



**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURIDICAS**

Trabajo de fin de carrera titulado:

**“ANALISIS DEL PROCESO DE IMPORTACION DE
MAQUINARIA PESADA Y SU INCIDENCIA EN EL MERCADO
LOCAL DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO AÑO
2014”**

Realizado por:

MARÍA BELÉN ERAZO SÁNCHEZ

Director del proyecto:

ING. DIEGO J. DONOSO

Como requisito para la obtención del título de:

MASTER EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS MBA

Quito, Agosto / 2015

DECLARACIÓN JURAMENTADA

Yo, MARÍA BELÉN ERAZO SÁNCHEZ, con cédula de identidad 1712494366, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado a calificación profesional; y, que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

María Belén Erazo Sánchez

C.I. 1712494366

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

**“ANALISIS DEL PROCESO DE IMPORTACION DE MAQUINARIA PESADA Y
SU INCIDENCIA EN EL MERCADO LOCAL DEL DISTRITO
METROPOLITANO DE QUITO AÑO 2014”**

Realizado por:

MARÍA BELÉN ERAZO SÁNCHEZ

Como Requisito para la Obtención del Título de:

MAESTRÍA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS MBA

Ha sido dirigido por el profesor

DIEGO J. DONOSO PDH

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor

Diego Donoso

DIRECTOR

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mi familia porque me apoyan en cada idea, me impulsan e inspiran cada día a soñar y conseguir todo lo que mi corazón desea; a tener un propósito firme. Porque cada logro es motivado por ustedes, llenando mi camino de luz y haciendo mi vida maravillosa.

AGRADECIMIENTO

Todo mi agradecimiento a Dios por haber puesto gente valiosa que aportó al desarrollo de este proyecto como mi Director Diego Donoso y así como también a los profesores de Unidad de Titulación, quienes con su asesoría y conocimiento hicieron posible culminar este proceso con éxito.

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

FASE I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACION	1
1. <i>Planteamiento del Problema</i>	1
1.1. Formulación del problema	1
1.2. Sistematización del problema	3
1.3. Objetivo general.....	3
1.4. Objetivos específicos	3
1.5. Justificación	4
1.6. Identificación y caracterización de variables	4
1.7. Novedad y/o innovación	6
2. <i>El Método</i>	6
2.1. Nivel de estudio	6
2.2. Modalidad de investigación	7
2.2.1. Exploratorio	7
2.2.2. Descriptivo	7
2.3. Método	8
2.4. Población y muestra	9
2.4.1. Población.....	9
2.4.2. Muestra.....	9
2.5. Operacionalización de variables	11
2.6. Selección de instrumentos investigación	11

2.7. Validez y confiabilidad de instrumentos	12
3. Aspectos administrativos	12
3.1. Recursos humanos	12
3.2. Recursos técnicos y materiales	12
3.3. Recursos financieros	13
3.4. Cronograma de trabajo.....	13
FASE II: FUNDAMENTACION TEORICA Y DIAGNOSTICA	14
1. Fundamentación teórica	14
1.1. Marco Conceptual.....	14
1.2. Marco Teórico	14
1.3. Marco Referencial	19
1.4. Marco Legal.....	20
2. Diagnóstico	22
2.1. Ambiente externo	22
2.1.1. Macro entorno	22
2.1.2. Micro entorno.....	33
2.2. Ambiente interno	40
2.2.1. Cadena de Valor y/o Fuerzas competitivas	45
3. Investigación de campo	46
3.1. Elaboración de instrumentos de investigación.....	46
3.1.1. Recolección de datos	46

3.2. Procesamiento, análisis e interpretación	48
Entrevista	48
Encuesta	51
FASE III: VALIDACION DEL PROYECTO DE INVESTIGACION Y DESARROLLO.....	66
1. Hipótesis	66
2. Estudio económico.....	66
3. Evaluación de factibilidad	67
4. Conclusiones	86
5. Recomendaciones	88
BIBLIOGRAFÍA	89
ANEXOS	94

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. PIB nacional y de la construcción	1
Tabla 2. Operacionalización de variables.....	11
Tabla 3. Presupuesto.....	13
Tabla 4. Incoterms	19
Tabla 5. Evolución del índice de precios al consumidor.....	26
Tabla 6. Tasas de interés.....	28
Tabla 7. Demanda actual	37
Tabla 8. Cantidad demandada	38
Tabla 9. Demanda proyectada	38
Tabla 10. Oferta actual	39
Tabla 11. Cantidad ofertada.....	39
Tabla 12. Demanda insatisfecha.....	39
Tabla 13. Demanda a satisfacer.....	40
Tabla 14. Demanda insatisfecha proyectada	40
Tabla 15. Matriz de ideas para la determinación del nombre.....	41
Tabla 16. Matriz FODA	45
Tabla 17. Gerentes entrevistados.....	48
Tabla 18. Guía de entrevista – Gerente General.....	48
Tabla 19. Género de los encuestados.....	51
Tabla 20. Edad de los encuestados	52

Tabla 21. Requerimiento de maquinaria.....	53
Tabla 22. Frecuencia de compra.....	54
Tabla 23. Cantidad de compra.....	55
Tabla 24. Maquinaria que requiere la empresa.....	56
Tabla 25. Formas de pago.....	57
Tabla 26. Grado en que influyen los precios	58
Tabla 27. Incremento de precios.....	59
Tabla 28. Medios de comunicación.....	60
Tabla 29. Sector de ubicación.....	61
Tabla 30. Precio de la maquinaria	62
Tabla 31. Ubicación del proveedor actual	63
Tabla 32. Satisfacción actual	64
Tabla 33. Inversión de equipos de oficina.....	68
Tabla 34. Inversión de equipos de computación	68
Tabla 35. Inversión de muebles y enseres	68
Tabla 36. Inversión de instalación y mejoras	69
Tabla 37. Inversión fija.....	69
Tabla 38. Inversión en activos diferidos.....	69
Tabla 39. Adquisición de productos	70
Tabla 40. Costo de importación retroexcavadoras	70
Tabla 41. Costo de importaciones excavadoras.....	70

Tabla 42. Costo de importación camiones articulados	71
Tabla 43. Costos indirectos	71
Tabla 44. Costo de ventas.....	71
Tabla 45. Gasto suministros	72
Tabla 46. Gasto servicios básicos.....	72
Tabla 47. Gastos servicios de terceros.....	72
Tabla 48. Gasto arriendo	72
Tabla 49. Gasto publicidad.....	72
Tabla 50. Gasto sueldos.....	73
Tabla 51. Depreciaciones	73
Tabla 52. Amortizaciones.....	73
Tabla 53. Capital de trabajo.....	74
Tabla 54. Presupuesto de acuerdo al criterio de inversión	74
Tabla 55. Ingresos por ventas	75
Tabla 56. Proyección de ingresos	75
Tabla 57. Proyección del costo de ventas.....	76
Tabla 58. Proyección de gastos	77
Tabla 59. Estructura del financiamiento.....	77
Tabla 60. Tabla de amortización	78
Tabla 61. Continuación	79
Tabla 62. Estado de Pérdida y Ganancias	80

Tabla 63. Balance General.....	80
Tabla 64. Flujo de Caja	81
Tabla 65. Tasa de descuento.....	82
Tabla 66. VAN	83
Tabla 67. TIR.....	84
Tabla 68. Período de recuperación de la inversión.....	85
Tabla 69. Relación beneficio costo.....	86

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Crecimiento económico del país e industria de la construcción	5
Gráfico 2. Producto interno bruto 2011-2014	24
Gráfico 3. PIB de Ecuador y América Latina 2014.....	24
Gráfico 4. Contribución por industrias al crecimiento del PIB	25
Gráfico 5. Inversión pública en Ecuador en millones de USD.....	27
Gráfico 6. Ejecución de la inversión en 2013.....	27
Gráfico 7. Tasa de interés	29
Gráfico 8. Población económicamente activa por área de actividad (número de personas).....	30
Gráfico 9. Ocupados por rama de actividad diciembre 2012	31
Gráfico 10. Las 5 Fuerzas de Porter	34
Gráfico 11. Género de los encuestados	51
Gráfico 12. Edad de los encuestados	52
Gráfico 13. Requerimiento de maquinaria	53
Gráfico 14. Frecuencia de compra.....	54
Gráfico 15. Cantidad de compra.....	55
Gráfico 16. Maquinaria que requiere la empresa	56
Gráfico 17. Formas de pago	57
Gráfico 18. Grado en que influyen los precios.....	58
Gráfico 19. Incremento de precios	59

Gráfico 20. Medios de comunicación.....	60
Gráfico 21. Sector de ubicación	61
Gráfico 22. Precio de la maquinaria	62
Gráfico 23. Ubicación del proveedor actual.....	63
Gráfico 24. Satisfacción actual.....	64

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Formato de la encuesta.....	94
--------------------------------------	----

RESUMEN

La importancia del presente proyecto es analizar los procesos de importación y comercialización de maquinaria pesada para la ciudad de Quito. Con este estudio se pretende conocer el desenvolvimiento y crecimiento de la industria de la construcción; con el objetivo de considerar los principales factores que influyen tanto en el comportamiento del sector como en el desarrollo de este proyecto.

Muy importante realizar un estudio de mercado que nos permita conocer la oferta, la demanda actual y principalmente las necesidades de los clientes potenciales así como también de la demanda insatisfecha.

Determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio financiero donde detalle la inversión requerida para cumplir las metas de la propuesta y su evaluación económica.

PALABRAS CLAVE: Procesos, Importaciones, Mercado, Maquinaria

ABSTRACT

The importance of this project is to analyze the processes of import and marketing of heavy equipment for Quito city. This study aims to determine the development and growth of the construction industry; in order to consider the main factors that influence the behavior of the sector and the development of this project.

It is very important to conduct a market study that allows us to know the offer, mainly the current demand and the needs of potential customers as well as unsatisfied demand.

Determine the feasibility of the project by a financial study which details the investment required to meet the goals of the proposal and its economic evaluation.

KEYWORD: Processes, Imports, Market, Equipment

FASE I: EL PROBLEMA DE LA INVESTIGACION

1. Planteamiento del Problema

1.1. Formulación del problema

Hoy en día la industria de la construcción es considerada como una de las más importante en el país, según datos del Banco Central del Ecuador (2013), donde el valor del PIB total alcanza USD 66.254.274 hasta el 2013, esto indica un aumento en el consumo de los bienes de la industria, gracias a una mayor oferta y diversificación de negocios y sus líneas de productos que buscan satisfacer las necesidades de nuevos segmentos.

Tabla 1. PIB nacional y de la construcción

PIB TOTAL Y PIB CONSTRUCCIÓN (MILES DE DÓLARES DE 2007)				
AÑOS	PIB TOTAL	PIB CONSTRUCCIÓN		
		TOTAL	% PIB TOTAL /CONSTRUCCIÓN	% CRECIMIENTO REAL
2004	45.406.710	3.501.923	7,71%	-
2005	47.809.319	3.802.202	7,95%	8,57%
2006	49.914.615	3.976.996	7,97%	4,60%
2007	51.007.777	4.016.663	7,87%	1,00%
2008	54.250.408	4.371.989	8,06%	8,85%
2009	54.557.732	4.494.958	8,24%	2,81%
2010	56.481.055	4.649.097	8,23%	3,43%
2011	60.882.626	5.651.376	9,28%	21,56%
2012	64.009.534	6.442.907	10,07%	14,01%
2013	66.254.274	6.919.080	10,44%	7,39%
PROMEDIO	55.057.405	4.782.719	8,58%	8,02%

Fuente: Banco Central del Ecuador (2013)

El sector de la construcción requiere necesariamente de materiales, insumos, equipos y principalmente de maquinarias especializadas, para el trabajo forzado que requiere este tipo de actividad.

