00 mensual para realizar publicidad por este medio.

- **Prensa escrita**

La empresa se enfocó a prensa destinada al consumo familiar, tanto en Diarios como revistas, se ha destinado \$ 400, que ayudará a solicitar avisos en El Comercio y Revista Vistazo.

- **Internet**

La empresa tendrá una página Web que presentará una descripción general de la misma, su misión, visión y objetivos; además pondrá a disposición todos los servicios con sus beneficios que ofrece.

La página receptorá datos importantes del cliente como: Nombre, Correo Electrónico, Número de Teléfono y de un pequeño detalle de los servicios que requiere de la empresa, para que un vendedor se comunique con él.

Para este servicio se trabajará con Interactive, que pone a disposición un servicio completo de de Dominio, Hosting y desarrollo de la pagina, el cual le

permitirá una independencia total en la administración y manejo del sitio web.

Los costos anuales se detallan a continuación:

SERVICIO	VALOR
Dominio – (www.homecolor.com.ec)	\$ 67.20
Hosting	\$ 55.90
Pagina Web	\$ 280.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 403.00</b>

Tabla No. 3.2 Costos servicios internet

Fuente: Interactive  
Elaborado: Mónica Pilco

- **Hojas Volantes**

Se diseñará hojas volantes con la información de la empresa, con sus servicios y productos, reflejando una empresa seria que imprime confianza a sus clientes. Con esta información se podrá realizar visitas a clientes, en sus hogares y lugares de trabajo.

Los costos de 20000 volantes de 10 y 10 a color y terminación es de \$360 los cuales serán para 12 meses.

### **3.5.2 Tácticas Relacionadas con la Comunicación**

- En toda publicidad que presente se hará énfasis en que la empresa es seria y responsable que cumple con lo ofrecido
- El logotipo de la empresa estará siempre tanto en la publicidad escrita, como en hojas preimpresas, página de Internet y en todo objeto visible.

- Con la confianza brindada a su clientela solicitará buenas opiniones y referencias de ellos siendo este mecanismo una opción para atraer clientela. Para lo cual siempre se pedirá ya sea verbalmente, o por e-mail sus comentarios del trabajo realizado y las recomendaciones.
- Se solicitará a una empresa de sistemas que envíe correos masivos, legales con publicidad de la empresa.
- A cada cliente satisfecho se le entregará una carta de agradecimiento por entregar a la empresa toda la confianza de ingresar a su hogar y ofrecerle el mejor servicio en pintura profesional.

## **3.6 Estrategia de Servicio**

### **3.6.1 Garantía y Servicio Postventa**

Al ser una empresa seria y responsable con el trabajo que realiza, ofrece confianza a sus clientes, se preocupa por brindar los mejores servicios, por lo que con cada proyecto se presenta una garantía por la calidad de sus servicios.

La garantía se orientará en dar un seguimiento por un tiempo prudente, de 3 meses a cada trabajo, el mismo que a los dos meses de entregada la obra se llamará al cliente para identificar su satisfacción, ó para identificar si tiene alguna novedad.

Al existir un problema se procederá a identificar cual es el motivo, realizando una visita y haciendo una evaluación, si ésta se debe a una falla por calidad de servicio, será solventado lo más antes posible para que el cliente no pierda la

confianza en la empresa, caso contrario, no entrará en la garantía pero se le podrá ofrecer servicios como postventa.

La postventa, se la realizará dando un seguimiento cada año al proyecto, contactándose con el cliente para ofrecerle los servicios para el año siguiente, de esta manera siempre se sentirá importante, y no se le dará oportunidad de cambiar de empresa para ejecutar sus ideas.

Se ha identificado un 2% de garantía en base a el valor de materiales vendidos como un valor para poder solventar pequeñas falencias si existieran, el costo hombre está incluido en el obrero que trabaja a tiempo completo, se lo puede identificar en el capítulo VI.

### **3.6.2 Mecanismos de atención a clientes**

- Atención al cliente vía telefónica, al identificar que un cliente necesite los servicios que ofrece la empresa, se comunicará directamente y entablará una relación más directa, haciéndolo sentir importante.
- Presentación de servicios a domicilio, cuando se identifica que necesitan, se le recomienda al cliente una visita sin compromiso para evaluar el proyecto.
- Ofrecer a los clientes lo que necesitan, apoyando sus ideas para que lo que tienen en mente sea cumplido, así al terminar el proyecto se sienta satisfecho con el trabajo.
- Buena atención en ventas dentro del almacén, se ofrecerá los servicios que la empresa posee, en base su requerimiento.

- Ofrecer sugerencias profesionales, de acuerdo al proyecto que tenga cada cliente en mente se presentará las mejores alternativas en acabados de pintura y en colores, para que seleccione la mejor oferta.
- Productos de calidad, ofreciendo toda la gama de colores que posee Adheplast.
- Seguimiento profesional del proyecto.
- Sugerencias para decoración, tanto en interiores como en exteriores.
- Garantizar limpieza, que es el fin del proyecto.

### **3.6.3 Formas de pago**

La empresa trabajará con: efectivo, cheque y transferencia bancaria. Se selecciono estas formas de pago para facilidad de los clientes y de la empresa, teniendo en cuenta que para iniciar los proyectos el cliente deberá cancelar 50% y lo restante al terminar el trabajo, conociendo que en promedio un trabajo se demora 30 días.

Para aceptar la forma de pago al contado a un cliente se seguirá las siguientes políticas de calificación de cliente:

- Identificar la edad del cliente, mientras mayor edad es más serio el negocio
- Lugar donde trabajar y confirmación del mismo
- Identificar el lugar de residencia y confirmar

### 3.6.4 Comparación de políticas de servicio con la competencia

Servicio	“Home & Color”	DEKORA	SecaPint	Pinturas Don Polo
Atención a cliente vía telefónica	X	X	X	
Presentación de servicios a domicilio	X	X	X	
Ofrecer a los clientes lo que necesitan	X	X	X	X
Ofrecer varias formas de pago	X	X	X	X
Buena atención en ventas dentro del almacén	X			X
Ofrecer sugerencias profesionales	X	X	X	X
Productos de calidad	X	X	X	X
Seguimiento profesional del proyecto	X	X	X	
Sugerencias para decoración	X			
Garantizar limpieza	X			

Tabla No. 3.3 Comparación de políticas de servicio con la competencia

Elaborado: Mónica Pilco

### 3.7 Presupuestos

Los costos en que se incurren en la aplicación de cada estrategia, se ha resumido en la siguiente tabla:

<b>PRESUPUESTO MENSUAL ESTRATEGIAS</b>	
<b>Estrategia de distribución</b>	<b>Valor</b>
Arriendo oficina América	\$ 700.00
Arriendo Bodega Los Chillos	\$ 250.00
Movilización y Mantenimiento	\$ 250.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,200.00</b>
<b>Estrategia de Promoción</b>	<b>Valor</b>
Evaluación proyecto	-
Asesoramiento profesional	-
Seguimiento profesional	-
<b>TOTAL</b>	<b>-</b>
<b>Estrategia de Comunicación</b>	<b>Valor</b>
Radio	\$ 1.000.00
Prensa escrita	\$ 400.00
Internet	\$ 34.00
Hojas volantes	\$ 30.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,464.00</b>
<b>Estrategia de Servicio</b>	<b>Valor</b>
Garantía 2% de costo materiales utilizados	\$ 3.381.79
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3,381.79</b>
<b>TOTAL ESTRATEGIAS</b>	<b>\$ 6,045.79</b>

Tabla No. 3.4 Costos implementación estrategia de mercado

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

### 3.8 Proyección en Ventas

Las ventas se las proyectará en base a las siguientes consideraciones:

- En base al análisis del mercado identificado, los metros cuadrado del año 2001 al 2003; que es 350,231 m<sup>2</sup>, puesto que son construcciones que ya tienen más de 5 años y requieren adecuaciones, según encuesta realizada,

a este valor se identifica los meses de venta de julio a diciembre 247.496 m<sup>2</sup>, el mismo se tomará como mercado de venta inicial en el primer año y siendo una empresa conservadora se fijará este mercado como base para el crecimiento anual para los siguientes años.

- El incremento en ventas será del 10% anual, que es un promedio del crecimiento del mercado de la construcción en diseño y pintura de vivienda, identificado en el análisis de mercado.
- El crecimiento en costos será del 3% promedio de inflación
- Los seis meses de inicio de la empresa, no se ha considerado ventas

PROYECCIÓN MENSUAL VENTAS SERVICIO - PRIMER AÑO												
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE
Ventas %	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	22.67%	12.00%	5.33%	10.67%	4.00%
Mercado m <sup>2</sup>	-	-	-	-	-	-	56.036.97	79.385.70	42.027.72	18.678.99	37.357.98	14.009.24
PRECIO POR METRO CUADRADO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2.00	\$ 2.00
TOTAL VENTAS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 112.073.93	\$ 158.771.40	\$ 84.055.46	\$ 37.357.98	\$ 74.715.96	\$ 28.016.48

Tabla No. 3.5 Proyección mensual ventas servicio – Primer año

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

PROYECCION ANUAL VENTAS DE SERVICIO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mercado m <sup>2</sup>	247,496.60	272,246.26	299,470.89	329,417.98	362,359.77
PRECIO POR METRO CUADRADO	\$ 2.00	\$ 2.06	\$ 2.12	\$ 2.19	\$ 2.25
VENTAS	\$ 494,993.20	\$ 560,827.30	\$ 635,417.33	\$ 719,927.83	\$ 815,678.24

Tabla No. 3.6 Proyección anual ventas de servicio

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

## 4. Operación

### 4.1 Descripción de los Productos y Servicios – Ficha Técnica

FICHA TÉCNICA PRODUCTO – SERVICIO	
Nombre:	Pintura arquitectónica y de construcción
Descripción:	Preparadores de superficie
Características del Producto:	Buena preparación de la superficie es la clave para obtener un buen resultado en el acabado. Para obtener una superficie propicia se deberá aplicar los productos de acuerdo a la construcción a trabajar.
Almacenamiento:	Conservar el producto en ambiente fresco y seco resguardado de la humedad. El producto debe almacenarse en lugares cubiertos y al cobijo de heladas. Aplicar preferentemente antes de 12 meses después de su fabricación.
Precaución de la Superficie:	Debe estar libre de polvo, aceite, material de construcción suelto y otros contaminantes
Color:	Blanco
Tiempo Secado:	Luego de aplicar alrededor de 12 horas

<b>FICHA TÉCNICA PRODUCTO – SERVICIO</b>	
Nombre:	Pintura arquitectónica y de construcción
Descripción:	Producto terminado
Características del Producto:	Las pinturas varían en calidad y de acuerdo a la superficie de la construcción que se vaya a aplicar, el mismo que será evaluado antes de iniciar con trabajo.
Almacenamiento:	Conservar el producto en ambiente fresco y seco resguardado de la humedad. El producto debe almacenarse en lugares cubiertos y al cobijo de heladas. Aplicar preferentemente antes de 12 meses después de su fabricación.
Precaución de la Superficie:	Antes de aplicar la pintura se debe haber preparado correctamente la superficie, para asegurar un trabajo de alta calidad.
Color:	Variedad
Tiempo Secado:	Luego de aplicar alrededor 5 horas

<b>FICHA TÉCNICA PRODUCTO – SERVICIO</b>	
Nombre:	Pintura arquitectónica y de construcción
Descripción:	Complementarios
Características del Producto:	Para superficies que no se aplica pintura se cuenta con productos de aspecto transparente natural que recubre superficies para darles protección a la luz natural y al medio

	ambiente, además previene resquebrajamiento de la superficie.
Almacenamiento:	Conservar el producto en ambiente fresco y seco resguardado de la humedad. El producto debe almacenarse en lugares cubiertos y al cobijo de heladas. Aplicar preferentemente antes de 12 meses después de su fabricación.
Precaución de la Superficie:	Asegurar que la superficie este libre de grasa, aceite, polvo, moho, suciedad y otros contaminantes. Si la superficie está pintada verificar que no esté suelta o quebrada, de lo contrario arreglar perfectamente y luego aplicar
Color:	Variedad
Tiempo Secado:	Luego de aplicar alrededor 5 horas

FICHA TÉCNICA PRODUCTO – SERVICIO	
Nombre:	Servicio Profesional con Mano de Obra Calificada
Descripción:	Servicio de pintores y arquitectos expertos en pintura arquitectónica en interiores y exteriores
Características del Servicio:	Experiencia en acabados de inmuebles en pintura arquitectónica, la aplicación eficiente de la misma y sobre todo del análisis minucioso de lo más recomendable para cada proyecto.
Tiempo:	De acuerdo a la magnitud del proyectado de la obra

## **4.2 Descripción del proceso**

Se dividió la venta de servicio de un proyecto en: venta de producto y venta del servicio para tener diferenciado el proceso en cada fase a realizar.