Actualmente se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías, alrededor de 10 empresas, dedicadas a la comercialización y/o renta de maquinaria pesada en la ciudad de Quito. Una de las principales importadoras y comercializadoras de este tipo de productos es la Importadora Industrial Agrícola S.A. (IIASA), que es la

principal distribuidora en el Ecuador de la marca Caterpillar especializada en maquinaria pesada.

La mayoría de las empresas especializadas en maquinaria pesada se dedican a la renta de las mismas por su alto costo de ventas, limitando los esfuerzos de los vendedores por concretar la venta de una maquinaria de este tipo. Inclusive el desconocimiento de marcas y modelos a precios más accesibles han contribuido para que la importación y venta de este tipo de productos no tenga el éxito esperado.

La constante necesidad de llevar a cabo proyectos de construcción para mejorar el estilo de vida de la sociedad, encamina a empresas constructoras como: Holcim, Herdoiza Crespo, Panavial, Ripconci, Hidalgo & Hidalgo, Hormigones del Valle, entre otras, a buscar alternativas para proveerse de los recursos materiales necesarios, para cumplir con sus objetivos empresariales.

Con lo antes expuesto, se presenta la necesidad de proponer soluciones para el sector mencionado, permitiendo a las personas o empresas que se dedican a la construcción y que por los elevados costos del mercado han preferido prescindir de la adquisición de maquinaria, y optar por el alquiler.

- ¿El proyecto propuesto, permitirá satisfacer a un mercado amplio como el de la construcción, ofreciendo maquinaria pesada importada desde Estados Unidos, en la ciudad de Quito?

1.2. Sistematización del problema

- ¿La industria de la construcción dispone de los recursos necesarios para invertir en maquinaria pesada?
- ¿Existe un mercado potencial para la venta de maquinaria pesada?
- ¿La competencia tiene amplia experiencia en el mercado que se pretende ingresar?
- ¿Un adecuado plan de marketing permitirá dar a conocer las características del producto, fomentando la decisión de compra de los clientes?
- ¿La localización del local influye en la aceptación del cliente, para adquirir el producto?
- ¿La inversión realizada generará la utilidad esperada por el emprendedor del negocio propuesto?

1.3. Objetivo general

- Elaborar el proyecto para la importación desde los Estados Unidos de maquinaria pesada para la industria de la construcción y su comercialización en la ciudad de Quito.

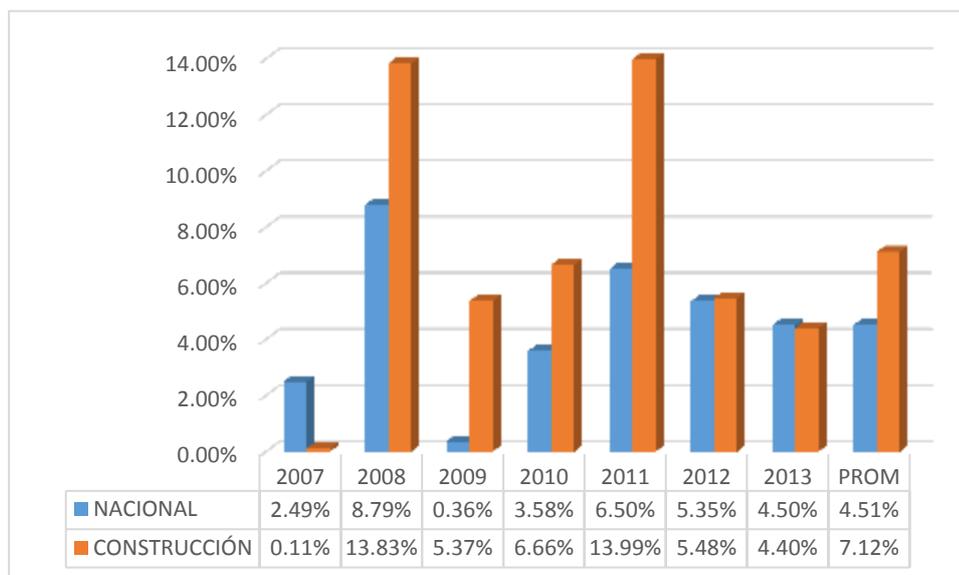
1.4. Objetivos específicos

- Realizar un análisis situacional del macro y microambiente en el que se desarrolla el proyecto.
- Determinar los factores que influyen en el comportamiento del sector de la construcción, así, como en el desarrollo de las actividades del negocio propuesto.

- Desarrollar un estudio de mercado en el que se identifique la oferta y demanda actual del producto, así como las necesidades de los potenciales clientes y la demanda insatisfecha.
- Exponer un estudio de comercio exterior, que permita conocer los requisitos de importaciones y su entorno, así como el país de origen de las máquinas a importar.
- Realizar un estudio técnico y organizacional para determinar la necesidad de instalación, procesos, equipos y talento humano requeridos para brindar el producto y su distribución adecuada, con una organización acorde a las necesidades del negocio.
- Determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio financiero, en donde se detalle la inversión requerida para cumplir las metas propuesta, además de su evaluación económica.

1.5. Justificación

Actualmente la industria de la construcción en el Ecuador genera un crecimiento promedio del 7,12% anual, tal situación se debe a que la industria en el país ha repuntado, especialmente por la gran inversión que el Estado viene asignando para el desarrollo de proyectos a gran escala. (BCE, 2013)

Gráfico 1. Crecimiento económico del país e industria de la construcción

Fuente: Banco Central del Ecuador (2013)

Dentro del contexto ecuatoriano, la industria de la construcción se ha convertido en uno de los de mayor relevancia para el desarrollo económico, esto se debe a que el Estado conjuntamente con la empresa privada vienen desarrollando importantes proyectos de construcción, tales como el plan habitacional Socio Vivienda, desarrollado desde el 2008, la reconstrucción vial, el proyecto hidroeléctrico Coca Codo Sinclair, la explotación minera a gran escala, entre otros, que de alguna u otra manera, están dinamizando no solo al sector como tal, sino al resto de sectores o negocios afines a ésta, tales como el arriendo y la comercialización de maquinarias pesadas, carpintería, electricidad, plomería, transporte, hasta servicios y componentes electrónicos muy sofisticados. Esta es la razón por la cual constituye un preciado motor del crecimiento económico y sobre todo un atractivo para emprender inversiones a toda escala.

La importancia de la presente propuesta radica en realizar un estudio para la importación y comercialización de maquinaria pesada, en la ciudad de Quito, para satisfacer a un mercado que mantiene un crecimiento sostenido, contribuyendo al desarrollo económico y social del país.

1.6. Identificación y caracterización de variables

Variable independiente: La creación de una empresa importadora y comercializadora de maquinaria pesada, en la ciudad de Quito

Variable dependiente: Satisfacer la demanda existente en el sector de la construcción

1.7. Novedad y/o innovación

El presente proyecto tiene como valor agregado la posibilidad de brindar al cliente la maquinaria apropiada de acuerdo a sus requerimientos técnicos y presupuesto, que actualmente no existe este servicio en el mercado. Por lo cual se pretende ser intermediario en el mercado de Los Estados Unidos de América que sería el proveedor del mercado ecuatoriano.

2. El Método

2.1. Nivel de estudio

Para el desarrollo del presente proyecto se utilizará una investigación de campo, a través, de una encuesta poblacional para identificar gustos y preferencias del cliente potencial. De igual manera para conocer las tendencias actuales y las oportunidades de mercado existentes.

Además se requerirá de una investigación bibliográfica que permita la recopilación de información para aplicar en el presente proyecto. Principalmente se utilizará libros y revistas para la recopilación de información bibliográfica.

2.2. Modalidad de investigación

En la presente investigación se utilizarán los siguientes tipos de estudio:

2.2.1. Exploratorio

La palabra exploratorio significa entrar en un territorio desconocido. Por lo tanto, el investigador emprenderá una incursión exploratoria para conocer la situación actual de la comercialización de maquinaria pesada, debido a, que se dispone de conocimientos imprecisos, que impide sacar las más provisorias conclusiones, sobre qué aspectos son relevantes y cuáles no.

2.2.2. Descriptivo

Con este tipo de investigación se pretende conocer el proceso de importación y comercialización de maquinaria pesada, a través de la descripción exacta de las actividades a realizarse, a su vez conocer claramente las ventajas que ofrece. Su objetivo pasa por encima de la recolección de datos, sino que llega hasta la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables.

El investigador no será solo un tabulador, sino que recogerá los datos para sustentar la hipótesis, exponiendo y resumiendo la información de manera cuidadosa

para luego ser analizada minuciosamente a través de sus resultados y determinar generalidades significativas que contribuyan al conocimiento.

La aplicación de este tipo de investigación dentro del proyecto, permitirá conocer de manera más clara los procesos necesarios, para que el producto ofertado, genere la rentabilidad esperada para la empresa y a su vez cumpla con las expectativas del cliente, siendo un factor primordial para conseguir el objetivo principal.

2.3. Método

Los métodos a utilizar son:

Método Deductivo: Permitirá establecer y llegar a la verdad partiendo de conocimientos generales para poder establecer conocimientos específicos, lo que significa que se singularizará el problema planteado, logrando concentrar los aspectos de la investigación en aspectos puntuales. Permite indagar en los aspectos genéricos relativos al tema, puntos de partida que hacen posible la orientación hacia los temas complejos a desarrollarse.

Método Analítico: Utilizado para conocer el objeto de estudio, mediante métodos de análisis cuantitativos y cualitativos, que permitan observar las causas, la naturaleza y los efectos de partes estudiadas. Los métodos cuantitativos incluyen técnicas estadísticas como la encuesta y su análisis de datos; los métodos cualitativos permitirán analizar la información.

2.4. Población y muestra

2.4.1. Población

Según la Superintendencia de Compañías (2014), las empresas constructoras existentes en la ciudad de Quito son 1.004, cifra de la cual se partirá en la presente investigación para la recolección de los datos necesarios para su desarrollo.

2.4.2. Muestra

Martínez Roldan (2008) manifiesta que se conoce como “muestra al número de elementos, elegidos o no al azar tomados de un universo cuyos resultados deberán extrapolarse al mismo, con la condición de que sean representativos de la población”. Además, afirma que para obtener un resultado confiado no es preciso encuestar a todos los que puedan proyectar claridad sobre un problema. Es suficiente tomar datos de una muestra, a condición de que sus reacciones de total de las personas del sector a encuestar. (pág. 85)

El tamaño de la muestra depende de tres aspectos:

- Error permitido
- Nivel de confianza estimado
- Carácter infinito de la población.

La fórmula para determinar el tamaño de la muestra es la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z^2 p q}$$

Fuente: Martínez Roldan (2008)

Dónde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

p = probabilidad de éxito.

q = probabilidad de fracaso.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza.

e = Límite aceptable de error muestral

Para el cálculo de la muestra se tomará en cuenta una población finita de 1.004 que corresponde al número de empresas constructoras en la ciudad de Quito. El margen de error que se empleara para este cálculo será del 9%.

A continuación se muestra el cálculo partiendo de los siguientes datos:

(Nivel de confianza) $Z = 1.69$

(Error) $e = 9\%$

(Población) $N = 1.004$

Probabilidad de éxito $p = 0.50$

Probabilidad de Fracaso $q = 0.50$

$$n = \frac{1.69^2 * 1.004 * 0.5 * 0.5}{0.9^2 * 1.004 + 1.69^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 81.11$$

El número de la muestra a aplicarse será de 81.

2.5. Operacionalización de variables

Tabla 2. Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	NIVEL DE MEDICIÓN	INDICADORES
Factible	Que es exequible	Que puede estar al alcance del investigador		Realizado No realizado
Realizable	Que se puede realizar o ejecutar	Que al finalizar el proyecto, se propone la apertura de un local comercial que importe maquinaria pesada para el sector de la construcción, y su posterior comercialización.	Indicadores de factibilidad económica	Factible No factible
Financiable	Que se puede financiar con recursos del investigador	Que el investigador podrá pagar los gastos que se incurran en todo el proceso de investigación	Presupuesto para el desarrollo de la investigación total	Alto Medio Bajo

Elaborado por: La autora

2.6. Selección de instrumentos investigación

Para la presente investigación se llevará a cabo un estudio bibliográfico y una entrevista, la misma que será aplicada a expertos en compañías de construcción, para determinar las necesidades y expectativas de la población en estudio.

Siendo la encuesta una de las técnicas de investigación, esta se enmarcará en determinar cuáles son las necesidades específicas del sector, a través de un cuestionario, siendo este el principal instrumento.

La bibliografía se utilizará con el objetivo de aclarar dudas, llegar a conclusiones y determinar diferentes puntos de vista que se han obtenido en otros países respecto a la investigación planteada.

2.7. Validez y confiabilidad de instrumentos

Los instrumentos antes expuestos, mismos que se utilizará en la investigación podrán determinar con exactitud la necesidad de importación de maquinaria pesada para el sector de la construcción, misma que será comercializada en la ciudad de Quito, el instrumento más importante, entonces será el cuestionario de la entrevista que permitirá la validación del estudio, generando confianza en los resultados.

3. Aspectos administrativos

3.1. Recursos humanos

Las personas que intervendrán directa o indirectamente en la presente investigación serán:

La autora: María Belén Erazo

El Director de Tesis: El profesional asignado por la Universidad Internacional SEK

3.2. Recursos técnicos y materiales

- Computador
- Impresora
- Hojas
- Esferos

3.3. Recursos financieros

Tabla 3. Presupuesto

INSUMOS	CANTIDAD USD
Recursos propios	3.025,00
Gastos:	
Bibliografía	150,00
Internet	40,00
Papelería	20,00
Fotocopias	100,00
Materiales de computación	50,00
Empastados	160,00
Asesoría terceros	250,00
Especie de título (por confirmar)	2050,00
Imprevistos (10%)	205,00
TOTAL GASTOS	3.025,00

Elaborado por: La autora

3.4. Cronograma de trabajo

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																
MES/SEMANA	I MES				II MES				III MES				IV MES			
TAREA	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
FASE I	■	■	■	■												
FASE II					■	■	■	■								
FASE III									■	■	■	■				
CONCLUSIONES													■	■		
RECOMENDACIONES															■	
BIBLIOGRAFÍA																■
GLOSARIO																■
ANEXOS																■

Elaborado por: La autora

FASE II: FUNDAMENTACION TEORICA Y DIAGNOSTICA

1. *Fundamentación teórica*

1.1. Marco Conceptual

Importaciones.- Se define como el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país para su uso y consumo interior.

Estudio de factibilidad.- Es un análisis de los resultados financieros, económicos y sociales de una inversión.

Marketing Mix.- Son las herramientas o variables de las que dispone el responsable del mercadeo de la compañía para cumplir con los objetivos de la empresa.

Demanda.- Se define como la cantidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a los distintos precios del mercado por un consumidor.

1.2. Marco Teórico

Sapag (2003) en su publicación indica que “Un plan de negocios o proyecto no es ni más ni menos que la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendiente a resolver” (pág. 19)

Es decir, un proyecto es aquella acción en la que se establecen parámetros de investigación definiendo los montos de inversión, la metodología o tecnología a aplicar, en el desarrollo de una actividad económica que resuelva cualquier tipo de necesidad existente en un sector social específico.

Continuando con el autor, quién indica que la elaboración de un proyecto es básicamente la ejecución de una idea, que sin duda tiene como objetivo la solución de un problema o a su vez el aprovechamiento de un nicho de mercado que genera la oportunidad de un nuevo negocio, satisfaciendo necesidades de terceras personas.

Un proyecto debe ser desarrollado en varias etapas, en primer lugar se deberá determinar tamaño del mismo, ya que de esto dependerán los montos de inversiones, costos, gastos, entre otros rubros, seguido a esto se procederá a medir la rentabilidad de inversión que se pretende realizar; a estas etapas se las conoce también como preinversión. (Sapag, 2003, pág. 25)

Para medir el éxito o el fracaso de un proyecto se deben tomar en cuenta varios factores, los mismos que permitirán conocer de manera certera las necesidades de conglomerado en específico, puesto que al no tomarse en cuenta se puede crear falsas expectativas del mercado objetivo.

Según Revilla (2004),

“Existen diversos mecanismos operacionales por los cuales un empresario decide invertir recursos económicos en un determinado proyecto. Los niveles decisorios son múltiples y variados, puesto que en el mundo moderno cada vez es menor la posibilidad de tomar decisiones en forma unipersonal. Por lo regular, los proyectos están asociados interdisciplinariamente a requerimientos de diversas instancias de apoyo técnico antes de ser sometidos a la aprobación de cada nivel” (pág. 66).

Para Sapag (2003) “Toda decisión implica un riesgo”. Cada uno de los proyectos pueden presentar diferentes grados de riesgos, siendo lógico pensar que frente a aquellos en los que mayor sea este, mayor será la rentabilidad del proyecto. En realidad lo importante es que la toma de decisiones se la pueda ejecutar partiendo de datos reales, básicos y concretos que reflejen con exactitud los antecedentes del proyecto.

Es importante tener claro los puntos necesarios para preparar y evaluar un proyecto, con el propósito de disminuir el riesgo de fracaso que puede ocasionar la falta de un estudio profundo sobre las oportunidades existentes de cualquier tipo de negocio.

Comercio Internacional

Con respecto a las modalidades de comercio internacional, por las cuales una empresa podría incursionar

, dependiendo principalmente del grado de involucramiento e inversión que la empresa desee realizar (así como dependiendo de facilidades que tratados de libre comercio internacional, acuerdos aduaneros arancelarios o no arancelarios y demás) se aplicará la teoría de Mintzberg (2009) donde se tiene:

- La importación directa
- La concesión de una licencia o franquicia
- Inversión directa

Logística de Operaciones

La logística según Zabala (2007, pág. 62) se entiende como “la parte del proceso de la cadena de aprovisionamiento que planea, lleva a cabo y controla el flujo y almacenamiento eficiente y efectivo, hacia adelante y en reversa, de bienes y servicios, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo, con el fin de satisfacer los requerimientos de los clientes”

Con respecto a aspectos logísticos, los aspectos que deberán analizarse para definir la mejor y más óptima combinación de acuerdo son:

- Necesidad de infraestructuras o instalaciones de almacenamiento temporal o permanente.
- Administración del recurso humano (localizable en diversas geografías, con determinadas capacidades o competencias físicas o intelectuales).
- Desarrollo de tecnología (como sistemas de control de materiales, entre otros).
- Determinación del nivel apropiado de compra y nivel de inventario adecuado.
- Definición de modalidad de logísticas de entrada y de salida de los insumos o materias primas (de entrada) y productos terminados (de salida).

Es importante mencionar que la empresa se convierte en un intermediario directo de comercio entre Estados Unidos y Ecuador, puesto que realizará la importación de la maquinaria que comercializará dentro del país.

Logística de importación

La logística de la importación son las herramientas y pasos a seguir para hacer que el producto importado desde Estados Unidos arribe a su destino final siendo este la ciudad de Quito, país Ecuador, tomando en cuenta los costos y tiempos que más favorezcan a la empresa.

El primer paso que la empresa deberá realizar el contacto con un proveedor en el país escogido por la misma, luego realizar la adquisición del producto en este caso la maquinaria pesada, el transporte, la desaduanización y nacionalización, el transporte interno nacional cuando la carga arribe a la ciudad de Quito y trámites afines

El régimen que se utilizará para el presente proyecto es la importación a consumo la misma que “es la nacionalización de mercancías extranjeras ingresadas al país para su libre disposición; uso o consumo definitivo, una vez realizado el pago de los respectivos impuestos.” (Pro Ecuador, 2012) La maquinaria ingresará al país para ser comercializada a su consumidor final.

INCOTERMS – Términos de ventas

Los Incoterms son reglas internacionales, actualmente se encuentran en vigencia los Incoterms 2010 desde el 1 de enero del 2011, estos son regidos por la Cámara de Comercio Internacional (ICC).

“Muchos países en sus legislaciones han tipificado la inclusión y uso de las reglas Incoterms de la ICC, Organismos multilaterales de comercio y derecho mercantil, reconocen, aceptan y respetan la aplicación como Norma de comercio, Ej: Art. 66 del Reglamento Comunitario Decisión 571 de la CAN; y Art.3 numeral 5 literal “h” de la resolución 1239 del Acuerdo de Cartagena. La Aduana del Ecuador y los países de la Comunidad Andina, reconocen la aplicación de los Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, en los controles aduaneros durante el despacho de las mercancías importadas, así como en el control posterior” (Comercio Exterior, 2013)

Son varios los Incoterms que las empresas pueden escoger de acuerdo a sus necesidades y tomando en consideración el tipo de transporte que se requiere utilizar para un determinado producto, entre ellos se pueden mencionar:

Tabla 4. Incoterms

REGLAS PARA CUALQUIER MODO O MODOS DE TRANSPORTE		REGLAS PARA TRANSPORTE MARÍTIMO Y VÍAS NAVEGABLES INTERIORES	
TÉRMINO	SIGNIFICADO	TÉRMINO	SIGNIFICADO
EXW	En fábrica	FAS	Franco al costado del buque
FCA	Franco Transportista	FOB	Franco a bordo
CPT	Transporte Pagado hasta	CFR	Coste y flete
CIP	Transporte y Seguro Pagados hasta	CIF	Coste, seguro y flete
DAT	Entrega en Terminal		
DAP	Entrega en Lugar		
DDP	Entregada derechos pagados		

Fuente: Comercio Exterior (2013)

1.3. Marco Referencial

Es importante mencionar que son pocos los estudios que se relacionan con la temática de la presente investigación, sin embargo se puede mencionar la realizada por Abad y Vásquez (2013, pág. 36) quienes en su estudio indican que la importación de maquinaria pesada es un proceso en que se realiza el contacto directo con el proveedor de preferencia de la empresa, y en el cual el modo de importación es escogido de acuerdo a las necesidades de la organización.

Por otro lado se encuentra el documento realizado por Ospina (2013) en el que se indica que:

“La industria de la construcción requiere de varios tipos de maquinaria pesada que son parte indispensable para lograr un accionar eficiente de la compañía en el mercado en el que se desenvuelve aportando con el mejoramiento y productividad de la misma” (pág. 13)

De tal forma se puede decir entonces que la importación de maquinaria pesada es un tema abordado desde varios puntos de vista, debido a la importancia que tiene dentro de la industria.

1.4. Marco Legal

Según la Superintendencia de Compañías (2014):

“La compañía limitada es aquella que se constituye entre 1 o más personas teniendo como límite máximo 15 personas, quienes tienen la calidad de socios, los mismos que responden por obligaciones sociales únicamente hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva adicionándole la palabra “Compañía Limitada” o su abreviatura”.

En este caso, Construmaq Cía. Ltda., es una empresa que cuenta con una única propietaria, misma que contribuirán con el 100% del capital, para la constitución de la empresa.

Por otro lado, al ser conformada como una Compañía Limitada, la empresa deberá cumplir con diferentes obligaciones fiscales, entre las que se destacan:

- Cobro, declaración y pago de IVA
- Declaración y pago del Impuesto a la Renta
- Presentación de Anexos
- Pago de la Patente Municipal

Requisitos de importación

Una importación puede ser realizada por todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país, que previamente hayan sido reconocidos como importadores en la aduana del Ecuador.