### **4.2.1 Descripción Venta de Servicios**

Para la venta de servicios (gráfico No.4.1) se llevará el siguiente proceso:

1. Cliente se contacta con empresa y solicita un servicio
2. Vendedor atiende a cliente
3. Cliente indica que servicio necesita enfocado a su proyecto
4. Asesoramiento profesional y agenda una cita para conocer proyecto
5. Visita proyecto y cotiza en base al análisis realizado, de acuerdo a la opción más idónea que el cliente acepte
6. Identificación de productos y colores en base a la propiedad
7. Aceptación de cotización y firma del contrato, acordando fecha de inicio y fin de la obra
8. Contratación de mano de obra para ejecución del proyecto
9. Ejecución y seguimiento del proyecto
10. Entrega del proyecto con la limpieza garantizada
11. Aceptación por parte del cliente

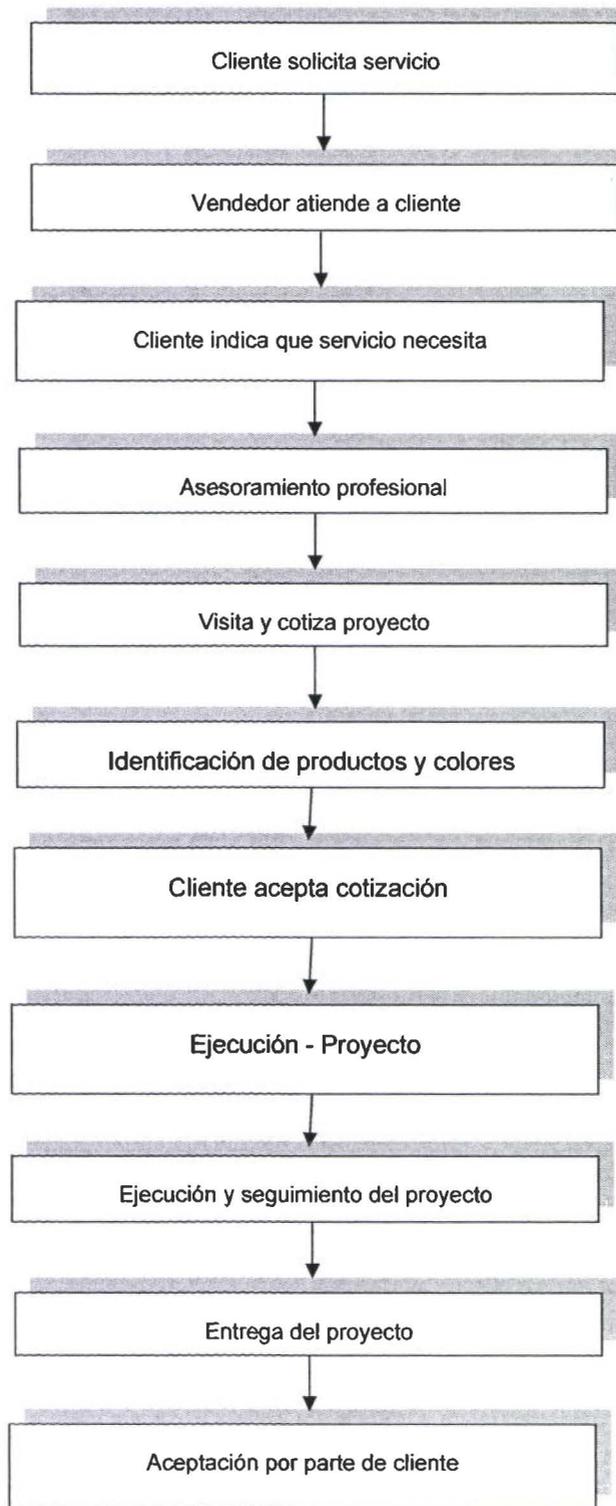


Gráfico No. 4.1 Descripción Venta de Servicios

Elaborado: Mónica Pilco

## 4.3 Necesidades y Requerimientos

### 4.3.1 Maquinarias y Equipos

Los equipos y maquinaria necesaria que deben ser adquiridos inicialmente por el inversionista, para alcanzar las ventas estimadas en el proyecto.

PRESUPUESTO MAQUINARIA - EQUIPOS			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
<b>Equipos - Computo</b>			
Computadoras de escritorio	2	\$ 650 00	\$ 1.300 00
Computador Portátil	1	\$ 1.000 00	\$ 1.000 00
Reguladores de voltaje	4	\$ 20 00	\$ 80 00
Impresora inyección	1	\$ 50 00	\$ 50 00
<b>Total Equipos Computo</b>			\$ 2.430 00
<b>Equipos - Maquinaria</b>			
Mezcladora	1	\$ 1.500 00	\$ 1.500 00
Agitadoras	1	\$ 700 00	\$ 700 00
Equipo de herramientas	1	\$ 50 00	\$ 50 00
Escaleras	2	\$ 100 00	\$ 200 00
Materiales de trabajo	*	\$ 500 00	\$ 500 00
<b>Total Maquinaria</b>			\$ 2.950,00
<b>Muebles y Enseres</b>			
Escritorio	4	\$ 140 00	\$ 560 00
Sillas de Escritorio	4	\$ 30 00	\$ 120 00
Sillas	6	\$ 15 00	\$ 90 00
Sofá de espera	1	\$ 100 00	\$ 100 00
Archivador	2	\$ 65 00	\$ 130 00
Mesa para junta	1	\$ 150 00	\$ 150 00
Anaqueles	2	\$ 30 00	\$ 60 00
Estanterías - Bodega	6	\$ 40 00	\$ 240 00
Librero	1	\$ 25 00	\$ 25 00
Telefax	1	\$ 120 00	\$ 120 00
Telefono con extensiones	2	\$ 35 00	\$ 70 00
<b>Total Muebles y Enseres</b>			\$ 1.665,00
<b>Vehiculos</b>			
Camioneta	1	\$ 14.000 00	\$ 14.000 00
<b>Total Vehiculos</b>			\$ 14,000.00
<b>Software</b>			
Admnsitracion - contable	1	\$ 1.500 00	\$ 1.500 00
<b>Total Software</b>			\$ 1,500.00
<b>TOTAL</b>			\$ 21,045.00

Tabla No. 4.1 Necesidades de Maquinaria y Equipos

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

Los cálculos de amortizaciones y depreciaciones se adjuntan en el Anexo No 4.

#### **4.3.2 Descripción de las Instalaciones Necesarias**

Se encuentran repartidas en dos localidades, la oficina principal Quito con su almacén y bodega; y la bodega localizada en el Valle.

En la oficina principal se adaptarán los equipos necesarios para la administración de la empresa, en donde se encontrará localizada las gerencias y los departamentos para manejar la misma.

Adjunto a la oficina se encontrará el almacén, el mismo que contará con toda la maquinaria necesaria para realizar las mezclas de pintura de acuerdo al proyecto a ser realizado, contará con dos estanterías para presentar los productos que se utiliza. En la bodega se encontrará 3 estanterías, para almacenar el material necesario para la ejecución de los proyectos.

La bodega del Valle contará con 6 estanterías, para almacenar el material necesario tanto como pintura como herramientas.

Las estanterías son de 2 metros de alto por 3 metros de ancho, con 0.75 metros de profundidad, las mismas que son de metal de 6 niveles.

#### **4.4 Plan de Producción**

En base a la proyección en ventas, se identifica la necesidad de inventario de materiales de excelente calidad, la cual se identifica en la tabla adjunta.

PLAN DE PRODUCCIÓN SERVICIO PRIMER AÑO												
DETALLE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ventas %	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%	16.00%	22.67%	12.00%	5.33%	10.67%	4.00%
Venta x m2	-	-	-	-	-	-	56 036.97	79 365.70	42 027.72	18 678.99	37 357.98	14 009.24
RESINPLAST Galones m2	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
MASIPLAST Galones m2	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
DISCOVERY ESP Galones m2	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
Brochas Wilson m2	0.01	0.005	0.005	0.005	0.005	0.005	0.005	0.005	0.005	0.005	0.005	0.005
Rodillos m2	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Mano Hombre m2	0.01	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
<b>Total Galones RESINPLAST</b>	-	-	-	-	-	-	2,241	3,175	1,681	747	1,494	560
<b>Total Galones MASIPLAST</b>	-	-	-	-	-	-	1,121	1,588	841	374	747	280
<b>Total Galones DISCOVERY ESP</b>	-	-	-	-	-	-	2,241	3,175	1,681	747	1,494	560
<b>Total Brochas Wilson</b>	-	-	-	-	-	-	280	397	210	93	187	70
<b>Total Rodillos</b>	-	-	-	-	-	-	560	794	420	187	374	140
<b>Total Mano Hombre m2</b>	-	-	-	-	-	-	1,121	1,588	841	374	747	280

Tabla No. 4.2 Plan de producción mensual – primer año

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

PLAN DE PRODUCCION SERVICIO PRIMER AÑO					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Venta x m2	247,496.60	272,246.26	299,470.89	329,417.98	362,359.77
RESINPLAST Galones m2	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
MASIPLAST Galones m2	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
DISCOVERY ESP Galones m2	0.04	0.04	0.04	0.04	0.04
Brochas Wilson m2	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Rodillos m2	0.01	0.01	0.01	0.01	0.01
Mano Hombre m2	0.02	0.02	0.02	0.02	0.02
<b>Total Galones RESINPLAST</b>	<b>9,900</b>	<b>10,890</b>	<b>11,979</b>	<b>13,177</b>	<b>14,494</b>
<b>Total Galones MASIPLAST</b>	<b>4,950</b>	<b>5,445</b>	<b>5,989</b>	<b>6,588</b>	<b>7,247</b>
<b>Total Galones DISCOVERY ESP</b>	<b>9,900</b>	<b>10,890</b>	<b>11,979</b>	<b>13,177</b>	<b>14,494</b>
<b>Total Brochas Wilson</b>	<b>1,237</b>	<b>1,361</b>	<b>1,497</b>	<b>1,647</b>	<b>1,812</b>
<b>Total Rodillos</b>	<b>2,475</b>	<b>2,722</b>	<b>2,995</b>	<b>3,294</b>	<b>3,624</b>
<b>Total Mano Hombre m2</b>	<b>4,950</b>	<b>5,445</b>	<b>5,989</b>	<b>6,588</b>	<b>7,247</b>

Tabla No. 4.3 Plan de producción anual

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

La adquisición de materiales para los proyectos, se realizará en base al análisis efectuado, lo cual implica identificar lo necesario a gastar en cada obra y después realizar la adquisición.

## 4.5 Plan de Compras

### 4.5.1 Proveedores

Se ha identificado tres proveedores para el abastecimiento de pintura:

- Grupo Gerardo Ortiz & Hijos, vendedor Frank Esteves. Proveedor seleccionado por ser distribuidor mayoritario de la pintura, quien puede abastecer en grandes cantidades. La entrega de los productos por la cantidad será en un promedio de 48 Horas.
- Megacolor, vendedor y dueño Sr. Francisco Mosquera. Para adquisiciones en menor cantidad, la entrega es inmediata.
- Ferretería el Sol. Para adquisiciones en menor cantidad, la entrega es inmediata.

Para obtener brochas y rodillos se ha identificado un proveedor principal Megacolor.

La mano de obra, será contratada a proveedores que ofrecen este servicio, como arquitectos, ingenieros civiles entre otros que cuentan con personal destinado para obras, a los que se les solicitará en base al número de proyectos que se realice por mes, los principales se detallan a continuación:

- Ing. Oscar Villacrés
- Arq. María Fernanda Espín
- Arq. Giovanni Villamarín

#### **4.5.2 Forma de Pagos**

Los proveedores, proporcionan un plan de pagos de 60 días, el cual no influye en el precio, por lo que la empresa trabajará con estas facilidades de pago.

Los proveedores de Mano de Obra, se le considera como un pago mensual, ya que con ellos se trabaja en efectivo.

#### **4.5.3 Control de Calidad**

Al realizar los pasos indicados, se puede verificar que los productos seleccionados, están cumpliendo con su objetivo de entregar excelente calidad en todo proyecto ejecutado.

- En la entrega del producto se revisará que se encuentre la marca de pintura y estén correctamente cerrados, sin ninguna falla.
- Al utilizar en el proyecto la pintura, se realizará una inspección del comportamiento de la misma en las diferentes paredes para identificar que no tengan problemas y sean correctamente manejadas por los obreros.
- Se realizará una evaluación al final del proyecto de los productos utilizados, identificando que los resultados obtenidos fueron de la mejor calidad.

## **5. Recursos Humanos**

### **5.1 Estructura Organizacional**

Al ser una empresa nueva, se ha enfocado en una estructura organizacional basado en funciones o procesos, que es sencilla para que la información fluya por los diferentes entes y exista una retroalimentación rápida para así poder atender los requerimientos de los clientes en un tiempo ideal. El organigrama planteado para iniciar con la empresa se lo identifica en el gráfico No. 5.1.

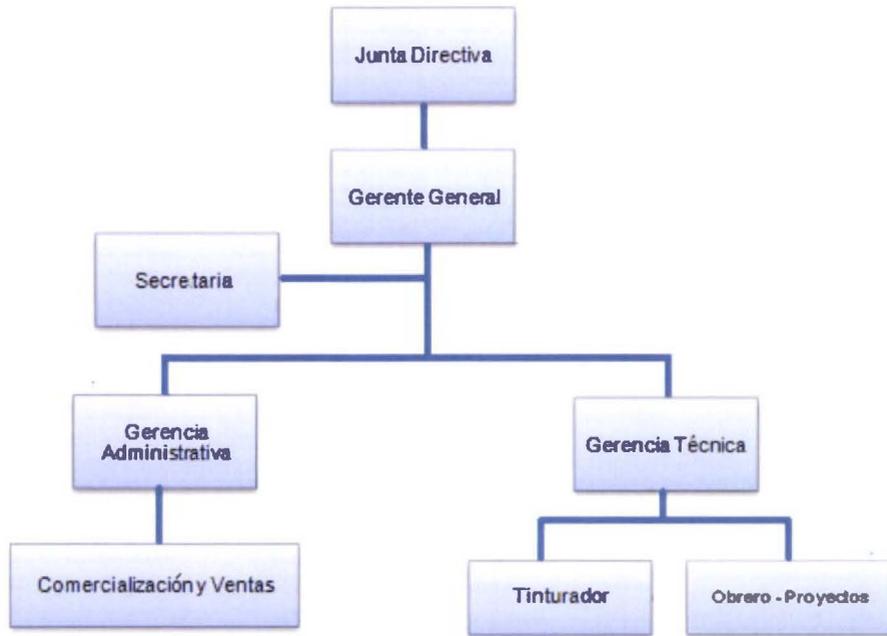


Gráfico No. 5.1 Organigrama "Home & color"

Elaborado: Mónica Pilco

La Junta Directiva se le considera como el máximo organismo en la empresa, su objetivo principal es desarrollar políticas, procedimientos, además fijarán metas a corto, mediano y largo plazo. Se conformará por los dos accionistas, gerente general y dos personas independientes con conocimientos de la industria de la construcción. Las juntas serán ejecutadas trimestralmente.