Actualmente, la gran mayoría de trámites que se relacionan con las importaciones y en general el comercio exterior, son manejados vía electrónica, lo cual facilita el proceso y al mismo tiempo los agiliza, desde octubre del año 2012, se utiliza

el sistema ECUAPASS para realizar los trámites mencionados, y deberán seguir el siguiente proceso:

- Las personas naturales o jurídicas que empiecen este proceso deberán obtener un RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI), este requisito es indispensable ya sea que la persona haga una única importación o empiece a realizar importaciones frecuentes.
- Obtener el registro de importador, en el nuevo sistema de aduana llamado “ECUAPASS”, previamente se debe obtener Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por El Banco Central o Security Data.
- Llenar la solicitud de Concesión/Reinicio de Claves en el sistema, todos los procedimientos se realizan de manera electrónica, no se requiere la presencia física del importador, luego de revisar los datos ingresados en el sistema y no observarse novedades se acepta el Registro inmediatamente.
- Una vez obtenida la clave de acceso al sistema se procederá a registrar la o las firmas autorizadas para la Declaración Andina de Valor (DAV).
- El trámite de desaduanización de la mercancía o producto a importar, para esto de acuerdo a la Ley Orgánica de Aduanas se necesitará contratar los servicios de un agente acreditado por la aduana del Ecuador, el listado completo de los agentes aduaneros autorizados se puede obtener en la página www.aduana.gob.ec.

2. *Diagnóstico*

2.1. Ambiente externo

2.1.1. Macro entorno

Según David (2008), el análisis externo permite identificar y analizar ciertos factores que no pueden ser controlados por una empresa. Este análisis permite determinar las amenazas y oportunidad que el sector externo presenta para una industria o empresa, para establecer estrategias para aprovechar las oportunidades y minimizar el efecto de las amenazas.

- Factor político

Según el informe realizado por la Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos (2014), el sector comercial en el año 2013, se ve influenciado por ciertas políticas establecidas por el gobierno actual, principalmente dirigidas al aspecto económico que afectó a diferentes economías. Una de las principales políticas busca evitar la salida de divisas a través de esquemas de control de importaciones en diferentes productos, especialmente aquellos con mayor demanda en el mercado nacional, afectado de manera directa a sectores como el automotriz, telecomunicaciones, comercio y cosméticos.

El gasto público fue otro aspecto relevante que influyó en el crecimiento económico a finales del 2013, lo cual incentivó al consumo de las personas, accediendo a créditos y realizando depósitos, sin embargo, en comparación al 2012 se observó una desaceleración de la economía en general. (Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos, 2014)

Las políticas mencionadas y la desaceleración económica, incidieron en las expectativas de consumos de ciertos sectores, por un lado las personas muestran menor interés por contratar un crédito y prefieren el consumo presente; por otro lado las empresas, prefieren acceder a un seguro por la incertidumbre económica que generan dichas políticas, asegurando de esta manera su permanencia en el mercado. A lo mencionado, se suma la aprobación del Código Monetario y Financiero en julio del 2014, que constituye un: “instrumento normativo que contribuirá a cambiar las relaciones de poder y en el que prevalece la supremacía del ser humano sobre el capital financiero.” (Ruiz, 2014)

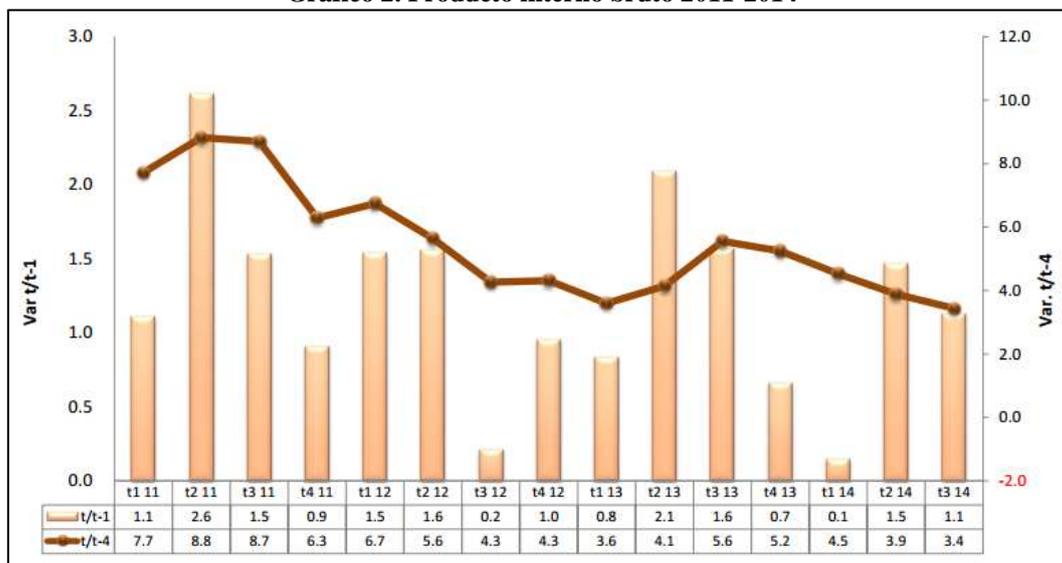
Según la publicación de Ruiz (2014), el Código Monetario y Financiero ofrece al Estado instrumentos de política monetaria que permiten enfrentar crisis sistémicas, regular el crédito ofrecido por entidades financieras y no financieras.

- **Factor Económico**

- o **Producto Interno Bruto**

En el último año el Ecuador presenta un comportamiento de crecimiento favorable, manteniendo la tendencia mostrada en períodos recientes, con un crecimiento del 4,5% al cierre del 2013, alcanzando los 66.879 millones de dólares. (Banco Central del Ecuador, 2015)

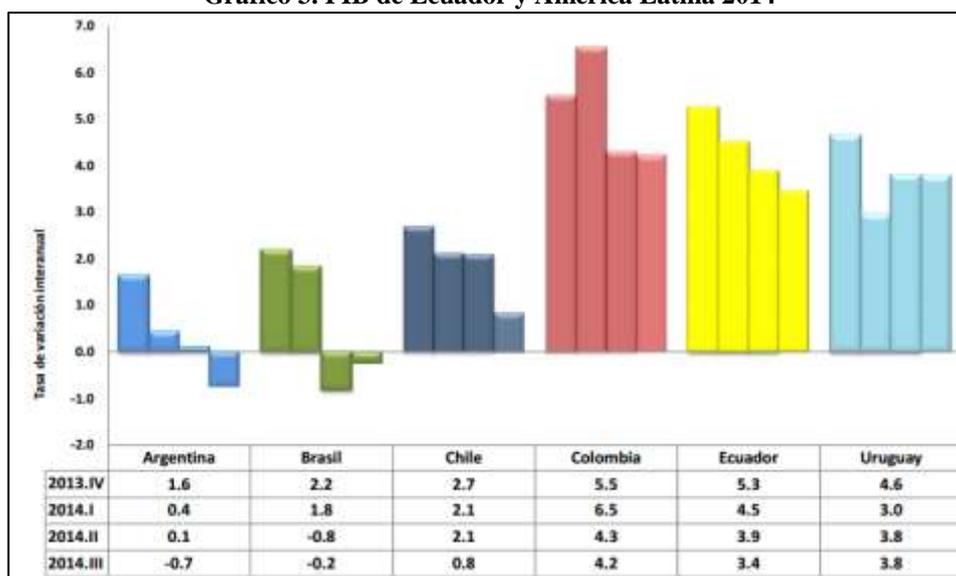
Gráfico 2. Producto interno bruto 2011-2014



Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Tomando en cuenta el PIB que por el momento presenta el país, es importante realizar una comparación con lo que sucede en cuanto al mismo rubro, en los países que integran América Latina, donde se puede notar que el Ecuador se encuentra en un índice favorable, puesto que supera la media presentada en la región, tal como se presenta de forma gráfica a continuación:

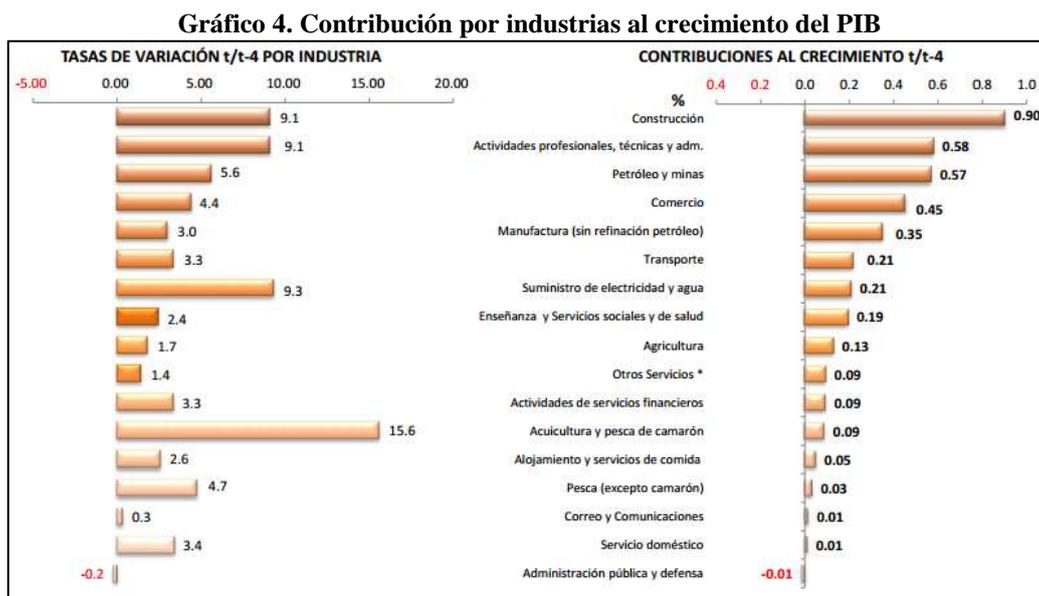
Gráfico 3. PIB de Ecuador y América Latina 2014



Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

El crecimiento promedio del PIB de América Latina al tercer trimestre del 2014 fue del 1,88%, Ecuador muestra un crecimiento que bordeó el 3,4%.

Por otro lado, es importante mencionar las industrias que dinamizan la economía del país, y su aporte al crecimiento del PIB. La gráfica que se muestra a continuación indica de forma clara que los sectores que encabezan esta contribución son la del Petróleo y minas con un 0.96, el comercio con Construcción con 0.44 puntos porcentuales (pp) y la agricultura con 0,6 pp de aporte al PIB.



Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Se puede observar que la industria a fin al presente proyecto, aporta al desarrollo del PIB con 9,1 puntos porcentuales, ubicándose en el puesto 3 de 17 industrias consideradas, lo que indica que cuenta con gran fuerza y crecimiento.

○ **Inflación**

El Banco Central del Ecuador (2015), define a la inflación como un indicador medido “estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares”

Durante los últimos años se observa una estabilización de los precios de bienes y servicios, esto ha permitido dinamizar el mercado en el país, las personas demandan en mayor nivel cuando se reflejan bajos niveles del índice de precios al consumidor.