## 5.2 Competencias y Funciones Principales

### 5.2.1 Gerente General

Principales Competencias

- Administración y coordinación de equipos de trabajo
- Manejo eficaz de la motivación del personal
- Estructurar objetivos generales, con opiniones de las demás jefaturas

- Liderazgo y comunicación eficaz
- Flexible al cambio para desarrollo de la organización
- Dirección de personas para mejorar su formación y desarrollo
- Mentalidad abierta
- Plantear abiertamente los conflictos y manejarlos efectivamente
- Habilidad para comprender y dirigir todos los procesos de la organización

#### Principales Responsabilidades

- Responsable legal de la empresa
- Realizar y liderar el plan estratégico de la organización
- Coordinar las operaciones de la empresas
- Supervisar las jefaturas correspondientes
- Evaluar la gestión financiera, administrativa y técnica
- Revisar balances y aprobación de los mismos
- Delegar determinadas funciones para cada departamento
- Controlar el correcto manejo de los recursos asignados
- Aprobar adquisición para activos corrientes y fijos, además de materia prima
- Identificar optimizaciones tecnológicas para optimizar tareas y hacerlas eficientes y en menor tiempo

#### 5.2.2 Secretaria

##### Principales Competencias

- Persona de buen trato, amable, cortés y seria

- Excelente redacción y ortografía
- Facilidad de expresión verbal y escrita
- Proactiva y organizada
- Facilidad para interactuar en grupos
- Desempeñarse eficientemente en su área
- Buenas relaciones interpersonales
- Dinámica y entusiasta
- Capacidad para trabajar en equipo y bajo presión

#### Principales Responsabilidades

- Hacer una evaluación periódica de los proveedores para verificar el cumplimiento y servicios de éstos
- Recibir e informar asuntos que tenga que ver con el departamento correspondiente, para que todos estén informados
- Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa
- Hacer y recibir llamadas telefónicas para tener informado a los jefes de los compromisos y demás asuntos
- Obedecer y realizar instrucciones que le sean asignadas por jefaturas
- Receptar las necesidades de suministros de cada departamento y realiza solicitud de adquisición
- Realizar los tramites legales para el funcionamiento de la empresa
- Controla área de limpieza delega funciones y controla sus actividades
- Controlar asistencias y faltas del personal

### 5.2.3 Gerencia Administrativa

#### Principales Competencias

- Administración y coordinación de equipos de trabajo
- Manejo eficaz de la motivación del personal
- Liderazgo y Comunicación eficaz
- Mente abierta
- Administración de la información para generar mejores oportunidades
- Planificación y supervisión de operaciones financieras
- Generación de estrategias financieras
- Identificar posibles problemas financieros que puede tener la empresa
- Flexible al cambio para desarrollo de la organización
- Dirección de personas para mejorar su formación y desarrollo
- Habilidad para comprender y dirigir todos los procesos de la organización
- Mantener y mejorar las relaciones humanas y laborales entre la dirección y el personal
- Infundir credibilidad, confianza y respeto por parte de sus colaboradores

#### Principales Responsabilidades

- Se enfoca a tareas de finanzas, contabilidad y administración básica de recursos humanos.
- Dirigir, en coordinación con la Gerencia General, la elaboración de proyectos para crecimiento de la empresa
- Velar por la administración eficiente de los recursos

- Analizar los presupuestos para cada departamento y dar su aprobación para el desembolso respectivo con la autorización de la gerencia general
- Determinar las políticas de cobros, pagos y existencias mínimas en bodega
- Analizar los gastos, y solicitar justificación si son muy exagerados
- Realizar los análisis financieros respectivos
- Aprobación de gastos menores
- Realiza los flujos de caja mensuales
- Analizar un plan de inversión
- Analizar el financiamiento de la empresa
- Llevar los costos mensuales
- Realizar presupuesto de materiales para su departamento
- Velar por el correcto funcionamiento de los servicios básicos y el mantenimiento de los activos fijos
- Analizar el desempeño de cada empleado
- Desarrollar los perfiles de cada puesto
- Solicitar a cada departamento el desempeño semestral de cada subalterno
- Dar a conocer las políticas de personal y asegurar que se cumpla Llevar actualizada la nómina de la empresa y llevar roles de pago
- Conducir el proceso de selección de personal y realizar contratos respectivos

#### **5.2.4 Comercialización y Ventas**

Principales Competencias

- Administración y coordinación de equipos de trabajo
- Visión de nuevas oportunidades de venta
- Liderazgo y comunicación eficaz
- Flexible al cambio para desarrollo de la organización
- Mente abierta
- Plantear abiertamente los conflictos y manejarlos efectivamente
- Relación cordial con los clientes

#### Principales Responsabilidades

- Realizar estudios de mercado para incrementar los nichos de mercado
- Analizar a la competencia, precios, plaza, calidad, proveedores
- Analizar propuestas de proveedores, seleccionar las mejores
- Hacer análisis de mercado para identificar las necesidades del cliente
- Fijar precios a productos y promociones
- Publicidad con la que se va a llegar al consumidor
- Determinar los canales de distribución
- Determinar objetivos mensuales de ventas y el ingreso por ventas
- Evaluar capacidad adquisitiva de los clientes
- Mantener base de datos con actuales y posibles clientes Recuperar la cartera vencida
- Emisión de facturas y notas de crédito, reportes ventas, cartera vencida, etc
- Realizar cartas de presentación de la empresa

### 5.2.5 Gerencia Técnica

#### Principales Competencias

- Administración y coordinación de equipos de trabajo
- Mentalidad abierta y comunicación eficaz
- Flexible al cambio para desarrollo de la organización
- Plantear abiertamente los conflictos y manejarlos efectivamente
- Habilidad para asesorar a clientes en proyectos
- Facilidad para diseñar propuestas de acuerdo a requerimientos del cliente

#### Principales Responsabilidades

- Revisar los requerimientos de los clientes y emitir recomendaciones
- Realizar presupuesto de materiales por proyecto
- Realizar el contrato de nuevos proyectos
- Controlar la bodega
- Proponer varias alternativas para un proyecto eficaz
- Controlar el correcto manejo de los recursos asignados
- Identificar cambios tecnológicos para optimizar el trabajo
- Conocer los niveles mínimos y máximos de stock de materias primas
- Emitir la solicitud de las materias primas al departamento administrativo
- Determinar el correcto manejo de los materiales en cada proyecto
- Hacer visitas seguidas a los proyectos para controlar que las tareas asignadas sean cumplidas en base al contrato
- Controlar el correcto trabajo realizado por el personal

- Enviar al departamento administrativo el desempeño de cada empleado
- Analizar y estudiar la calidad de los materiales con que la empresa trabaja
- Llevar control del almacén y de los proyectos

### **5.2.6 Tinturador**

#### Principales Competencias

- Honesto y responsable con su trabajo
- Puntualidad
- Facilidad para respetar a su superior

#### Principales Responsabilidades

- Realizar mezclas diversas de pintura y crear colores
- Vender materiales y ofrecer servicios
- Ofrecer materiales de acuerdo a la solicitud del cliente
- Mantener limpio el local
- Promocionar los materiales que dispone la empresa

### **5.2.7 Obrero - Proyectos**

#### Principales Competencias

- Honesto y responsable con su trabajo
- Puntualidad en entrega de trabajo
- Facilidad para respetar a su superior

## Principales Funciones

- Cargar y descargar materiales en almacén y bodega
- Realizar trabajos pequeños que implique un solo obrero
- Pintar con materiales otorgados por la empresa
- Limpiar y apoyar en la limpieza de toda obra terminada
- Encargarse de la limpieza de la oficina, almacén y bodega
- Apoyo en entrega de materiales en cada proyecto con su superior

### 5.3 Requerimiento del personal

La compañía contratará el personal descrito en la tabla No.5.1, cuyos salarios están expuestos en el análisis financiero capítulo VI.

CARGO	CANTIDAD	FUNCIONES
Gerente General	1	Administración de la compañía
Gerente Administrativo	1	Administración finanzas y contabilidad recursos humanos
Gerencia Técnica	1	Coordinación de proyectos y almacén
Secretarias	1	Apoyo para el personal
Vendedores	1	Comercialización y ventas
Tinturador	1	Manejo de colores de pinturas y venta en el almacén
Obreros	1	Apoyo en la entrega de material visitas a proyectos varias tareas

Tabla No. 5.1 Plan de producción anual (m2)

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

### 5.4 Capacitación

#### 5.4.1 Determinación de las necesidades

En la actualidad las exigencias son cada vez mayores, por lo que la empresa necesita estar lista para afrontar nuevos retos como los avances tecnológicos

y así estar a la vanguardia de lo que exigen los clientes y mercados: mayor calidad y rapidez en el servicio.

"Home & Color", desde su inicio tiene en cuenta que sus funcionarios deben ser personas calificadas, y con estudios de acuerdo a su posición, así se identificará una capacitación y desarrollo continuos acorde a su experiencia y desempeño, se considera una inversión estratégica más que un gasto presupuestado.

#### **5.4.2 Objetivos de Capacitación y Desarrollo**

Propósito:

- Elevar el nivel de conocimiento e interacción del personal
- Proporcionar al personal los mecanismos y herramientas necesarias para hacer los procesos de forma más eficiente y rápida

Objetivos:

- Preparar al personal para la ejecución eficiente de sus responsabilidades
- Formar mejores canales entre la empresa y sus clientes
- Implementar procedimientos que faciliten el servicio a los clientes

#### **5.4.3 Métodos de Capacitación y Desarrollo**

Capacitación en el trabajo: Herramienta de carácter informal, los funcionarios que tienen un alto conocimiento y con habilidades para el funcionamiento del área, capacitará a un nuevo miembro del equipo, manteniendo y

potencializando la productividad. La experiencia de realizar el trabajo en vivo facilita la integración de la persona con sus futuras responsabilidades.

Mentoring y Coaching: Herramientas de guía y desarrollo para los individuos y las organizaciones. Se ha optado por este método porque se ha determinado que cada responsable de área es especialista en sus actividades por lo que una interacción a nivel personalizado logrará la transferencia óptima y en corto plazo de experiencias y conocimientos.

## **5.5 Implementación**

Se puede presentar ciertos inconvenientes principalmente el miedo al cambio, por lo que es necesario involucrar a todas las áreas y planificar las actividades en función de sus necesidades, y no simplemente imponerles lo que se cree necesiten. Adicionalmente se debe manejar cronogramas anuales de capacitación con los instructores y duración de cada curso para que cada área planifique su asistencia. Luego de cada capacitación se debe hacer una encuesta de retroalimentación para definir la aceptación del personal con la capacitación y aceptar sus sugerencias.

## **6. Financiación y Estructura de Negociación**

### **6.1 Gastos de Arranque**

Los gastos de arranque identificados se detallan en la tabla No. 6.1, adicionalmente de los gastos de constitución indicados en el capítulo I.

ANALISIS GASTOS	
DESCRIPCIÓN	ANUAL
Sueldos y Beneficios sociales	\$ 55.733.44
Arriendo	\$ 8.400.00
Servicios públicos	\$ 4.800.00
Gastos suministros	\$ 1.440.00
Gasto publicidad	\$ 17.568.00
Gasto seguro	\$ 3.600.00
Gasto garantía	\$ 3.381.79
Gasto Licencia Funcionamiento	\$ 300.00
Movilización y mantenimiento	\$ 2.400.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 97,623.23</b>

Tabla No. 6.1 Gastos de Arranque

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

## 6.2 Gastos de Personal

Los gastos anuales que involucra personal (Capítulo V), se encuentra en la tabla No. 6.2, en la cual incluye el sueldo y los beneficios sociales, de cada uno.

DETALLE	ANALISIS PRIMER AÑO									
	INGRESOS			EGRESOS		BENEFICIOS SOCIALES			TOTAL	
	SUELDO MENSUAL	INGRESOS APORTE IESS	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL LIQUIDO RECIBIR	APORTE PATRONAL	14to SUELDO	13er SUELDO	COSTO SUELDO MENSUAL	COSTO SUELDO ANUAL
Gerente General	950.00	950.00	950.00	88.83	861.18	105.93	20.00	79.17	1.066.27	12.795.20
Gerente Administrativo	850.00	850.00	850.00	79.48	770.53	94.78	20.00	70.83	956.13	11.473.60
Gerencia Técnica	750.00	750.00	750.00	70.13	679.88	83.63	20.00	62.50	846.00	10.152.00
Secretaria	400.00	400.00	400.00	37.40	362.60	44.60	20.00	33.33	460.53	5.526.40
Vendedores	500.00	500.00	500.00	46.75	453.25	55.75	20.00	41.67	570.67	6.848.00
Tinturador	400.00	400.00	400.00	37.40	362.60	44.60	20.00	33.33	460.53	5.526.40
Obrero	240.00	240.00	240.00	22.44	217.56	26.76	20.00	20.00	284.32	3.411.84
<b>TOTAL</b>	<b>4,090.00</b>	<b>4,090.00</b>	<b>4,090.00</b>	<b>382.42</b>	<b>3,707.59</b>	<b>456.04</b>	<b>140.00</b>	<b>340.83</b>	<b>4,644.45</b>	<b>55,733.44</b>

Tabla No. 6.2 Gastos de sueldos y beneficios primer año

Fuente: Cálculos propios  
Elaborado: Mónica Pilco

El cálculo a partir del segundo año se encuentran adjuntos en el Anexo No 5.

### **6.3 Obtención de Recursos**

Los inversionistas entregarán un capital de 68,000 dólares. Con el cual se podrá solventar lo gastos de arranque. Se realizará un Crédito, con una tasa de interés del 11.38% (Pymes), el crédito será por el valor de 14,530 dólares, el cual será enfocado para la compra de Activos Fijos, por lo que el plazo será de 60 meses. En anexo No. 6 se encuentra la amortización de la deuda.

### **6.4 Balance General, Pérdidas y Ganancias y Flujo de Caja**

#### **6.4.1 Balance General**

La inversión inicial es de 68,000 dólares, incluye los gastos de arranque del negocio, como son: constitución de la empresa, equipos de cómputo, maquinaria, muebles y enseres, vehículo y software. Se financia con un crédito por 14,530 dólares a una tasa efectiva de 11.38%.

Los activos fijos se han depreciado y amortizado de acuerdo a lo indicado por el reglamento indicado por el Servicio de Rentas Internas en la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.

Las formas de cobro y pago son en base a las ventas realizadas y a los días de plazo para cada uno indicado en el capítulo III.

El siguiente cuadro presenta el balance general para los primeros 5 años que la empresa funcionaría:

PROYECCION BALANCE GENERAL						
ACTIVO	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activo Corriente</b>						
Caja - Bancos	\$ 58 400.00	\$ 82 141.16	\$ 109 162.31	\$ 148 293.55	\$ 199 689.82	\$ 264 717.75
Cuentas por cobrar		\$ 30 513.28	\$ 34 571.55	\$ 39 169.56	\$ 44 379.11	\$ 50 281.54
Inventarios						
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 58.400,00</b>	<b>\$ 112.654,44</b>	<b>\$ 143.733,85</b>	<b>\$ 187.463,11</b>	<b>\$ 244.068,93</b>	<b>\$ 314.999,28</b>
<b>Activos No Corrientes</b>						
Equipo de Computo	\$ 2 430.00	\$ 2 430.00	\$ 2 430.00	\$ 2 430.00	\$ -	\$ -
Equipo Maquinaria	\$ 2 950.00	\$ 2 950.00	\$ 2 950.00	\$ 2 950.00	\$ 2 950.00	\$ 2 950.00
Muebles y enseres	\$ 1 665.00	\$ 1 665.00	\$ 1 665.00	\$ 1 665.00	\$ 1 665.00	\$ 1 665.00
Vehículo	\$ 14 000.00	\$ 14 000.00	\$ 14 000.00	\$ 14 000.00	\$ 14 000.00	\$ 14 000.00
<b>Total Activo No corriente</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 18.615,00</b>	<b>\$ 18.615,00</b>
<b>Otros Activos</b>						
Constitución empresa	\$ 1 585.00	\$ 1 585.00	\$ 1 585.00	\$ 1 585.00	\$ 1 585.00	\$ 1 585.00
Software	\$ 1 500.00	\$ 1 500.00	\$ 1 500.00	\$ 1 500.00	\$ -	\$ -
<b>Total Otros Activos</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 1.585,00</b>	<b>\$ 1.585,00</b>
(-) Depreciación Amortización		\$ 4 888.50	\$ 9 777.00	\$ 14 665.50	\$ 14 314.00	\$ 17 892.50
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 131.895,94</b>	<b>\$ 158.086,85</b>	<b>\$ 196.927,61</b>	<b>\$ 249.954,93</b>	<b>\$ 317.306,78</b>
PASIVO	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Pasivo corriente</b>						
Cuentas por pagar materiales		\$ 27 795.56	\$ 31 492.37	\$ 35 680.86	\$ 40 426.41	\$ 45 803.13
Cuentas por pagar mano de obra		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
15% Trabajadores		\$ 3 578.68	\$ 5 055.66	\$ 7 460.88	\$ 10 428.80	\$ 13 616.48
25% Impuesto a la renta		\$ 5 069.80	\$ 7 162.19	\$ 10 569.58	\$ 14 774.14	\$ 19 290.02
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 36.444,04</b>	<b>\$ 43.710,22</b>	<b>\$ 53.711,31</b>	<b>\$ 65.711,31</b>	<b>\$ 65.629,36</b>	<b>\$ 78.709,63</b>
Préstamo	\$ 14 530.00	\$ 12 242.51	\$ 9 680.68	\$ 6 811.62	\$ 3 598.48	\$ (0.00)
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 14.530,00</b>	<b>\$ 48.686,55</b>	<b>\$ 53.390,90</b>	<b>\$ 60.522,93</b>	<b>\$ 69.227,84</b>	<b>\$ 78.709,63</b>
PATRIMONIO	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital Social	\$ 68 000.00	\$ 68 000.00	\$ 68 000.00	\$ 68 000.00	\$ 68 000.00	\$ 68 000.00
Utilidad del Ejercicio		\$ 15 209.39	\$ 36 695.95	\$ 68 404.68	\$ 112 727.10	\$ 170 597.15
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 68.000,00</b>	<b>\$ 83.209,39</b>	<b>\$ 104.695,95</b>	<b>\$ 136.404,68</b>	<b>\$ 180.727,10</b>	<b>\$ 238.597,15</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 131.895,94</b>	<b>\$ 158.086,85</b>	<b>\$ 196.927,61</b>	<b>\$ 249.954,93</b>	<b>\$ 317.306,78</b>

## 6.4.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

Realizado en base a la proyección de ventas y producción (capítulo III). La variación en gastos y costos fue del 3% promedio de inflación. El cuadro siguiente presenta de manera ordenada y clasificada, los costos y gastos incurridos en la empresa por un periodo de 5 años.

PROYECCION ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 494 993,20	\$ 560 827,30	\$ 635 417,33	\$ 719 927,83	\$ 815 678,24
Costo Mano de Obra	\$ 197 997,28	\$ 224 330,92	\$ 254 166,93	\$ 287 971,13	\$ 326 271,29
Costo Materiales Vendidos	\$ 169 089,68	\$ 191 578,61	\$ 217 058,56	\$ 245 927,35	\$ 278 635,69
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 127.906,24</b>	<b>\$ 144.917,77</b>	<b>\$ 164.191,84</b>	<b>\$ 186.029,35</b>	<b>\$ 210.771,26</b>
Sueldos y Beneficios sociales	\$ 55 733,44	\$ 61 567,74	\$ 63 414,78	\$ 65 317,22	\$ 67 276,74
Arriendo	\$ 8 400,00	\$ 8 652,00	\$ 8 911,56	\$ 9 178,91	\$ 9 454,27
Servicios públicos	\$ 4 800,00	\$ 4 944,00	\$ 5 092,32	\$ 5 245,09	\$ 5 402,44
Gastos suministros	\$ 1 440,00	\$ 1 483,20	\$ 1 527,70	\$ 1 573,53	\$ 1 620,73
Gasto publicidad	\$ 17 568,00	\$ 18 095,04	\$ 18 637,89	\$ 19 197,03	\$ 19 772,94
Gasto seguro	\$ 3 600,00	\$ 3 708,00	\$ 3 819,24	\$ 3 933,82	\$ 4 051,83
Gasto licencia Funcionamiento	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 318,27	\$ 327,82	\$ 337,65
Gasto garantía	\$ 3 381,79	\$ 3 831,57	\$ 4 341,17	\$ 4 918,55	\$ 5 572,71
Movilización y mantenimiento	\$ 2 400,00	\$ 2 472,00	\$ 2 546,16	\$ 2 622,54	\$ 2 701,22
<b>TOTAL GASTO OPERATIVO</b>	<b>\$ 97.623,23</b>	<b>\$ 105.062,56</b>	<b>\$ 108.609,08</b>	<b>\$ 112.314,50</b>	<b>\$ 116.190,54</b>
Depreciación - Amortización	\$ 4 888,50	\$ 4 888,50	\$ 4 888,50	\$ 3 578,50	\$ 3 578,50
<b>TOTAL DEPRECIACION Y AMPORTIZACION</b>	<b>\$ 4.888,50</b>	<b>\$ 4.888,50</b>	<b>\$ 4.888,50</b>	<b>\$ 3.578,50</b>	<b>\$ 3.578,50</b>
Gastos Financieros	\$ 1 536,64	\$ 1 262,31	\$ 955,08	\$ 611,00	\$ 225,65
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 1.536,64</b>	<b>\$ 1.262,31</b>	<b>\$ 955,08</b>	<b>\$ 611,00</b>	<b>\$ 225,65</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 104.048,38</b>	<b>\$ 111.213,36</b>	<b>\$ 114.452,66</b>	<b>\$ 116.503,99</b>	<b>\$ 119.994,70</b>
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 23.857,87</b>	<b>\$ 33.704,41</b>	<b>\$ 49.739,18</b>	<b>\$ 69.525,36</b>	<b>\$ 90.776,56</b>
15% Trabajadores	\$ 3 578,68	\$ 5 055,66	\$ 7 460,88	\$ 10 428,80	\$ 13 616,48
<b>UTILIDADES ANTES DE IMP A LA RENTA</b>	<b>\$ 20.279,19</b>	<b>\$ 28.648,75</b>	<b>\$ 42.278,30</b>	<b>\$ 59.096,55</b>	<b>\$ 77.160,08</b>
25% Impuesto a la Renta	\$ 5 069,80	\$ 7 162,19	\$ 10 569,58	\$ 14 774,14	\$ 19 290,02
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 15.209,39</b>	<b>\$ 21.486,56</b>	<b>\$ 31.708,73</b>	<b>\$ 44.322,42</b>	<b>\$ 57.870,06</b>

### 6.4.3 Flujo de Caja Projectado

El siguiente cuadro muestra los flujos de caja para los primeros cinco años.

FREE CASH FLOW FOR THE FIRM					
Flujo Disponible	\$ 15 209,39	\$ 21 486,56	\$ 31 708,73	\$ 44 322,42	\$ 57 870,06
Depreciaciones - Amortizaciones	\$ 4 888,50	\$ 4 888,50	\$ 4 888,50	\$ 3 578,50	\$ 3 578,50
NOF	\$ 5 930,76	\$ 3 207,92	\$ 5 403,07	\$ 6 708,49	\$ 7 177,85
CAPEX	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3 930,00	\$ -
<b>Flujo de caja neto</b>	<b>\$ (82.530,00)</b>	<b>\$ 26.028,65</b>	<b>\$ 29.582,98</b>	<b>\$ 42.000,30</b>	<b>\$ 58.539,41</b>
<b>PAYBACK</b>	\$21 774,93	\$42 478,82	\$67 069,33	\$95 742,03	\$123 862,11
<b>PERIODO DE RECUPERACION</b>	3,55 AÑOS				
<b>CAPM</b>	22,16%				
<b>WACC</b>	19,53%				
<b>VALOR ACTUAL</b>	\$258 020,20				
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	\$41 332,11				
<b>TIR</b>	36,66%				

La Tasa Interna de Retorno (TIR), en base al análisis de 5 años es del 36.66%, se observa una buena rentabilidad para los inversionistas. El cálculo de la perpetuidad, con un 2% de crecimiento de la industria, valor adoptado por estar en crecimiento, el mismo que es menor al 3% de la industria de la construcción, para ser más conservadores, da un Valor Actual de 258,020.20 dólares, y con

un tiempo de recuperación de 3 años y medio, valores muy interesantes para realizar la inversión.

El giro de negocio de la empresa es sensible al precio de venta del servicio y al precio de costos de material y mano de obra; adicionalmente al porcentaje de crecimiento que se planifique llegar como objetivo en determinado año.

Se puede apreciar el impacto de las diferentes variables, para lo cual se ha considerado dos escenarios adicionales, con cambios en los parámetros siguientes

Escenario Pesimista, porcentaje de crecimiento en ventas 5%. Precio inicial en ventas primer año 2.00 dólares. Se obtuvo la TIR de 24.56% y un Valor Actual de 176,257.68 dólares

Escenario Optimista, porcentaje de crecimiento en ventas 10%. Precio inicial en ventas primer año 2.10 dólares. Se obtuvo la TIR de 63,52% y un Valor Actual de 379,917.14 dólares

La descripción de los balances y flujos proyectados se lo puede identificar en el anexo 10 y 11 respectivamente.

## 7. Conclusiones y Recomendaciones

### Conclusiones

- El proyecto estudiado es viable en el mercado Quiteño ya que existe un alto porcentaje de crecimiento de construcciones por año y por ende al pasar el tiempo las mismas necesitaran reparaciones en pintura arquitectónica.
- El plan de negocio es tentador para un inversionista puesto que presenta una alta rentabilidad del 36%, en un escenario con parámetros aceptables expuestos en base al estudio realizado.
- Al ser un plan negocio de un proyecto que no está en marcha, la inversión inicial es alta, para poder cubrir todos los gastos iniciales y de arranque, pero al mismo tiempo da excelente rentabilidad, y el tiempo de recuperación es en 3 años y medio.
- Existen varias marcas de pintura en el mercado Ecuatoriano, pero con pocas facilidad de pagos para sus clientes, sobre todo las que son más conocidas. La marca utilizada da muy buenas formas de pago y es de excelente calidad.
- Al realizar el análisis financiero se identificó que el monto adecuado para iniciar con la ejecución de la empresa es en capital Social 68.000 dólares y una deuda de 14.530.
- Los tres escenarios indicados demuestran que el proyecto es muy susceptible a cambios en precios, metros cuadrados enfocados y crecimiento en ventas, lo cual influye en la utilidad neta del ejercicio.

- La empresa tiene una liquidez aceptable, es así que tiene asegurada sus deuda a corto plazo puesto que tiene en promedio tres veces más en relación a sus pasivos corrientes.
- La forma de pago y cobro que se decidió adoptar, está permitiendo que trabajar con dinero del proveedor, está financiando sus operaciones de corto plazo con dinero que no es aún de la empresa.
- La empresa tiene un alto nivel de capacidad para hacer frente a obligaciones a largo plazo.