Tabla 5. Evolución del índice de precios al consumidor

INFLACIÓN	
AÑO	PORCENTAJE ANUAL
2009	4,31%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
2013	2,70%
2014	3,67%
PROMEDIO	3,93%

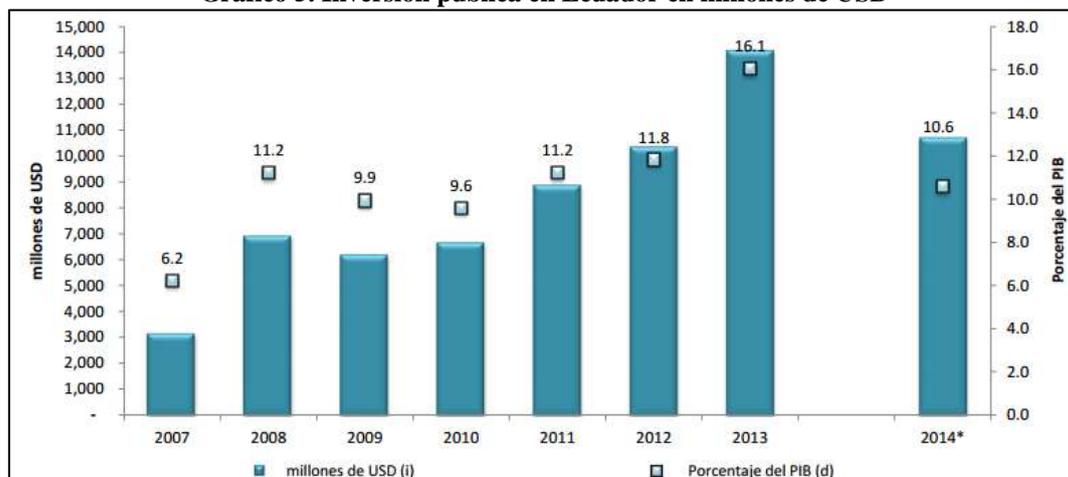
Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Se puede observar que la tasa de inflación durante los últimos periodos muestra una disminución importante, es así que, en el 2009 este índice alcanzó el 4,31%, mientras que para el 2014 es de 3,67%, el porcentaje promedio durante los 5 años bordea el 3,93%.

○ **Inversión pública**

La inversión pública es uno de los aspectos que han mostrado una gran variación en los últimos años, con el gobierno de turno los ingresos destinados a este aspecto han sido uno de los principales motores para el crecimiento económico del Ecuador.

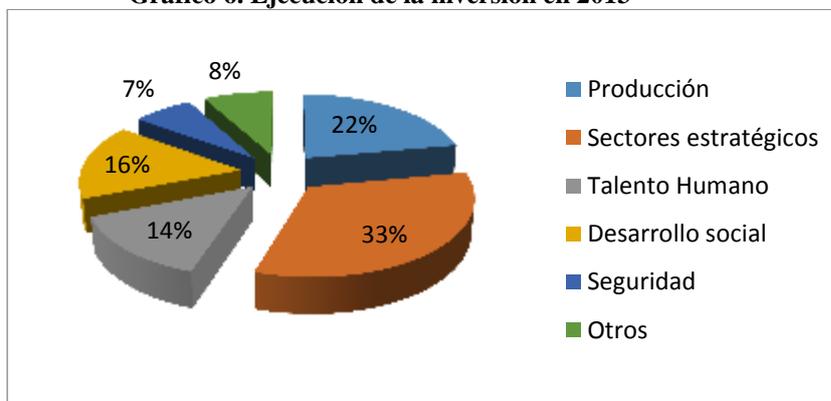
El siguiente gráfico muestra la evolución de la inversión pública en el periodo 2007-2014:

Gráfico 5. Inversión pública en Ecuador en millones de USD

Fuente: SENPLADES (2015)

El valor asignado a la inversión pública entre 2007 y 2014, muestra una asignación favorable, llegando a 14.000 millones de dólares a 2013. Para el 2014 este rubro desciende al 10.6% en relación al PIB, es decir 10.715 millones de dólares.

Esta inversión realizada por la cartera de Estado, es direccionada a los diferentes sectores de la economía, de acuerdo a su necesidad y aporte a la dinamización, tal como se presenta a continuación:

Gráfico 6. Ejecución de la inversión en 2013

Fuente: SENPLADES (2015)

Es así que para el año 2014, los sectores estratégicos y el sector producción recibieron la mayor cantidad de rubros de inversión pública con el 33% y 22% respectivamente, seguido por desarrollo social con el 16%, talento humano muestra una asignación del 14%, finalmente el sector seguridad y otros muestran el 8% y 7% de asignación respectivamente.

Los datos presentados demuestran la importancia de dicho aspecto al desarrollo económico del país, mejorando la calidad de vida de la población, con la aplicación de una política de gasto público, enfocados generalmente sector productivo y estratégico del país.

○ **Tasa de Interés**

Las entidades del sector financiero cuando otorgan créditos direccionados a diferentes áreas de la economía, fijan una tasa de interés la misma que es cobrada a sus clientes, la misma es denominada como tasa activa. Según datos del Banco Central del Ecuador (2015), entre los años 2007 y 2012, ésta tasa se redujo de 10,06% a 7,84%. Para noviembre del 2014 la tasa activo se fijó en 8,13%.

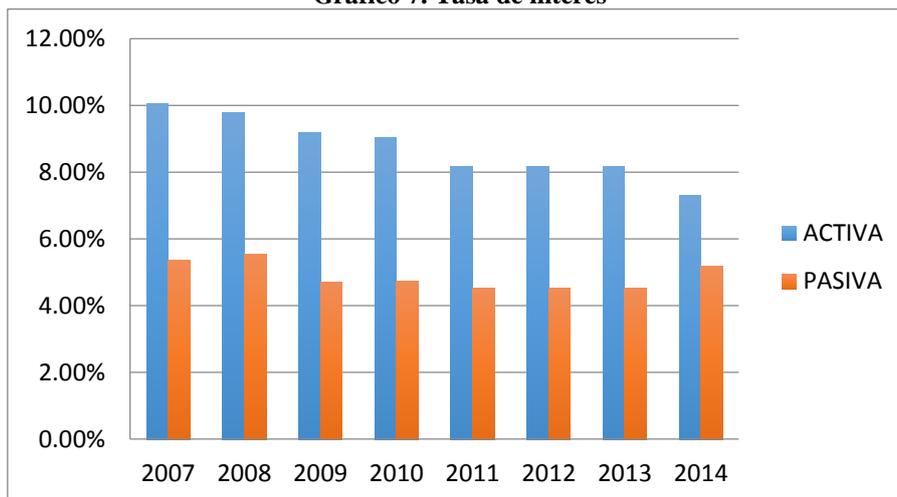
La tasa de interés pasiva, es aquella que las instituciones bancarias otorgan a sus clientes por los depósitos realizados, esta pasó de 5,36% en el 2007 a 4,53% en el 2013.

Tabla 6. Tasas de interés

COMPORTAMIENTO DE LA TASA DE INTERÉS			
AÑO	TASA REFERENCIAL		MARGEN FINANCIERO
	ACTIVA	PASIVA	
2007	10,06%	5,36%	4,70%
2008	9,79%	5,54%	4,25%
2009	9,20%	4,70%	4,50%
2010	9,03%	4,74%	4,29%
2011	8,17%	4,53%	3,64%
2012	8,17%	4,53%	3,64%
2013	8,17%	4,53%	3,64%
2014	7,31%	5,18%	2,13%

Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Elaboración: El autor

Gráfico 7. Tasa de interés

Fuente: Banco Central del Ecuador (2015)

Elaboración: El autor

“A partir del 2007, el Tribunal Constitucional dictaminó que el Banco Central del Ecuador calcule mensualmente las tasas máximas tomando en cuenta el promedio de las tasas efectivas de las últimas cuatro semanas, hecho que ha permitido una reducción sostenida en las tasas máximas en todos los segmentos de crédito” (Banco Central del Ecuador, 2015)

Debido al comportamiento que las tasas de interés han mantenido en los últimos años, permite que la empresa pueda acceder a créditos bancarios, y de esta manera capitalizar el negocio, y obtenido un menor costo financiero.

- **Factor social**

El factor social será analizado bajo aspectos relacionados con la población económicamente activa y mercado laboral.

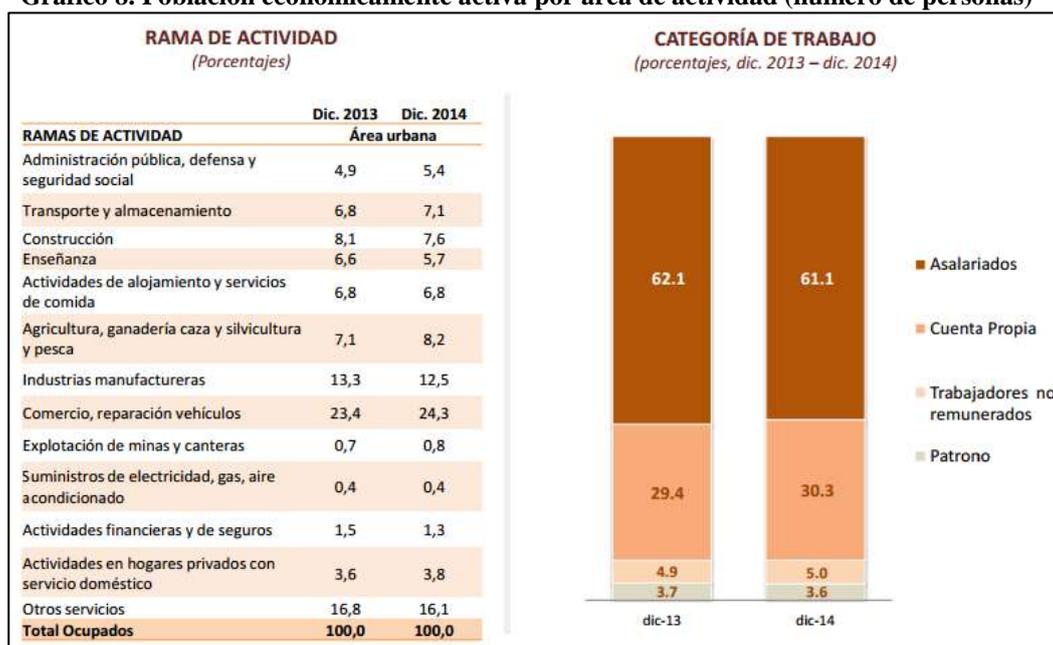
○ **PEA**

“La Población Económicamente Activa (PEA), según la encuesta de Empleo Urbano y Rural del INEC, a Diciembre de 2013 superó los 4.7 millones de personas, representando el 44% de la población del país.” (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014)

El crecimiento promedio de la PEA en el período 2008-2012 es de 0,63%. En el año 2010 se observa una reducción de la población económicamente activa esto dado principalmente por la nueva medición realizada por el INEC del rango de edad de las personas, que están con trabajo, formal o informal.

El sector comercial es el primero en importancia, es este indicador, es decir, emplea gran parte de la población alcanzando el 24.3%, luego se encuentra el sector de otros servicios con un 16,1%, el sector que emplea a menos ciudadanos es el de seministros de electricidad, gas y aire acondicionado, quienes albergan a penas a 0,4%, datos que en la siguiente gráfica se pueden constatar.

Gráfico 8. Población económicamente activa por área de actividad (número de personas)



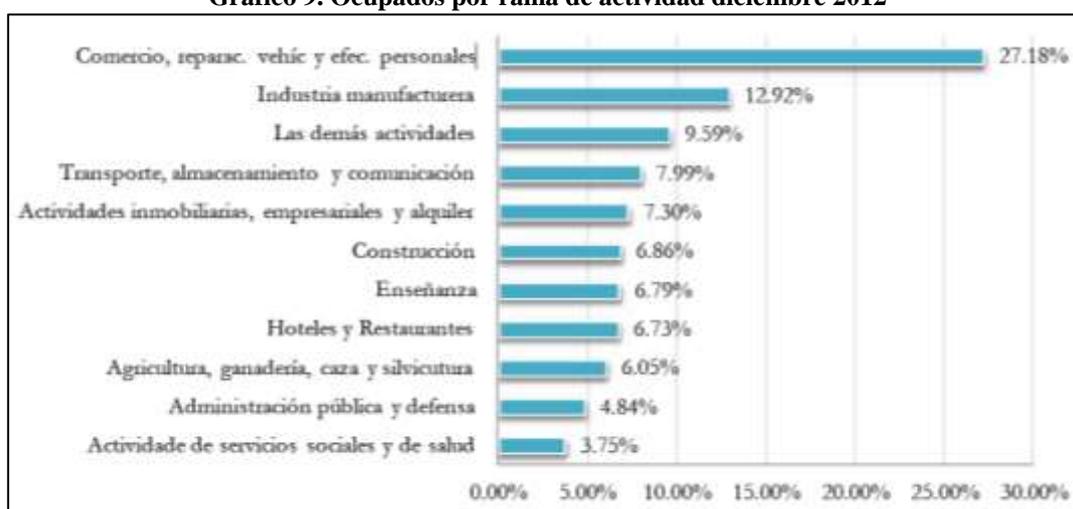
Fuente: Banco Central del Ecuador (2013)

○ **Mercado laboral**

La tasa de desempleo en Ecuador según la Encuesta de Empleo Urbano y Rural al año 2012 cerró en 4.12%, considerada como la más baja de los últimos años. Así también se obtuvo que la tasa de ocupación plena al 2012 fue de 42.79% superior en 1.5 puntos en relación al 2011. (Pro Ecuador, 2013)

El siguiente gráfico muestra la población ocupada por rama de actividad:

Gráfico 9. Ocupados por rama de actividad diciembre 2012



Fuente: INEC (2012)

La industria de comercio y reparación de vehículos es la principal generadora de empleo constituye el 27,18% del total de ocupados en el país, lo que muestra su importancia en el medio económico del mismo.