### **Recomendaciones**

- Analizar nuevos proveedores anualmente para poder tener a tiempo una lista más detallada para los proyectos que se presenten
- Realizar alianzas con proveedores, sobre todo con los que proporcionan mano de obra, para tener seguro los hombres necesarios a utilizar.
- Identificar de manera adecuada a los clientes, para ejecutar proyectos sin ningún problema por desacuerdos iniciales.
- Evaluar como se encuentra la industria de la construcción en la fecha donde se ejecute el plan de negocios.

## 8. Bibliografía y Anexos

### 8.1 Bibliografía

#### LIBROS:

- FINANZAS CORPORATIVAS. Ross, Westerfield y Jaffe (7ma edición). Mc Graw Hill.
- Brealey Richard, Myers Stewart. Principios de Finanzas Corporativas. McGrawHill.

#### REVISTAS:

- Fuente: Revista Bienes Raíces Clave Edición No. 8 Marzo 2009
- Fuente: Revista Bienes Raíces Clave, Edición No. 12 Octubre 2009

#### INTERNET:

- <http://www.bce.fin.ec>
- <http://www.supercias.gov.ec>
- <http://www.gerencie.com/codigos-ciiu.html>
- <http://www.ecuadorencifras.com/cifras-inec/empleo.html>
- <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcs.asp?Cl=2&Lg=3&Co=45>
- <http://www.auladeeconomia.com/articulosot-14.htm>
- [http://www.dolarizacionecuador.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=276&Itemid=26](http://www.dolarizacionecuador.com/index.php?option=com_content&task=view&id=276&Itemid=26)
- <http://www.scribd.com/doc/10061386/Tesis-de-Maestria>
- <http://www.baquia.com/actualidad/noticias/9252/modelo-de-plan-de-negocio>

- [http://foros.emagister.com/imagenes\\_foros/1/2/9/5/9//201190TESIS%20MBA%204.doc](http://foros.emagister.com/imagenes_foros/1/2/9/5/9//201190TESIS%20MBA%204.doc)
- <http://www.pinturascondor.com/>
- <http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=ec&v=67&l=es>
- <http://www.uasb.edu.ec/UserFiles/File/pdfs/DOCENTES/CARLOS%20LARRA/LarreaDolarizacionfinal06.pdf>
- <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000898>
- [http://www.pinturasdonpolo.com/pages/03\\_servicios.html](http://www.pinturasdonpolo.com/pages/03_servicios.html)
- <http://www.pintoresprofesionales.com/legal.php>
- [http://www.camindustriales.org.ec:7778/portal/page/portal/Camara/Comunicados/Notiempresarial/2009/23\\_1.pdf](http://www.camindustriales.org.ec:7778/portal/page/portal/Camara/Comunicados/Notiempresarial/2009/23_1.pdf)
- <http://download.microsoft.com/download/2/0/f/20f914dc-6666-496d-897b-1bb11de7dcde/basicmarketingplan.dot>
- <http://www.monografias.com/trabajos35/productora-granadilla/productora-granadilla2.shtml>
- <http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000955>
- <http://www.lacamaradequito.com/dmddocuments/instructivosalarial2009.pdf>
- <http://www.ccquito.org/content/view/400/56/>
- <http://www.abogadosenlinea.ec/modelos-escritos/modelos-de-minutas/64-minuta-compania-responsabilidad-limitada>
- <http://www.bomberosquito.gov.ec>
- [http://www.conquito.org.ec/creaempresa/index.php?option=com\\_content&task=view&id=22&Itemid=126](http://www.conquito.org.ec/creaempresa/index.php?option=com_content&task=view&id=22&Itemid=126)

- <http://www.mailxmail.com/curso-secretaria-ejecutiva/mision-perfil-funciones-secretaria>
- <http://www.apuntesgestion.com/2006/06/29/que-es-la-estrategia-de-comunicacion/>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Estrategias\\_de\\_comunicaci%C3%B3n](http://es.wikipedia.org/wiki/Estrategias_de_comunicaci%C3%B3n)
- <http://www.monografias.com/trabajos21/gestion-postventa/gestion-postventa.shtml>
- <http://www.e-mas.co.cl/categorias/marketing/dirrevennt.htm>
- <http://www.eumed.net/libros/2006c/210/1o.htm>
- <http://www.slideshare.net/jcfdezmx2/calculo-del-punto-de-equilibrio-presentation>
- <http://www.emprendimiento.unal.edu.co/EstrategiaDeMercado.pdf>
- <http://www.gestiopolis.com/canales7/mkt/marketing-estrategico-y-armas-de-promocion-2.htm>
- <http://www.monografias.com/trabajos15/analisis-de-mercados/analisis-de-mercados.shtml#Segmentaci%C3%B3n>
- <http://kailepdesign.wordpress.com/2008/03/09/como-se-puede-establecer-el-perfil-de-un-consumidor/>

## 8.2 Anexos

# Anexo No. 1 Encuesta

	<b>UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS</b>
<b>ENCUESTA</b>	
El objetivo de esta encuesta es conocer su valiosa opinión sobre la venta de pintura arquitectónica y servicio de mano de obra calificada en la ciudad de Quito. Su colaboración y sinceridad al responder la presente encuesta será de mucha utilidad para efectos de conocer las necesidades del mercado. No le tomará más de 10 minutos. <b>POR FAVOR MARQUE CON UNA "X" LA OPCIÓN QUE MÁS SE AJUSTE A SU RESPUESTA</b> Gracias por su colaboración	

Antes de iniciar con la encuesta, entiendase que "Propiedad" engloba a: vivienda, casa, departamento, suit, oficina, galpón, etc, que hace referencia a una o varias construcciones con acabados de pintura arquitectónica, tanto en su interior como en su exterior.

Indicaciones: Colocar X en donde ud considere conveniente

1. ¿ Usted es dueño de alguna propiedad ?

1. Si

2. No

2. ¿ Qué tipo de propiedad habita o posee ?

- 1 Departamento o suit
- 2 Casa menor a 100 m2
- 3 Casa mayor a 100 m2
- 4 Edificio
- 5 Hacienda
- 6 Otro


Especifique \_\_\_\_\_

3. ¿ Es usted la persona que toma la decisión de cuándo es el momento de pintar la propiedad en interiores o exteriores?

1. Si

2. No

En caso de respuesta negativa agradecemos su participación. / En caso de respuesta afirmativa por favor continúe

4. ¿ Cuántos años de construcción tiene la propiedad ?

- 1 Entre 1 a 3
- 2 Entre 4 a 8
- 3 Entre 9 a 14
- 4 Entre 15 a 20
- 5 Entre 21 a 30
- 6 Más de 31


Especifique \_\_\_\_\_

5. ¿ Con qué frecuencia le da arreglos arquitectónicos con acabados que involucre pintura, a la propiedad ?

- 1 Nunca
- 2 Dos vez por año
- 3 Cada año
- 4 Cada dos años
- 5 Rara vez
- 6 Otra


Especifique \_\_\_\_\_

6. ¿ Con quién realiza los arreglos arquitectónicos con acabados que involucre pintura, a la propiedad ?

- 1 Pintores
- 2 Albañiles
- 3 Arquitectos
- 4 Empresa especializada
- 5 otros


Especifique \_\_\_\_\_

7. ¿ Usted conoce alguna empresa que brinde servicios de pintura arquitectónica profesional ?

1 Si  2 No

8. Si contestó de manera afirmativa la pregunta 7 me podría indicar los nombres de 3 empresas que conoce

1 \_\_\_\_\_  
 2 \_\_\_\_\_  
 3 \_\_\_\_\_

9. Si contestó de manera afirmativa la pregunta 7 me podría indicar que tan satisfecho está de los servicios que presta dicha empresa

- 1 Muy satisfecho
- 2 Medianamente satisfecho
- 3 Poco satisfecho
- 4 Nada satisfecho


10. Establezca el orden de importancia de los siguientes elementos que considera relevantes para pintar su propiedad siendo 1 el más importante.

- 1 Calidad de la pintura
- 2 Calidad de Servicio
- 3 Tiempo acordado de entrega
- 4 Seguridad
- 5 Precio
- 6 Diversidad de servicio


- 7 Garantía de acabados
- 8 Limpieza al finalizar
- 9 Seguimiento profesional de la obra
- 10 Calidad de materiales utilizados


11. ¿ De que manera preferiría realizar el pago por estos servicios ?

- 1 Efectivo
- 2 Tarjeta de Débito
- 3 Tarjeta de Crédito
- 4 Otro


Especifique \_\_\_\_\_

12. A continuación se mencionan varios servicios que pueden ser ofrecidos por el negocio en análisis, podría usted indicar cuál(es) servicios estaría interesado(a) en tomar

- SERVICIO
- 1 Venta de pintura a domicilio
  - 2 Venta de servicio para pintura a domicilio
  - 3 Pintar en interiores
  - 4 Pintar en exteriores
  - 5 Seguimiento de la obra
  - 6 Decoración de interiores
  - 7 Decoración de exteriores
  - 8 Relacionarse directamente con la empresa
  - 9 Limpieza al terminar el trabajo

Si	No

13. ¿ En caso de utilizar este servicio, qué meses considera el más apropiado para hacerlo?

- 1 Enero
- 2 Febrero
- 3 Marzo
- 4 Abril
- 5 Mayo
- 6 Junio


- 7 Julio
- 8 Agosto
- 9 Septiembre
- 10 Octubre
- 11 Noviembre
- 12 Diciembre


14. ¿ Se siente limitado de tiempo (puede ser por su trabajo u otra actividad), para pintar su propiedad ?

1 Si  2 No

15. ¿ Ud. estaría dispuesto en contratar un servicio de pintura arquitectónica profesional, con seguimiento de obra y relación directamente con la empresa ?

1 Si  2 No

16. ¿ Tiene alguna sugerencia o algún servicio adicional que le gustaría le ofreciera la empresa ?

17. ¿ Qué emisoras generalmente escucha ?

- 1 Hot 106 Fuego (106.1)
- 2 JC Radio la Bruja (107.1)
- 3 Canela (106.5)
- 4 Rumba (94.5)
- 5 Radio Disney (90.5)
- 6 Joya Stereo (96.1)
- 7 Majestad FM (89.7)
- 8 Majestad FM (89.7)
- 9 Radio Latina (98.1)
- 10 HCJB (89.3)
- 11 Kiss FM (105.3)
- 12 Sonorama (103.7)
- 13 La Metro (88.5)
- 14 Radio Sucesos (101.7)
- 15 No escucha radio


Otras \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Por favor me puede ayudar con sus datos

Nombre:

Lugar de Trabajo:

Rango de edad:

1 Entre 20 y 30	<input type="checkbox"/>
2 Entre 31 y 40	<input type="checkbox"/>
3 Entre 41 y 50	<input type="checkbox"/>
4 Entre 51 y 60	<input type="checkbox"/>
5 Más de 61	<input type="checkbox"/>

Ubicación de su propiedad

1 Norte de Quito	<input type="checkbox"/>
2 Centro de Quito	<input type="checkbox"/>
3 Sur de quito	<input type="checkbox"/>
4 Valle Cumbaya	<input type="checkbox"/>
5 Valle de los Chillos	<input type="checkbox"/>

Muchas gracias por su amable atención

## Anexo No. 2 Tabulación Encuesta

### ANÁLISIS DATOS GENERALES

#### Rango de edad:

1 Entre 20 y 30	4	9%
2 Entre 31 y 40	34	76%
3 Entre 41 y 50	5	11%
4 Entre 51y 60	1	2%
5 Más de 61	1	2%
TOTAL	45	100%



#### Ubicación de su propiedad

1 Norte de Quito	31	66%
2 Centro de Quito	1	2%
3 Sur de quito	7	15%
4 Valle Cumbaya	0	0%
5 Valle de los Chillos	8	17%
TOTAL	47	100%



### ANÁLISIS PREGUNTAS

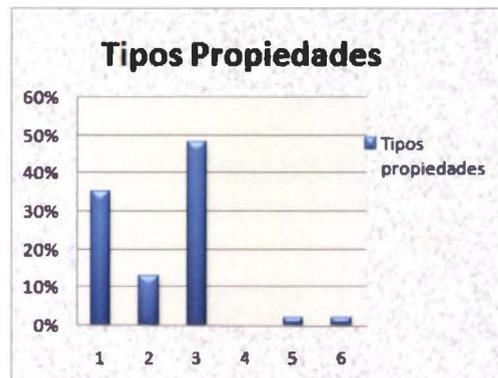
#### 1. ¿ Usted es dueño de alguna propiedad ?

1 Si	48	91%
2 No	5	9%
TOTAL	53	100%



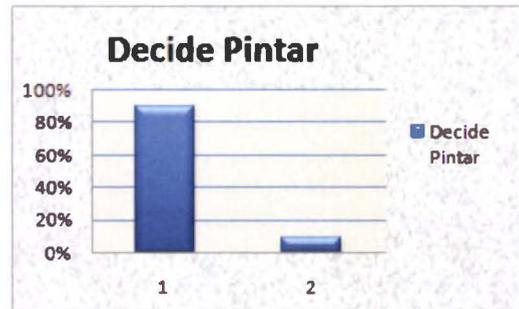
#### 2. ¿ Qué tipo de propiedad habita o posee ?

1 Departamento o suit	19	35%
2 Casa menor a 100 m2	7	13%
3 Casa mayor a 100 m2	26	48%
4 Edificio	0	0%
5 Hacienda	1	2%
6 Otro	1	2%
TOTAL	54	100%



3. ¿Es usted la persona que toma la decisión de cuándo es momento de pintar la propiedad en interiores o exteriores?