- **Factor tecnológico**

En factor tecnológico en el país, analizado desde la inversión destinada a este aspecto, se puede mencionar que es muy reducida, constituye aproximadamente el 0,47% del PIB total, en comparación a otros países el rubro es mínimo, la meta del Gobierno el alcanzar el 1%, para lo cual se están desarrollando proyectos que mejoren el nivel tecnológico del país, uno de ellos es Yachay o Ciudad del Conocimiento, con

una inversión inicial de USD 400 millones, se enfocada en áreas como: ciencias de la vida, nanociencia, energía renovable, cambio climático, petroquímica y tecnologías de la información y la comunicación. (Diario El Comercio, 2013)

El Ecuador con relación a otros países de la región, aun muestra rezago en el uso del internet, la baja cantidad de contenidos subidos a la red es uno de los indicadores que demuestran el lento crecimiento tecnológico en el país. A pesar de lo mencionado, en los últimos años se ha visto un crecimiento importante del uso de internet, según datos del Ministerio de Telecomunicaciones al 2013 se registraron 66 de cada 100 personas que usaron la internet, en comparación al año 2006 donde 6 de cada 100 personas tenían acceso al mismo, lo que muestra un gran crecimiento en los últimos años. Al 2014, el país alcanzó un mejor posicionamiento en el Índice de Disponibilidad de Tecnología (NRI) en red, logrando el puesto 82 de 144 países analizados. (Diario El Comercio, 2014)

En forma general, el Ecuador no goza de un alto nivel de tecnología lo que reduce la oportunidad de crecimiento de todos los sectores económicos y sociales del país, entonces se requiere de un mayor interés por parte de las entidades de gobierno y empresas para mejorar la situación tecnológica del país, incrementando las oportunidades de crecimiento.

- **Factor ambiental**

Actualmente el Ministerio del Ambiente es el organismo encargado de mantener el ecosistema del país, para lo cual ha realizado diferentes programas en los que se incentiva la conservación tal es el caso del Sistema Nacional de Áreas Protegidas cuyo propósito es garantizar “la conservación de la biodiversidad y el mantenimiento de las

funciones ecológicas, y su rectoría y regulación será ejercida por el Estado, quien asignará los recursos económicos necesarios para la sostenibilidad financiera del sistema, y fomentará la participación de las comunidades, pueblos y nacionalidades que han habitado ancestralmente las áreas protegidas en su administración y gestión.” (Ministerio del Ambiente, 2013).

Por otro lado es importante mencionar que en el Ecuador existen: 11 parques nacionales, 4 reservas biológicas, 9 reservas ecológicas, 1 reserva geobotánica, 4 reservas de producción de fauna, 10 refugios de vida silvestre, 2 reservas marinas y 4 áreas nacionales de recreación.

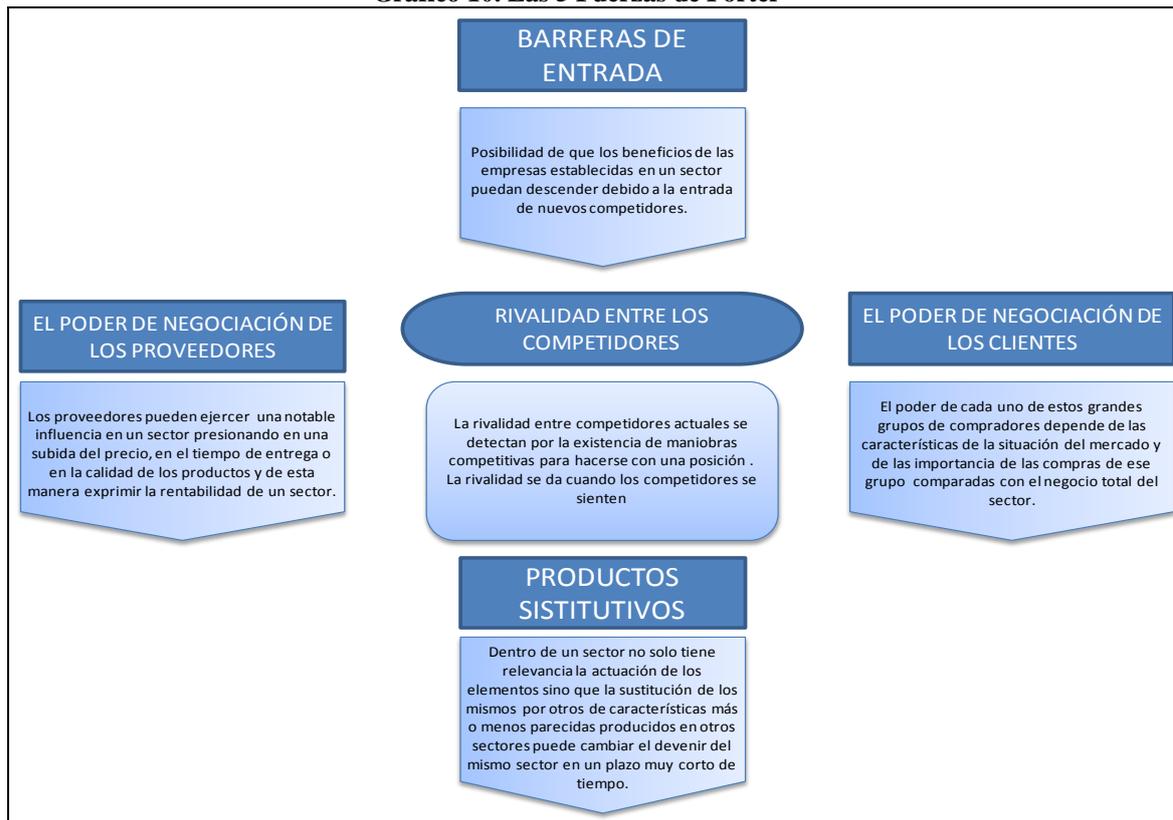
En este contexto, el sector de la construcción no es ajeno a la importancia que actualmente tiene el ambiente, ante la sociedad, de tal manera han mejorado sus procesos con el fin de mantener un bajo impacto ambiental en los proyectos que realizan.

2.1.2. Micro entorno

Para realizar el análisis del microentorno de una empresa, se deben analizar los factores propuestos por Porter a través de las 5 fuerzas, misma que según Martínez y Milla (2005), mencionan que son “una herramienta de análisis utilizada para examinar el entorno competitivo”, esta teoría agrupa diferentes elementos que analizan a los competidores de la empresa, estos son:

- El poder de negociación de los Compradores o Clientes
- El poder de negociación de los Proveedores o Vendedores
- Amenaza de nuevos entrantes
- Amenaza de productos sustitutos
- Rivalidad entre los competidores

Gráfico 10. Las 5 Fuerzas de Porter



Fuente: Martínez y Milla (2005, pág. 42)

Elaborado: La autora.

El análisis de las fuerzas de mercado permiten realizar un análisis del microentorno de cualquier negocio, donde se pueda identificar en forma clara: la competencia, clientes, productos sustitutos, proveedores, entrada de nuevos competidores, estableciendo alternativas para hacer frente a estas fuerzas.

- Rivalidad entre empresas competidoras

En el sector de la construcción del país, existe a penas una empresa que se encuentra registrada en la Superintendencia de Compañías con el CIU en el que se enmarca la actividad de la empresa (G4659.22), esto obliga a que cada una de ellas realice su mejor esfuerzo en pro de lograr un mejor posicionamiento en el mercado.

Esto a su vez exige mayor asignación de recursos para la promoción y venta de los productos.

Con estos antecedentes, la rivalidad entre los competidores dentro del sector constructor, y específicamente en lo referente a las actividades de comercialización de maquinaria pesada para la construcción, es catalogada como baja. Esto debido a que el mercado cada vez es más amplio debido a que se encuentra en crecimiento y la gama de empresas que se dedique a esta actividad aún es limitada.

- **Ingreso potencial de nuevos competidores**

El buen desempeño del sector constructor en el país, ha motivado a que se desarrollen nuevos negocios de distinto tamaño, a fin de satisfacer segmentos que aún no han sido atendidos. Por ello, el ingreso potencial de nuevos competidores en el sector, es alto.

En este entorno de alta competitividad empresarial, el nuevo negocio debe tener en cuenta las fortalezas de sus potenciales competidores, para que en cualquier momento no se conviertan en una amenaza.

- **Desarrollo potencial de productos sustitutos**

El sector constructor se caracteriza por la diversificación de sus productos y servicios. En tiempos anteriores, la construcción estaba únicamente a cargo del promotor y el responsable de la obra, quienes sin mayor dificultad desarrollaban sus actividades, sin embargo, con el advenimiento de nueva tecnología, así como el incremento de profesionales, derivaron a que el sector amplié sus productos y servicios.

Tomando en cuenta lo mencionado, se puede decir entonces que la afectación en este sentido es baja, debido a que se puede mencionar como producto sustituto a aquellas maquinarias manuales o al trabajo manual que realice la mano de obra.

- **Capacidad de la negociación de los proveedores**

Conjuntamente con el desarrollo de las actividades de la construcción se vienen dando, una mejor disponibilidad de insumos para la construcción. Los empresarios dedicados a actividades de venta de materiales y maquinaria para la construcción, también han enfatizado en mejorar su desempeño. Esto se evidencia por el interés que tienen dichos negocios en estar ubicados cerca al mercado, para lo cual han desarrollado agencias o sucursales, de tal forma que se pueda atender los requerimientos de los clientes lo más antes posible.

Por lo que se puede decir que la capacidad para mantener una negociación con los proveedores es baja, en cuanto este tipo de maquinaria mantiene precios ya establecidos en el mercado de origen, además de que las tasas de importación hacen que el precio de venta al público no pueda ser variable en gran medida.

- **Capacidad de negociación de los consumidores**

Todas las actividades empresariales en las organizaciones se centran en “satisfacer” las necesidades de los clientes. El mejoramiento en la capacidad adquisitiva de los clientes, es un factor primordial a considerar, por cuanto, él tiene la potestad de consumir o no cierto bien o servicio.

En este contexto, la capacidad de negociación de los consumidores es alta, no solo por el hecho de que ellos tienen la capacidad de decidir a la hora de optar por uno u

otro proveedor, sino que su dedición esta inducida por factores externos, y tienden a modificar su comportamiento.

Análisis de la Demanda

Según lo expuesto por Baca Urbina (2001) en su publicación “Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado” (pág. 17)

El propósito del estudio de la demanda es caracterizar y cuantificar las personas o empresas que estarían dispuestos a adquirir los productos que se venderán en la empresa, además de realizar su proyección para los próximos 5 años.

La demanda del presente proyecto se encuentra determinada partiendo de un universo que representan las empresas de construcción de la ciudad de Quito, mismas que según la Superintendencia de Compañías (2014) son 1.004 empresas enmarcadas en el CIU F4100.10; de tal manera la demanda actual se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 7. Demanda actual

DEMANDA ACTUAL		
VARIABLE	PORCENTAJE	CANTIDAD
Universo (Empresas del sector de la construcción bajo el CIU F4100.10)		1.004
1. ¿Cuándo su empresa requiere de maquinaria pesada, como la consiguen?	78,06%	784
3. ¿Qué cantidad de maquinaria nueva adquiere al año?	50,69%	397
TOTAL		397

Elaborado por: La autora

Y tomando en cuenta la pregunta número tres de la encuesta en donde se identifica la cantidad de maquinaria que este tipo de empresas adquieren al año, la cantidad demanda es:

Tabla 8. Cantidad demandada

CANTIDAD DEMANDADA	
397	Empresas
2	Adquisición anual
794	Demanda anual

Elaborado por: La autora

De acuerdo a los datos anteriormente presentados, se obtiene la demanda del proyecto proyectada, este cálculo se lo realizó de acuerdo al porcentaje de crecimiento del sector de la construcción, mismo que según el Banco Central del Ecuador (2015) es de 2,70%.

Tabla 9. Demanda proyectada

DEMANDA PROYECTADA	
AÑOS	NUM. SERVICIOS
1	794
2	815
3	837
4	860
5	883

Elaborado por: La autora

Análisis de la oferta

Según Kotler y Armstrong (2003) “La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores o prestadores de servicios están decididos a poner a la disposición del mercado a un precio determinado”. Los autores también nos indican que “El propósito que se busca mediante el análisis de la oferta es definir y medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio” (pág. 117)

De acuerdo a la investigación de campo realizada se pudo determinar que actualmente si existen proveedores de maquinaria en la ciudad de Quito, lo que permite calcular la oferta, obteniendo lo siguiente:

Tabla 10. Oferta actual

OFERTA ACTUAL		
VARIABLE	PORCENTAJE	CANTIDAD
Universo (Empresas del sector de la construcción bajo el CIU F4100.10)		1.004
1. ¿Cuándo su empresa requiere de maquinaria pesada, como la consiguen?	78,06%	784
11. ¿Sus proveedores de maquinaria pesada para la construcción, se encuentran en la ciudad de Quito?	76,50%	600
12. ¿Se encuentra satisfecho con su proveedor actual?	42,40%	254
TOTAL		254

Elaborado por: La autora

Al igual que en el cálculo de la demanda, la oferta deberá presentarse en unidades de productos, misma que de acuerdo a la pregunta número 3 de la encuesta resulta lo siguiente:

Tabla 11. Cantidad ofertada

CANTIDAD OFERTADA	
254	Empresas
2	Adquisición anual
508	Oferta anual

Elaborado por: La autora

Demanda insatisfecha

Según Baca (2010), la demanda insatisfecha es “la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo en cálculo” (2010, pág. 43)

La demanda insatisfecha es la diferencia entre el valor resultante de la oferta y la demanda, mismo que se presenta de la siguiente manera:

Tabla 12. Demanda insatisfecha

DEMANDA INSATISFECHA			
EN NÚMERO DE SERVICIOS			
AÑO	OFERTA	DEMANDA	D.I.
1	508	794	-286

Elaborado por: La autora

La empresa al encontrarse en la fase de introducción al mercado no cuenta con la capacidad de cubrir toda la demanda insatisfecha por lo que se pretende satisfacer el 1% de la misma:

Tabla 13. Demanda a satisfacer

PROGRAMA DE IMPORTACIÓN	
Demanda a satisfacer	1%
Ventas anuales	3

Elaborado por: La autora

Siendo la proyección de la misma la siguiente:

Tabla 14. Demanda insatisfecha proyectada

DEMANDA INSATISFECHA PROYECTADA	
AÑOS	NUM. PRODUCTOS
1	3
2	3
3	3
4	3
5	3

Elaborado por: La autora

2.2. Ambiente interno

La empresa

Según García y Casanueva (2001) "La empresa es una entidad conformada básicamente por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales y capacidades técnicas y financieras; todo lo cual, le permite dedicarse a la prestación de servicios para satisfacer necesidades y deseos existentes en la sociedad, con la finalidad de obtener una utilidad o beneficio" (pág. 58).

En el presente capítulo se muestra de forma detallada, los aspectos administrativos importantes para la puesta en marcha del proyecto.

Nombre o razón social

Según lo expresa Parada (2013):

“Se considera que el nombre de la empresa es su carta de presentación, refleja con claridad al consumidor la idea del servicio que piensa comprar, es su sello distintivo frente a su mercado, por lo mismo debe reunir algunas características específicas para que sea significativo e identifique en forma objetiva la empresa” (pág. 34).

Tomando en cuenta la conceptualización anterior se ha elaborado una matriz de lluvia de ideas, en donde se muestran alternativas de nombres para la empresa, determinando sus atributos y calificándolos, lo que permitirá escoger de mejor manera el nombre comercial ideal para el negocio de acuerdo a la aceptación del mercado.

Tabla 15. Matriz de ideas para la determinación del nombre

NOMBRE	DESCRIPTIVO	ORIGINAL	ATRACTIVO	CLARO	SIGNIFICATIVO	AGRADABLE	TOTAL
Importadora "Erazo"	1	2	5	7	3	3	21
Gran importadora	8	4	3	8	7	6	36
Construmaq	6	9	8	7	9	10	49

Elaborado por: La autora

El nombre comercial o razón social según lo establecido en la matriz anterior es “Construmaq”, el cual denota la actividad propia del negocio y su relación directa con el sector de la construcción.

Titularidad de propiedad de la empresa

Por decisión del propietario, la empresa se la registrará en la Superintendencia de Compañías como de Responsabilidad Limitada, en la que una o más personas constituyen una compañía limitando parte de su patrimonio a una actividad específica y de esta manera se limitaría la responsabilidad civil al monto del capital aportado, convirtiéndose en persona jurídica independiente a su persona natural, la representación legal la tendrá la Gerente, en este caso la señorita María Belén Erazo.

Base Filosófica

- Misión:

De acuerdo a lo que indica Stanton (2007) “La misión de la una organización enuncia a que clientes sirve, que necesidades satisface y qué tipos de productos ofrece. Por su parte, una declaración de misión indica, en términos generales, los límites de las actividades de la organización” (pág. 668)

Por su parte Hellriegel, Jackson, Slocum (2009) indican que la misión es:

“el propósito general o razón de ser de la empresa u organización que enuncia a qué clientes sirve, qué necesidades satisface, qué tipos de productos ofrece y en general, cuáles son los límites de sus actividades, en síntesis detalla la función de la empresa, orienta las acciones a realizarse en el presente, permite alcanzar la visión empresarial, proporciona unidad, sentido de dirección y guía en la toma de decisiones estratégicas”.

Tomando como referencia lo expuesto con anterioridad, la misión se denota como el eje sobre el cual giraran los esfuerzos, de tal forma que toda la organización tiene el pleno conocimiento sobre el rol que cumple dentro del contexto socioeconómico.

Para elaborar la misión se debe tener presente las siguientes consideraciones:

- Debe reflejar lo que va hacer la organización (su acción).
- Debe expresar los comportamientos institucionales de la organización (su ética)
- Debe ser capaz de generar motivación (comunicación y adhesión de la gente).
- Debe ser coherente con la visión (que no exista contradicción).
- Debe expresar la importancia de servir y trabajar con y para la gente (su razón de ser).

De tal manera se propone como misión de la empresa:

Somos una empresa dedicada a importar maquinaria pesada para la construcción, ofreciendo alternativas para las empresas del sector que requieren de productos de calidad y asesoría de los mismos.

- **Visión**

Según Amaya (2005) “La visión corporativa es un conjunto de ideas generales que proveen el marco de referencia de lo que una empresa es y quiere ser en un horizonte” (pág. 50)

Por lo tanto la visión es el eje fundamental de toda organización que sirve para articular la jerarquía de sus metas, de igual forma, se asume que toda empresa u organización necesita un gran objetivo hacia donde encaminar sus esfuerzos, para llegar a ello, la dirección debe formularse, ¿a dónde quiere llegar en un periodo de tiempo?.

La visión se puede concebir, también, como el logro más global e importante de la empresa en el mediano plazo, y debe servir de norte a las acciones de sus miembros, de tal forma que la rentabilidad y la cuota de participación del mercado sea la más gratificante, en fin la visión en la guía los esfuerzos y recursos.

Para elaborar la visión se debe tener en cuenta las siguientes interrogantes:

- ¿Qué tipo de empresa queremos ser?
- ¿Cómo representa esta visión a los intereses de los clientes?
- ¿Qué lugar tiene cada actor en esta visión?
- ¿Qué queremos que se diga de nuestro trabajo?

Tomando en cuenta lo mencionado la visión propuesta es:

Hasta el año 2020 ser una empresa líder en el mercado importación y comercialización de maquinaria pesada para el sector de la construcción.

- **Principios y Valores**

“Los valores son aquellos juicios éticos sobre situaciones imaginarias o reales a los cuales nos sentimos más inclinados por su grado de utilidad personal y social. Los valores de la empresa son los pilares más importantes de cualquier organización. Con ellos en realidad se define a sí misma, porque los valores de una organización son los valores de sus miembros, y especialmente los de sus dirigentes”. (Aguilera, 2005, pág. 254)

Los valores institucionales que identificarán a la organización, son los siguientes:

- Honestidad
- Responsabilidad
- Respeto
- Buen trato
- Compromiso
- Compañerismo
- Trabajo en equipo
- Servicio

Por otro lado se puede mencionar los principios institucionales con los que la empresa se identifica, y son:

- Excelencia en la atención al cliente
- Brindar procesos de calidad en todos sus servicios
- Desempeño de funciones impecables
- Capacitación constante

Análisis FODA

En esta matriz se interrelacionan los elementos externos con los elementos internos, esta herramienta permite definir estrategias creadas a partir del análisis cruzado de fortalezas con amenazas; debilidades con oportunidades; fortalezas con oportunidades y debilidades con amenazas. A continuación se realiza la matriz FODA partiendo del diagnóstico externo e interno desarrollado previamente:

Tabla 16. Matriz FODA

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
F1. Existe un mercado objetivo interesado en adquirir maquinaria pesada para la construcción	O1. El cliente se siente poco satisfecho con la competencia existente en el país
DEBILIDADES	AMENAZAS
D1. No existen talleres autorizados	A1. Alto costo de la maquinaria

Fuente: Investigación directa

Elaboración: La autora

2.2.1. Cadena de Valor y/o Fuerzas competitivas

Según David (2008) el ambiente interno se refiere a la recopilación de información de los procesos y operaciones de una empresa, a través de los datos históricos existentes de la actividad de la misma en el mercado.

Por su parte Martínez y Milla (2005) indican que dentro del ambiente interno se deben encontrar reflejadas todos los recursos que la empresa emplea para lograr completar un proceso, y a la vez especificar las estrategias que se utilizaron para permanecer en el mercado.

Tomando en consideración lo establecido por los autores antes mencionados se debe decir entonces que al ser una empresa que se encuentra en la fase de introducción en el mercado no cuenta con ningún tipo de datos históricos para poder desarrollar un ambiente interno de la misma o en su defecto la cadena de valor.

3. Investigación de campo

3.1. Elaboración de instrumentos de investigación

La información recopilada en el proceso de investigación será procesada a través de la utilización de las técnicas de la estadística descriptiva.

El proceso será el siguiente:

- Establecer las conclusiones de la información receptada a través del cuestionario de entrevista y de las encuestas.

3.1.1. Recolección de datos

Entrevista

Para realizar la recolección de información relevante que nos permita llevar a cabo la investigación se tomará en cuenta los siguientes detalles.