1 Si	48	91%
2 No	5	9%
TOTAL	53	100%



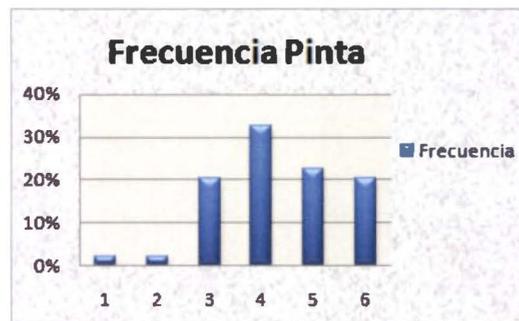
4. ¿ Cuántos años de construcción tiene la propiedad ?

1 Entre 1 a 3	21	44%
2 Entre 4 a 8	14	29%
3 Entre 9 a 14	3	6%
4 Entre 15 a 20	3	6%
5 Entre 21 a 30	6	13%
6 Más de 31	1	2%
TOTAL	48	100%



5. ¿ Con qué frecuencia le da arreglos arquitectónicas con acabados que involucre pintura, a la propiedad ?

1 Nunca	1	2%
2 Dos vez por año	1	2%
3 Cada año	10	20%
4 Cada dos años	16	33%
5 Rara vez	11	22%
6 Otra	10	20%
TOTAL	49	100%



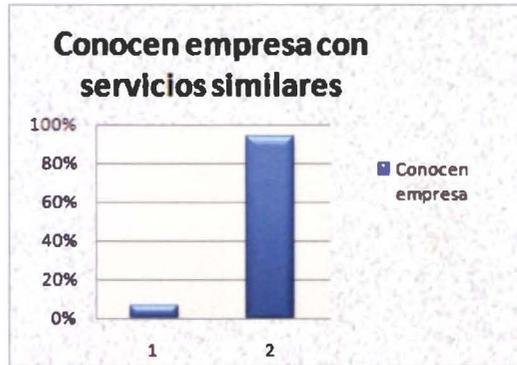
6. ¿ Con quién realiza los arreglos arquitectónicos con acabados que involucre pintura, a la propiedad ?

1 Pintores	30	55%
2 Albañiles	15	27%
3 Arquitectos	3	5%
4 Empresa especializada	2	4%
5 otros	5	9%
TOTAL	55	100%



7. ¿ Usted conoce alguna empresa que brinde servicios de pintura arquitectónica profesional ?

1	Si	3	6%
2	No	45	94%
TOTAL		48	100%



8. Si contestó de manera afirmativa la pregunta 7 me podría indicar los nombres de 3 empresas que conoce

- 1 Las compañías que venden pintura recomiendan alguna persona ejemplo Pintuco
- 2 Constructora Olympus
- 3 Proycon
- 4 Pintor Eduardo Ojeda
- 5 Consorcio J. Martínez

9. Si contestó de manera afirmativa la pregunta 7 me podría indicar que tan satisfecho está de los servicios que presta dicha empresa

1 Muy satisfecho	1
2 Medianamente satisfecho	2
3 Poco satisfecho	
4 Nada satisfecho	

10. Establezca el orden de importancia de los siguientes elementos que considera relevantes para pintar su propiedad

Elemento	Importancia
1 Calidad de la pintura	100
2 Calidad de Servicio	95
3 Tiempo acordado de entrega	85
4 Seguridad	72
5 Precio	80
6 Diversidad de servicio	60
7 Garantía de acabados	87
8 Limpieza al finalizar	74
9 Seguimiento profesional de la obra	75
10 Calidad de materiales utilizados	90



11. ¿ De que manera preferiría realizar el pago por estos servicios ?

1 Efectivo	23	45%
2 Tarjeta de Débito	3	6%
3 Tarjeta de Crédito	23	45%
4 Otro. cheque. transferencia	2	4%
TOTAL	51	100%



12. A continuación se mencionan varios servicios que pueden ser ofrecidos por el negocio en análisis, podría usted indicar cuál(es) servicios estaría interesado(a) en tomar

SERVICIO		
1	Venta de pintura a domicilio	17
2	Venta de servicio para pintura a domicilio	23
3	Pintar en interiores	42
4	Pintar en exteriores	36
5	Seguimiento de la obra	30
6	Decoración de interiores	25
7	Decoración de exteriores	17
8	Relacionarse directamente con la empresa	29
9	Limpieza al terminar el trabajo	29



13. ¿ En caso de utilizar este servicio, qué meses considera el más apropiado para hacerlo?

1	Enero	2	3%
2	Febrero	2	3%
3	Marzo	4	5%
4	Abril	3	4%
5	Mayo	5	7%
6	Junio	6	8%
7	Julio	12	16%
8	Agosto	17	23%
9	Septiembre	9	12%
10	Octubre	4	5%
11	Noviembre	8	11%
12	Diciembre	3	4%
TOTAL		75	100%



14. ¿ Se siente limitado de tiempo (puede ser por su trabajo u otra actividad), para pintar su propiedad ?

1	Si	40	85%
2	No	7	15%
TOTAL		47	100%



15. ¿ Ud. estaría dispuesto en contratar un servicio de pintura arquitectónica profesional, con seguimiento de obra y relación directamente con la empresa ?

1	Si	38	81%
2	No	9	19%
TOTAL		47	100%

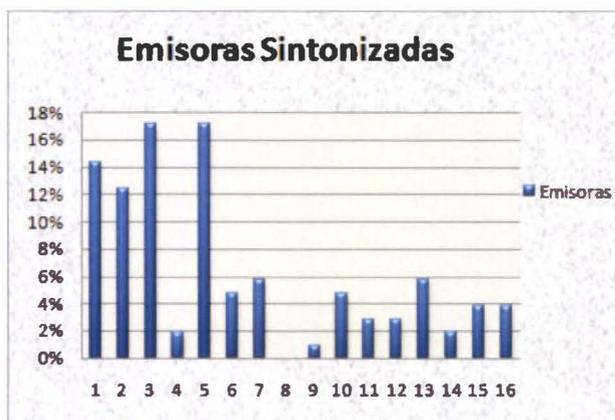


16. ¿ Tiene alguna sugerencia o algún servicio adicional que le gustaria le ofreciera la empresa ?

- Asesoría en decoración de interiores (solo asesoría no el servicio como tal)
- Asesoramiento indicando el tipo de pinturas se utilizan, su durabilidad, folletos donde se vean ditintos tipos de acabados
- Asesoría profesional en cuanto a colores tonos ambientes y calidad de pintura
- planes de financiamentos

17. ¿ Qué emisoras generalmente escucha ?

1 Hot 106 Fuego (106 1)	15	14%
2 JC Radio la Bruja (107)	13	12%
3 Canela (106 5)	18	17%
4 Rumba (94 5)	2	2%
5 Radio Disney (90 5)	18	17%
6 Joya Stereo (96 1)	5	5%
7 Majestad FM (89 7)	6	6%
8 Majestad FM (89 7)		0%
9 Radio Latina (98 1)	1	1%
10 HCJB (89 3)	5	5%
11 Kiss FM (105 3)	3	3%
12 Sonorama (103 7)	3	3%
13 La Metro (88 5)	6	6%
14 Radio Sucesos (101 7)	2	2%
15 No escucha radio	4	4%
16 La Mega 102 9	4	4%
TOTAL	105	100%



## Anexo No. 3 Productos – Materiales

PREPARADOS DE SUPERFICIE				
PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD GALONES POR M2	PRECIO GALÓN PROVEEDOR	PRECIO POR M2
RESINPLAST	Resina multiusos, ideal para elaboración de pinturas	0.04	\$ 5.32	\$ 0.21
MASIPLAST	Masilla corrida	0.02	\$ 4.47	\$ 0.09

PRODUCTO TERMINADO				
PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD GALONES POR M2	PRECIO GALÓN PROVEEDOR	PRECIO POR M2
DISCOVERY ESPECIAL	Pintura para exteriores e interiores de residencias y edificios de lujo	0.04	\$ 8.03	\$ 0.32
LATEX REFLECTIONS	Pintura para exteriores e interiores de residencias y edificios de lujo	0.04	\$ 5.31	\$ 0.21

COMPLEMENTARIOS				
PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD GALONES POR M2	PRECIO GALÓN PROVEEDOR	PRECIO POR M2
SELLOPLAS	Recubrimiento transparente brillante. Sella superficies como pisos, ladrillo, piedra, concreto y otras superficies porosas.	0.04	\$ 12.66	\$ 0.51

MATERIALES				
PRODUCTO	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD UNIDAD POR M2	PRECIO UNIDAD PROVEEDOR	PRECIO POR M2
Brochas Wilson	El tamaño elegido dependerá de la superficie que vamos a pintar.	0.01	\$ 6.00	\$ 0.03
Rodillo	El tamaño elegido dependerá de la superficie que vamos a pintar.	0.01	\$ 3.00	\$ 0.03

## Anexo No. 4 Depreciación y Amortizaciones

DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIONES					
DETALLE	PERIODO	% ANUAL	VALOR	GASTO DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN ACUMULADA
<b>Equipos de Cómputo</b>	0		\$ 2.430 00		
<b>(vida útil 3 años)</b>	1	33 33%		\$ 810 00	\$ 810 00
	2	33 33%		\$ 810 00	\$ 1.620 00
	3	33 33%		\$ 810 00	\$ 2.430 00
<b>Equipos - Maquinaria</b>	0		\$ 2.950 00		
<b>(vida útil 10 años)</b>	1	10 00%		\$ 295 00	\$ 295 00
	2	10 00%		\$ 295 00	\$ 590 00
	3	10 00%		\$ 295 00	\$ 885 00
	4	10 00%		\$ 295 00	\$ 1.180 00
	5	10 00%		\$ 295 00	\$ 1.475 00
	6	10 00%		\$ 295 00	\$ 1.770 00
	7	10 00%		\$ 295 00	\$ 2.065 00
	8	10 00%		\$ 295 00	\$ 2.360 00
	9	10 00%		\$ 295 00	\$ 2.655 00
	10	10 00%		\$ 295 00	\$ 2.950 00
<b>Muebles y Enseres</b>	0		\$ 1.665 00		
<b>(vida útil 10 años)</b>	1	10 00%		\$ 166 50	\$ 166 50
	2	10 00%		\$ 166 50	\$ 333 00
	3	10 00%		\$ 166 50	\$ 499 50
	4	10 00%		\$ 166 50	\$ 666 00
	5	10 00%		\$ 166 50	\$ 832 50
	6	10 00%		\$ 166 50	\$ 999 00
	7	10 00%		\$ 166 50	\$ 1.165 50
	8	10 00%		\$ 166 50	\$ 1.332 00
	9	10 00%		\$ 166 50	\$ 1.498 50
	10	10 00%		\$ 166 50	\$ 1.665 00
<b>Vehiculos</b>	0		\$ 14.000 00		
<b>(vida útil 5 años)</b>	1	20 00%		\$ 2.800 00	\$ 2.800 00
	2	20 00%		\$ 2.800 00	\$ 5.600 00
	3	20 00%		\$ 2.800 00	\$ 8.400 00
	4	20 00%		\$ 2.800 00	\$ 11.200 00
	5	20 00%		\$ 2.800 00	\$ 14.000 00
<b>Gasto constitución empresa</b>	0		\$ 1.585 00		
<b>(vida útil 5 años)</b>	1	20 00%		\$ 317 00	\$ 317 00
	2	20 00%		\$ 317 00	\$ 634 00
	3	20 00%		\$ 317 00	\$ 951 00
	4	20 00%		\$ 317 00	\$ 1.268 00
	5	20 00%		\$ 317 00	\$ 1.585 00
<b>Software</b>	0		\$ 1.500 00		
<b>(vida útil 3 años)</b>	1	33 33%		\$ 500 00	\$ 500 00
	2	33 33%		\$ 500 00	\$ 1.000 00
	3	33 33%		\$ 500 00	\$ 1.500 00

DEPRECIACION Y AMORTIZACION ANUAL (USD)					
DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gasto Depreciación	\$ 4.071 50	\$ 4.071 50	\$ 4.071 50	\$ 3.261 50	\$ 3.261 50
Gasto Amortización	\$ 817 00	\$ 817 00	\$ 817 00	\$ 317 00	\$ 317 00
Depreciación Acumulada	\$ 4.071 50	\$ 8.143 00	\$ 12.214 50	\$ 13.046 00	\$ 16.307 50
Amortización Acumulada	\$ 817 00	\$ 1.634 00	\$ 2.451 00	\$ 1.268 00	\$ 1.585 00

## Anexo No. 5 Detalle de Sueldos y Beneficios Sociales

DETALLE	ANÁLISIS A PARTIR AÑO 2										TOTAL	
	SUELDO MENSUAL	INGRESOS APOORTE IESS	TOTAL INGRESOS	APORTE IESS	TOTAL LIQUIDO RECIBIR	APORTE PATRONAL	14to SUELDO	13er SUELDO	FONDOS DE RESERVA	COSTO SUELDO MENSUAL	COSTO SUELDO ANUAL	
Gerente General	978 50	978 50	978 50	91 49	887 01	109 10	20 00	81 54	81 54	1 179 20	1 179 20	
Gerente Administrativo	875 50	875 50	875 50	81 86	793 64	97 62	20 00	72 96	72 96	1 057 18	1 057 18	
Gerencia Técnica	772 50	772 50	772 50	72 23	700 27	86 13	20 00	64 38	<b>64 38</b>	<b>935 16</b>	935 16	
Secretaria	412 00	412 00	412 00	38 52	373 48	45 94	20 00	34 33	34 33	508 08	508 08	
Vendedores	515 00	515 00	515 00	48 15	466 85	57 42	20 00	42 92	42 92	630 10	630 10	
Tinturador	412 00	412 00	412 00	38 52	373 48	45 94	20 00	34 33	34 33	508 08	508 08	
Obrero	247 20	247 20	247 20	23 11	224 09	27 56	20 00	20 60	20 60	312 85	312 85	
<b>TOTAL</b>	<b>4,212.70</b>	<b>4,212.70</b>	<b>4,212.70</b>	<b>393.89</b>	<b>3,818.81</b>	<b>469.72</b>	<b>140.00</b>	<b>351.06</b>	<b>351.06</b>	<b>5,130.65</b>	<b>5,130.65</b>	

## Anexo No. 6 Amortización del Crédito

MONTO	14 530 00
INTERES	11 38%
PAGO	60 00
CUOTA	318 68

PRESTAMO			
PERIODO	CAPITAL	INTERES	CUOTA
1	\$ 180 89	\$ 137 79	\$ 318 68
2	\$ 182 60	\$ 136 08	\$ 318 68
3	\$ 184 33	\$ 134 35	\$ 318 68
4	\$ 186 08	\$ 132 60	\$ 318 68
5	\$ 187 84	\$ 130 83	\$ 318 68
6	\$ 189 63	\$ 129 05	\$ 318 68
7	\$ 191 42	\$ 127 25	\$ 318 68
8	\$ 193 24	\$ 125 44	\$ 318 68
9	\$ 195 07	\$ 123 61	\$ 318 68
10	\$ 196 92	\$ 121 76	\$ 318 68
11	\$ 198 79	\$ 119 89	\$ 318 68
12	\$ 200 68	\$ 118 00	\$ 318 68
13	\$ 202 58	\$ 116 10	\$ 318 68
14	\$ 204 50	\$ 114 18	\$ 318 68
15	\$ 206 44	\$ 112 24	\$ 318 68
16	\$ 208 40	\$ 110 28	\$ 318 68
17	\$ 210 37	\$ 108 31	\$ 318 68
18	\$ 212 37	\$ 106 31	\$ 318 68
19	\$ 214 38	\$ 104 30	\$ 318 68
20	\$ 216 41	\$ 102 26	\$ 318 68
21	\$ 218 47	\$ 100 21	\$ 318 68
22	\$ 220 54	\$ 98 14	\$ 318 68
23	\$ 222 63	\$ 96 05	\$ 318 68
24	\$ 224 74	\$ 93 94	\$ 318 68
25	\$ 226 87	\$ 91 81	\$ 318 68
26	\$ 229 02	\$ 89 65	\$ 318 68
27	\$ 231 20	\$ 87 48	\$ 318 68
28	\$ 233 39	\$ 85 29	\$ 318 68
29	\$ 235 60	\$ 83 08	\$ 318 68
30	\$ 237 84	\$ 80 84	\$ 318 68
31	\$ 240 09	\$ 78 59	\$ 318 68
32	\$ 242 37	\$ 76 31	\$ 318 68
33	\$ 244 67	\$ 74 01	\$ 318 68
34	\$ 246 99	\$ 71 69	\$ 318 68
35	\$ 249 33	\$ 69 35	\$ 318 68
36	\$ 251 69	\$ 66 98	\$ 318 68
37	\$ 254 08	\$ 64 60	\$ 318 68
38	\$ 256 49	\$ 62 19	\$ 318 68
39	\$ 258 92	\$ 59 75	\$ 318 68
40	\$ 261 38	\$ 57 30	\$ 318 68
41	\$ 263 86	\$ 54 82	\$ 318 68
42	\$ 266 36	\$ 52 32	\$ 318 68
43	\$ 268 89	\$ 49 79	\$ 318 68
44	\$ 271 44	\$ 47 24	\$ 318 68
45	\$ 274 01	\$ 44 67	\$ 318 68
46	\$ 276 61	\$ 42 07	\$ 318 68
47	\$ 279 23	\$ 39 45	\$ 318 68
48	\$ 281 88	\$ 36 80	\$ 318 68
49	\$ 284 55	\$ 34 13	\$ 318 68
50	\$ 287 25	\$ 31 43	\$ 318 68
51	\$ 289 97	\$ 28 70	\$ 318 68
52	\$ 292 72	\$ 25 95	\$ 318 68
53	\$ 295 50	\$ 23 18	\$ 318 68
54	\$ 298 30	\$ 20 37	\$ 318 68
55	\$ 301 13	\$ 17 55	\$ 318 68
56	\$ 303 99	\$ 14 69	\$ 318 68
57	\$ 306 87	\$ 11 81	\$ 318 68
58	\$ 309 78	\$ 8 90	\$ 318 68
59	\$ 312 72	\$ 5 96	\$ 318 68
60	\$ 315 68	\$ 2 99	\$ 318 68
	\$ 14 530 00	\$ 4 590 68	\$ 19 120 68

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital	\$ 2 287 49	\$ 2 561 83	\$ 2 869 06	\$ 3 213 14	\$ 3 598 48
Interés	\$ 1 536 64	\$ 1 262 31	\$ 955 08	\$ 611 00	\$ 225 65
Cuotas pagadas	\$ 3 824 14	\$ 3 824 14	\$ 3 824 14	\$ 3 824 14	\$ 3 824 14

## Anexo No. 7 Principales Índices Financieros

PRINCIPALES INDICES FINANCIEROS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>MEDIDAS DE LIQUIDEZ</b>					
Razón Corriente	3.09	3.29	3.49	3.72	4.00
Prueba Acida	3.09	3.29	3.49	3.72	4.00
<b>MEDIDAS DE EFICIENCIA</b>					
Rotación de Cuentas por Cobrar (veces)	16.22	17.23	17.23	17.23	17.23
Periodo Promedio de Cobro (días)	22.50	21.18	21.18	21.18	21.18
Rotación de Cuentas por Pagar (veces)	13.21	14.03	14.03	14.03	14.03
Periodo Promedio de Pago (días)	27.64	26.02	26.02	26.02	26.02
Ciclo de Conversión de Efectivo	(5.14)	(4.84)	(4.84)	(4.84)	(4.84)
Rotación de Activos	3.75	3.55	3.23	2.88	2.57
<b>MEDIDAS DE ENDEUDAMIENTO</b>					
Razón de Endeudamiento (Pasivos / Activos)	0.37	0.34	0.31	0.28	0.25
Apalancamiento (Pasivos / Patrimonio)	0.59	0.51	0.44	0.38	0.33
<b>MEDIDAS DE RENTABILIDAD</b>					
Margen Bruto	0.26	0.26	0.26	0.26	0.26
Margen Neto	0.03	0.04	0.05	0.06	0.07
ROE	0.18	0.21	0.23	0.25	0.24
ROA	0.12	0.14	0.16	0.18	0.18

## Anexo No. 8 Cálculo del WACC

EMPRESA	DR Horton Inc.	Pulte Homes Inc.	MDC Holdings Inc.	Toll Brothers Inc.	Lennar Corp.	KB Home
BETA	1,08	0,96	0,87	1,12	1,79	1,83
<b>BETA PROMEDIO</b>	<b>1,28</b>					

TAX RATE 23,61% Tomado de Betas S&P500  
 MARKET D/E RATIO 128,82% RAZON DEUDA CAPITAL INDUSTRIA

BU  $Bu / (1 + (1-t) \times D/E)$  BETA SIN APALANCAMIENTO DE LA INDUSTRIA DE EEUU

BU 0,64

BL 1,05

(BETA APALANCADA) RIESGO DEL NEGOCIO B

IMPUESTOS 36,25%  
 COSTO DEUDA 11,38% Fuente: BCE Febrero 2010 - PYMES  
 MARKET RESULTS  
 MRP (Rm - Rf) 5,50%

DEUDA	14.530,00	
EQUITY	68.000,00	82.530,00

TASA LIBRE RIESGO Rf 2,10% Fuente: Picaval, Bono tesoro americano 5 años  
 EMBI 14,27% Promedio EMBI desde Enero 1999 a Diciembre 2009

Ke	=	$Rf + B * (Rm - Rf)$	COSTO PATRIMONIO
Ke	=	22,16%	

$$\frac{D}{D+E} = 0,176 \qquad \frac{E}{D+E} = 0,824$$

$$WACC = \frac{D}{D+E} (\text{costo de deuda}) \cdot (1-T) + \frac{E}{D+E} (\text{costo de patrimonio})$$

D= deuda

E= patrimonio=No. De acciones\*precio de mercado de la acción

T= tasa de impuesto

WACC	=	19,53%
------	---	--------

## Anexo No. 9 Escenario Pesimista

Porcentaje de crecimiento en ventas 5%. Precio inicial en ventas primer año 2.00 dólares.

### BALANCE GENERAL

PROYECCION BALANCE GENERAL						
ACTIVO	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activo Corriente</b>						
Caja - Bancos	\$ 58.400,00	\$ 82.141,16	\$ 102.889,26	\$ 130.313,59	\$ 163.471,53	\$ 202.455,59
Cuentas por cobrar		\$ 30.513,28	\$ 33.000,11	\$ 35.689,62	\$ 38.598,33	\$ 41.744,09
Inventarios						
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 58.400,00</b>	<b>\$ 112.654,44</b>	<b>\$ 135.889,37</b>	<b>\$ 166.003,21</b>	<b>\$ 202.069,85</b>	<b>\$ 244.199,68</b>
<b>Activos No Corrientes</b>						
Equipo de Computo	\$ 2.430,00	\$ 2.430,00	\$ 2.430,00	\$ 2.430,00	\$ -	\$ -
Equipo Maquinaria	\$ 2.950,00	\$ 2.950,00	\$ 2.950,00	\$ 2.950,00	\$ 2.950,00	\$ 2.950,00
Muebles y enseres	\$ 1.665,00	\$ 1.665,00	\$ 1.665,00	\$ 1.665,00	\$ 1.665,00	\$ 1.665,00
Vehículo	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00	\$ 14.000,00
<b>Total Activo No corriente</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 18.615,00</b>	<b>\$ 18.615,00</b>
<b>Otros Activos</b>						
Constitución empresa	\$ 1.585,00	\$ 1.585,00	\$ 1.585,00	\$ 1.585,00	\$ 1.585,00	\$ 1.585,00
Software	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -
<b>Total Otros Activos</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 1.585,00</b>	<b>\$ 1.585,00</b>
(-) Depreciación Amortización		\$ 4.888,50	\$ 9.777,00	\$ 14.665,50	\$ 14.314,00	\$ 17.892,50
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 131.895,94</b>	<b>\$ 150.242,37</b>	<b>\$ 175.467,71</b>	<b>\$ 207.955,85</b>	<b>\$ 246.507,18</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>Pasivo corriente</b>						
Cuentas por pagar materiales		\$ 27.795,56	\$ 30.060,90	\$ 32.510,87	\$ 35.160,50	\$ 38.026,08
Cuentas por pagar mano de obra		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
15% Trabajadores		\$ 3.578,68	\$ 4.093,71	\$ 5.330,64	\$ 6.890,10	\$ 8.390,30
25% Impuesto a la renta		\$ 5.069,80	\$ 5.799,42	\$ 7.551,73	\$ 9.760,98	\$ 11.886,25
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 36.444,04</b>	<b>\$ 39.954,03</b>	<b>\$ 45.393,23</b>	<b>\$ 51.811,58</b>	<b>\$ 51.811,58</b>	<b>\$ 58.302,63</b>
Préstamo	\$ 14.530,00	\$ 12.242,51	\$ 9.680,68	\$ 6.811,62	\$ 3.598,48	\$ (0.00)
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 14.530,00</b>	<b>\$ 48.686,55</b>	<b>\$ 49.634,71</b>	<b>\$ 52.204,85</b>	<b>\$ 55.410,06</b>	<b>\$ 58.302,63</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 68.000,00	\$ 68.000,00	\$ 68.000,00	\$ 68.000,00	\$ 68.000,00	\$ 68.000,00
Utilidad del Ejercicio		\$ 15.209,39	\$ 32.607,66	\$ 55.262,86	\$ 84.545,79	\$ 120.204,55
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 68.000,00</b>	<b>\$ 83.209,39</b>	<b>\$ 100.607,66</b>	<b>\$ 123.262,86</b>	<b>\$ 152.545,79</b>	<b>\$ 188.204,55</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 131.895,94</b>	<b>\$ 150.242,37</b>	<b>\$ 175.467,71</b>	<b>\$ 207.955,85</b>	<b>\$ 246.507,18</b>

## ESTADO DE RESULTADOS

PROYECCION ESTADO DE RESULTADOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas	\$ 494 993,20	\$ 535 335,15	\$ 578 964,96	\$ 626 150,61	\$ 677 181,88	
Costo Mano de Obra	\$ 197 997,28	\$ 214 134,06	\$ 231 585,99	\$ 250 460,24	\$ 270 872,75	
Costo Materiales Vendidos	\$ 169 089,68	\$ 182 870,49	\$ 197 774,43	\$ 213 893,05	\$ 231 325,33	
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 127.906,24</b>	<b>\$ 138.330,60</b>	<b>\$ 149.604,55</b>	<b>\$ 161.797,32</b>	<b>\$ 174.983,00</b>	
Sueldos y Beneficios sociales	\$ 55 733,44	\$ 61 567,74	\$ 63 414,78	\$ 65 317,22	\$ 67 276,74	
Arriendo	\$ 8 400,00	\$ 8 652,00	\$ 8 911,56	\$ 9 178,91	\$ 9 454,27	
Servicios públicos	\$ 4 800,00	\$ 4 944,00	\$ 5 092,32	\$ 5 245,09	\$ 5 402,44	
Gastos suministros	\$ 1 440,00	\$ 1 483,20	\$ 1 527,70	\$ 1 573,53	\$ 1 620,73	
Gasto publicidad	\$ 17 568,00	\$ 18 095,04	\$ 18 637,89	\$ 19 197,03	\$ 19 772,94	
Gasto seguro	\$ 3 600,00	\$ 3 708,00	\$ 3 819,24	\$ 3 933,82	\$ 4 051,83	
Gasto licencia Funcionamiento	\$ 300,00	\$ 309,00	\$ 318,27	\$ 327,82	\$ 337,65	
Gasto garantía	\$ 3 381,79	\$ 3 657,41	\$ 3 955,49	\$ 4 277,86	\$ 4 626,51	
Movilización y mantenimiento	\$ 2 400,00	\$ 2 472,00	\$ 2 546,16	\$ 2 622,54	\$ 2 701,22	
<b>TOTAL GASTO OPERATIVO</b>	<b>\$ 97.623,23</b>	<b>\$ 104.888,39</b>	<b>\$ 108.223,40</b>	<b>\$ 111.673,81</b>	<b>\$ 115.244,34</b>	
Depreciación - Amortización	\$ 4 888,50	\$ 4 888,50	\$ 4 888,50	\$ 3 578,50	\$ 3 578,50	
<b>TOTAL DEPRECIACION Y AMPORTIZACION</b>	<b>\$ 4.888,50</b>	<b>\$ 4.888,50</b>	<b>\$ 4.888,50</b>	<b>\$ 3.578,50</b>	<b>\$ 3.578,50</b>	
Gastos Financieros	\$ 1 536,64	\$ 1 262,31	\$ 955,08	\$ 611,00	\$ 225,65	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 1.536,64</b>	<b>\$ 1.262,31</b>	<b>\$ 955,08</b>	<b>\$ 611,00</b>	<b>\$ 225,65</b>	
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 104.048,38</b>	<b>\$ 111.039,20</b>	<b>\$ 114.066,98</b>	<b>\$ 115.863,31</b>	<b>\$ 119.048,49</b>	
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 23.857,87</b>	<b>\$ 27.291,40</b>	<b>\$ 35.537,57</b>	<b>\$ 45.934,01</b>	<b>\$ 55.935,31</b>	
15% Trabajadores	\$ 3 578,68	\$ 4 093,71	\$ 5 330,64	\$ 6 890,10	\$ 8 390,30	
<b>UTILIDADES ANTES DE IMP A LA RENTA</b>	<b>\$ 20.279,19</b>	<b>\$ 23.197,69</b>	<b>\$ 30.206,93</b>	<b>\$ 39.043,91</b>	<b>\$ 47.545,01</b>	
25% Impuesto a la Renta	\$ 5 069,80	\$ 5 799,42	\$ 7 551,73	\$ 9 760,98	\$ 11 886,25	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 15.209,39</b>	<b>\$ 17.398,27</b>	<b>\$ 22.655,20</b>	<b>\$ 29.282,93</b>	<b>\$ 35.658,76</b>	

## FLUJO DE CAJA

FREE CASH FLOW FOR THE FIRM						
Flujo Disponible	\$ 15 209,39	\$ 17 398,27	\$ 22 655,20	\$ 29 282,93	\$ 35 658,76	
Depreciaciones - Amortizaciones	\$ 4 888,50	\$ 4 888,50	\$ 4 888,50	\$ 3 578,50	\$ 3 578,50	
NOF	\$ 5 930,76	\$ 1 023,16	\$ 2 749,69	\$ 3 509,64	\$ 3 345,29	
CAPEX	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3 930,00	\$ -	
<b>Flujo de caja neto</b>	<b>\$ (82.530,00)</b>	<b>\$ 26.028,65</b>	<b>\$ 23.309,93</b>	<b>\$ 30.293,39</b>	<b>\$ 40.301,07</b>	<b>\$ 42.582,55</b>
<b>PAYBACK</b>	<b>\$21 774,93</b>	<b>\$38 088,58</b>	<b>\$55 824,88</b>	<b>\$75 564,41</b>	<b>\$93 012,86</b>	
<b>PERIODO DE RECUPERACION</b>	<b>4,53</b>	<b>AÑOS</b>				
<b>CAPM</b>	<b>22,16%</b>					
<b>WACC</b>	<b>19,53%</b>					
<b>VALOR ACTUAL</b>	<b>\$176 257,68</b>					
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	<b>\$10 482,86</b>					
<b>TIR</b>	<b>24,56%</b>					

## Anexo No. 10 Escenario Optimista

Porcentaje de crecimiento en ventas 10%. Precio inicial en ventas primer año 2.10 dólares.

### BALANCE GENERAL

PROYECCION BALANCE GENERAL						
ACTIVO	BALANCE INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activo Corriente</b>						
Caja - Bancos	\$ 58 400.00	\$ 105 365.15	\$ 151 253.00	\$ 211 760.22	\$ 287 375.46	\$ 379 843.49
Cuentas por cobrar		\$ 32 038.94	\$ 36 300.12	\$ 41 128.04	\$ 46 598.07	\$ 52 795.61
Inventarios						
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>\$ 58.400,00</b>	<b>\$ 137.404,10</b>	<b>\$ 187.553,13</b>	<b>\$ 252.888,26</b>	<b>\$ 333.973,53</b>	<b>\$ 432.639,10</b>
<b>Activos No Corrientes</b>						
Equipo de Computo	\$ 2 430.00	\$ 2 430.00	\$ 2 430.00	\$ 2 430.00	\$ -	\$ -
Equipo Maquinaria	\$ 2 950.00	\$ 2 950.00	\$ 2 950.00	\$ 2 950.00	\$ 2 950.00	\$ 2 950.00
Muebles y enseres	\$ 1 665.00	\$ 1 665.00	\$ 1 665.00	\$ 1 665.00	\$ 1 665.00	\$ 1 665.00
Vehículo	\$ 14 000.00	\$ 14 000.00	\$ 14 000.00	\$ 14 000.00	\$ 14 000.00	\$ 14 000.00
<b>Total Activo No corriente</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 21.045,00</b>	<b>\$ 18.615,00</b>	<b>\$ 18.615,00</b>
<b>Otros Activos</b>						
Constitución empresa	\$ 1 585.00	\$ 1 585.00	\$ 1 585.00	\$ 1 585.00	\$ 1 585.00	\$ 1 585.00
Software	\$ 1 500.00	\$ 1 500.00	\$ 1 500.00	\$ 1 500.00	\$ -	\$ -
<b>Total Otros Activos</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 3.085,00</b>	<b>\$ 1.585,00</b>	<b>\$ 1.585,00</b>
(-) Depreciación Amortización		\$ 4 888.50	\$ 9 777.00	\$ 14 665.50	\$ 14 314.00	\$ 17 892.50
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 156.645,60</b>	<b>\$ 201.906,13</b>	<b>\$ 262.352,76</b>	<b>\$ 339.859,53</b>	<b>\$ 434.946,60</b>
<b>PASIVO</b>						
<b>Pasivo corriente</b>						
Cuentas por pagar materiales		\$ 27 795.56	\$ 31 492.37	\$ 35 680.86	\$ 40 426.41	\$ 45 803.13
Cuentas por pagar mano de obra		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
15% Trabajadores		\$ 7 291.13	\$ 9 261.87	\$ 12 226.51	\$ 15 828.26	\$ 19 734.07
25% Impuesto a la renta		\$ 10 329.10	\$ 13 120.98	\$ 17 320.88	\$ 22 423.37	\$ 27 956.60
<b>Total Pasivo Corriente</b>	<b>\$ 45.415,79</b>	<b>\$ 53.875,22</b>	<b>\$ 65.228,25</b>	<b>\$ 78.628,25</b>	<b>\$ 78.678,05</b>	<b>\$ 93.493,80</b>
Préstamo	\$ 14 530.00	\$ 12 242.51	\$ 9 680.68	\$ 6 811.62	\$ 3 598.48	\$ (0.00)
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 14.530,00</b>	<b>\$ 57.658,30</b>	<b>\$ 63.555,90</b>	<b>\$ 72.039,87</b>	<b>\$ 82.276,53</b>	<b>\$ 93.493,80</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital Social	\$ 68 000.00	\$ 68 000.00	\$ 68 000.00	\$ 68 000.00	\$ 68 000.00	\$ 68 000.00
Utilidad del Ejercicio		\$ 30 987.30	\$ 70 350.23	\$ 122 312.88	\$ 189 583.00	\$ 273 452.80
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 68.000,00</b>	<b>\$ 98.987,30</b>	<b>\$ 138.350,23</b>	<b>\$ 190.312,88</b>	<b>\$ 257.583,00</b>	<b>\$ 341.452,80</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 82.530,00</b>	<b>\$ 156.645,60</b>	<b>\$ 201.906,13</b>	<b>\$ 262.352,76</b>	<b>\$ 339.859,53</b>	<b>\$ 434.946,60</b>

## ESTADO DE RESULTADOS

PROYECCION ESTADO DE RESULTADOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Ventas	\$ 519 742 86	\$ 588 868 66	\$ 667 188 20	\$ 755 924 23	\$ 856 462 15	
Costo Mano de Obra	\$ 197 997 28	\$ 224 330 92	\$ 254 166 93	\$ 287 971 13	\$ 326 271 29	
Costo Materiales Vendidos	\$ 169 089 68	\$ 191 578 61	\$ 217 058 56	\$ 245 927 35	\$ 278 635 69	
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 152.655,90</b>	<b>\$ 172.959,14</b>	<b>\$ 195.962,70</b>	<b>\$ 222.025,74</b>	<b>\$ 251.555,17</b>	
Sueldos y Beneficios sociales	\$ 55 733 44	\$ 61 567 74	\$ 63 414 78	\$ 65 317 22	\$ 67 276 74	
Arriendo	\$ 8 400 00	\$ 8 652 00	\$ 8 911 56	\$ 9 178 91	\$ 9 454 27	
Servicios públicos	\$ 4 800 00	\$ 4 944 00	\$ 5 092 32	\$ 5 245 09	\$ 5 402 44	
Gastos suministros	\$ 1 440 00	\$ 1 483 20	\$ 1 527 70	\$ 1 573 53	\$ 1 620 73	
Gasto publicidad	\$ 17 568 00	\$ 18 095 04	\$ 18 637 89	\$ 19 197 03	\$ 19 772 94	
Gasto seguro	\$ 3 600 00	\$ 3 708 00	\$ 3 819 24	\$ 3 933 82	\$ 4 051 83	
Gasto licencia Funcionamiento	\$ 300 00	\$ 309 00	\$ 318 27	\$ 327 82	\$ 337 65	
Gasto garantía	\$ 3 381 79	\$ 3 831 57	\$ 4 341 17	\$ 4 918 55	\$ 5 572 71	
Movilización y mantenimiento	\$ 2 400 00	\$ 2 472 00	\$ 2 546 16	\$ 2 622 54	\$ 2 701 22	
<b>TOTAL GASTO OPERATIVO</b>	<b>\$ 97.623,23</b>	<b>\$ 105.062,56</b>	<b>\$ 108.609,08</b>	<b>\$ 112.314,50</b>	<b>\$ 116.190,54</b>	
Depreciación - Amortización	\$ 4 888 50	\$ 4 888 50	\$ 4 888 50	\$ 3 578 50	\$ 3 578 50	
<b>TOTAL DEPRECIACION Y AMPORTIZACION</b>	<b>\$ 4.888,50</b>	<b>\$ 4.888,50</b>	<b>\$ 4.888,50</b>	<b>\$ 3.578,50</b>	<b>\$ 3.578,50</b>	
Gastos Financieros	\$ 1 536 64	\$ 1 262 31	\$ 955 08	\$ 611 00	\$ 225 65	
<b>TOTAL GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 1.536,64</b>	<b>\$ 1.262,31</b>	<b>\$ 955,00</b>	<b>\$ 611,00</b>	<b>\$ 225,65</b>	
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 104.048,38</b>	<b>\$ 111.213,36</b>	<b>\$ 114.452,66</b>	<b>\$ 116.503,99</b>	<b>\$ 119.994,70</b>	
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 48.607,53</b>	<b>\$ 61.745,78</b>	<b>\$ 81.510,05</b>	<b>\$ 105.521,75</b>	<b>\$ 131.560,47</b>	
15% Trabajadores	\$ 7 291 13	\$ 9 261 87	\$ 12 226 51	\$ 15 828 26	\$ 19 734 07	
<b>UTILIDADES ANTES DE IMP A LA RENTA</b>	<b>\$ 41.316,40</b>	<b>\$ 52.483,91</b>	<b>\$ 69.283,54</b>	<b>\$ 89.693,49</b>	<b>\$ 111.826,40</b>	
25% Impuesto a la Renta	\$ 10 329 10	\$ 13 120 98	\$ 17 320 88	\$ 22 423 37	\$ 27 956 60	
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 30.987,30</b>	<b>\$ 39.362,93</b>	<b>\$ 51.962,65</b>	<b>\$ 67.270,12</b>	<b>\$ 83.869,80</b>	

## FLUJO DE CAJA

FREE CASH FLOW FOR THE FIRM						
Flujo Disponible	\$ 30 987 30	\$ 39 362 93	\$ 51 962 65	\$ 67 270 12	\$ 83 869 80	
Depreciaciones - Amortizaciones	\$ 4 888 50	\$ 4 888 50	\$ 4 888 50	\$ 3 578 50	\$ 3 578 50	
NOF	\$ 13 376 85	\$ 4 198 24	\$ 6 525 12	\$ 7 979 77	\$ 8 618 21	
CAPEX	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3 930 00	\$ -	
<b>Flujo de caja neto</b>	<b>\$ (82.530,00)</b>	<b>\$ 49.252,65</b>	<b>\$ 48.449,68</b>	<b>\$ 63.376,27</b>	<b>\$ 82.758,38</b>	<b>\$ 96.066,51</b>
<b>PAYBACK</b>	\$41 203,55	\$75 111,46	\$112 217,26	\$152 752,46	\$192 116,28	
<b>PERIODO DE RECUPERACION</b>	1,25 AÑOS					
<b>CAPM</b>	22,16%					
<b>WACC</b>	19,53%					
<b>VALOR ACTUAL</b>	\$379 917 14					
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	\$109 586 28					
<b>TIR</b>	63,52%					