- Se realizará la aplicación de entrevistas a los directivos de las empresas de construcción, así como a los jefes del departamento de compras.
- Las entrevistas serán realizadas previa cita en cada una de las empresas.
- El proceso que se seguirá una vez inicie la entrevista será:
 - Saludo
 - Presentación
 - Con fluidez ir desarrollando los temas establecidos para la entrevista
 - Agradecimiento
 - Despedida

Es importante indicar que las entrevistas serán realizadas de forma directa por la autora del trabajo de investigación.

Encuesta

La prueba piloto nos sirve para verificar si la encuesta que se va a realizar nos va aportar la información que deseamos obtener. En este caso la prueba piloto fue totalmente satisfactoria ya que se la realizó a 10 personas, no hubo complicaciones y finalmente el cuestionario que se realizó nos da la información necesaria para poder seguir adelante con la investigación.

3.2. Procesamiento, análisis e interpretación

Entrevista

Los temas que formaron parte de las entrevistas son:

- Gerente general de las empresas de construcción: Se realizarán a las empresas que se encuentran registradas en la Superintendencia de Compañías bajo el CIU F4100.
 - o Las entrevistas serán realizadas a:

Tabla 17. Gerentes entrevistados

DATOS GENERALES:	
NOMBRES DEL ENTREVISTADO	INSTITUCIÓN
Naveda Naranjo Maritza Ivonne	MENACONST CIA. LTDA.
Jaramillo Cárdenas Gorky Augusto	ECUASOTECO S.A.
Castro Orbe Eduardo Gilberto	ECOKATER S.A.

Elaborado por: La autora

Tabla 18. Guía de entrevista – Gerente General

PREGUNTAS DE LA ENTREVISTA:

PERCEPCIÓN DE LA INDUSTRIA/SECTOR	PERCEPCIÓN DEL NIVEL COMPETITIVO
¿Cómo cataloga el desarrollo del sector constructor en el país?	¿Cómo cataloga la rivalidad entre competidores del sector de la construcción en el país?
¿Qué factores inciden en el desempeño del sector constructor del país?	¿Cree que existen barreras para la entrada de nuevos negocios al sector de la construcción, cuáles son?
¿Cuáles son las ventajas y desventajas del sector constructor del país?	¿Considera adecuado el desempeño de los proveedores del sector de la construcción en el país?
¿Qué le motivo a iniciar su negocio en el sector de la construcción?	¿Considera que los clientes que contratan servicios de construcción tienen un alto poder de negociación?
¿Recomendaría usted emprender nuevos negocios en el sector de la construcción?	¿La maquinaria que utilizan para realizar sus servicios de construcción, es propia o alquilada?
¿A qué tipo de segmentos está dirigido el portafolio de sus servicios de construcción?	¿Conoce de empresas que se dediquen a la comercialización de la maquinaria pesada que su empresa requiere?

Elaborado por: La autora

Conclusiones de la entrevista

Una vez realizadas las entrevistas, se pudo obtener los siguientes datos relevantes para la determinación y ejecución del plan de negocios, en primer lugar se habla de las que fueron aplicadas a los gerentes de las empresas:

- El crecimiento económico del país durante el último gobierno de turno, ha beneficiado a diversos sectores económicos, quienes vienen mostrando mejores niveles de desempeño. El sector de la construcción no ha sido la excepción, por cuanto no solo que se han diversificado los productos, sino que se han creado nuevos servicios que complementan las tareas del constructor.
- A pesar de que en el país, ya existen empresas que se dedican a realizar grandes obras de edificación, el grado de desarrollo del sector constructor aún presenta ciertas debilidades, especialmente en lo referente a retrasos en la entrega de las obras y al incremento en los precios de la maquinaria e insumos.
- El sector constructor se muestra con buenas perspectivas de crecimiento, puesto que el público en general ha incrementado el uso de servicios de construcción a fin de acondicionar sus hogares para que le doten mayor seguridad y confort.
- Para lograr un mayor grado de aceptación, las empresas del sector de la construcción deben enfatizar en la calidad de sus productos y servicios, esto es posible con procesos de producción eficientes que cumplan estándares internacionales de calidad, y que se refuerzan con el despliegue de estrategias de marketing para posicionarse adecuadamente en el mercado.
- Existe una buena oportunidad de negocio que surge del adecuado crecimiento y desarrollo del sector constructor, que gracias a la puesta en marcha de proyectos de enorme importancia está coadyuvando a que el resto de industrias afines también crezcan.

- Este tipo de servicios no son de tipo estacionario, puesto que el nivel de demanda incrementa independiente de cualquier época del año, salvo ciertos eventos naturales que podrían incrementar el nivel de consumo. Esta situación, en cierta forma favorece a dinamizar el consumo de este tipo de servicios.
- Vale resaltar, que la mayor fortaleza del sector constructor, es la disponibilidad de una amplia gama de servicios que satisfacen nuevas exigencias de los demandantes.
- Los factores que los usuarios valoran para decidir el uso de servicios de construcción, son el precio, la capacidad del personal para atender oportunamente los requerimientos, las garantías otorgadas y precios justos.
- De manera general, se puede mencionar que el precio de venta de los servicios de construcción de viviendas, mantienen relación con la calidad ofrecida por los mismos. Sin embargo, pueden haber servicios con precios diferenciados, por el hecho mismo de una mayor especialización.
- Respecto a la imagen comercial de los negocios de la construcción, vale resaltar que esta no les estaría favoreciendo, en razón de muchos de ellos, no son identificados por los demandantes, por lo que se hace necesario enfatizar en su promoción a través de canales de promoción de mayor cobertura y con mayores ventajas.
- La mayor parte de las empresas del sector de la construcción, enfatizan en promocionar sus productos y servicios, preferentemente en medios escritos y a través del uso de tecnologías de la información.

Encuesta

I. SECCIÓN DATOS PERSONALES:

a. Género:

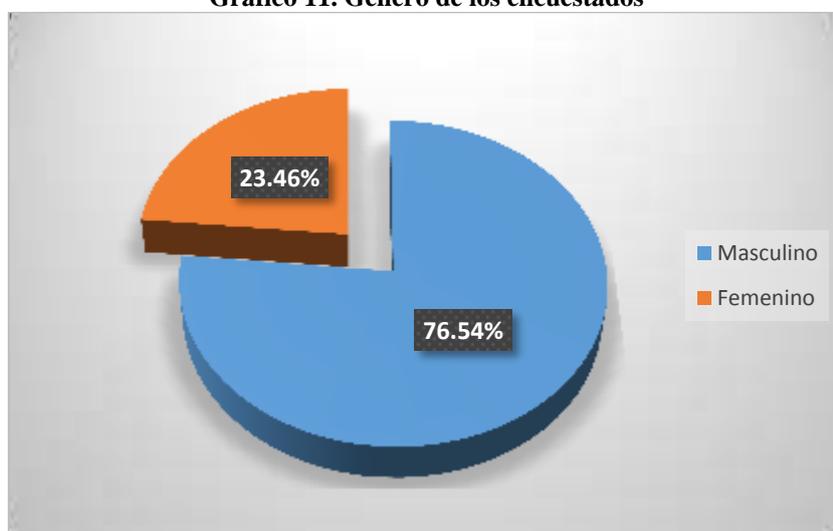
Tabla 19. Género de los encuestados

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Masculino	62	76,54%
Femenino	19	23,46%
TOTAL	81	100%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 11. Género de los encuestados



Elaborado por: La autora

Análisis: Del total de las personas encuestadas, predomina el sexo masculino, pero aunque en un porcentaje menor si existen personas relacionadas con el sector que pertenecen al sexo femenino.

b. Edad (años):

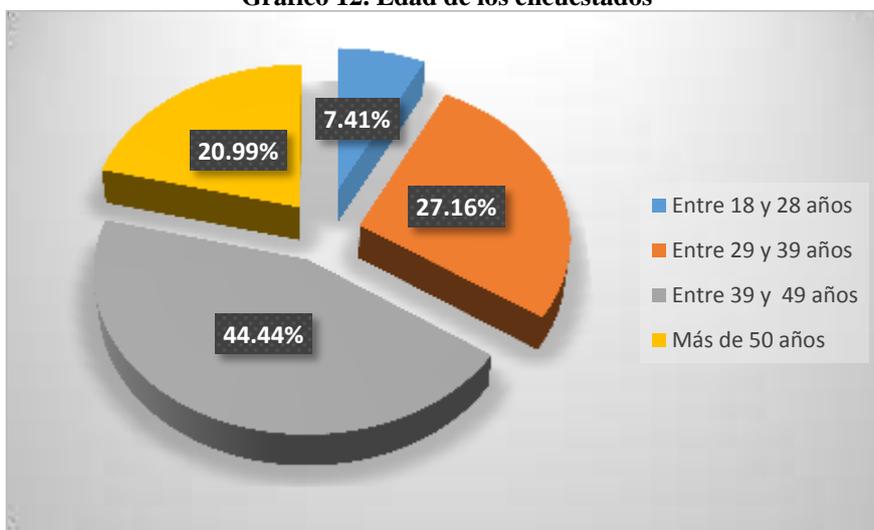
Tabla 20. Edad de los encuestados

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Entre 18 y 28 años	6	7,41%
Entre 29 y 39 años	22	27,16%
Entre 39 y 49 años	36	44,44%
Más de 50 años	17	20,99%
TOTAL	81	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 12. Edad de los encuestados



Elaborado por: La autora

Análisis: La edad que predomina entre los encuestados se encuentran entre el rango entre 39 y 49 años, con menor presencia se encuentran los intervalos de 29 y 39 años y más de 50 años, mientras que con un porcentaje mínimo se encuentran aquellas personas que tienen entre 18 y 28 años.

II. SECCIÓN DATOS ESPECÍFICOS:

1. ¿Cuándo su empresa requiere de maquinaria pesada, como la consiguen?

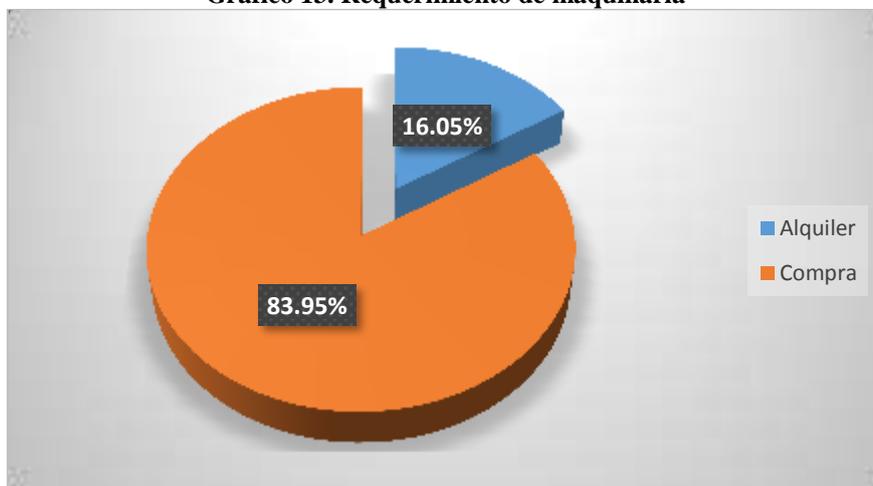
Tabla 21. Requerimiento de maquinaria

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Alquiler	13	21,94%
Compra	68	78,06%
TOTAL	81	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 13. Requerimiento de maquinaria



Elaborado por: La autora

Análisis: La mayor parte de los encuestados prefieren adquirir la maquinaria, por diferentes motivos, mientras en menor porcentaje se encuentran aquellas que cuando requieren de maquinaria pesada su mejor opción es el alquiler.

2. ¿Con qué frecuencia su empresa adquiere maquinaria nueva?

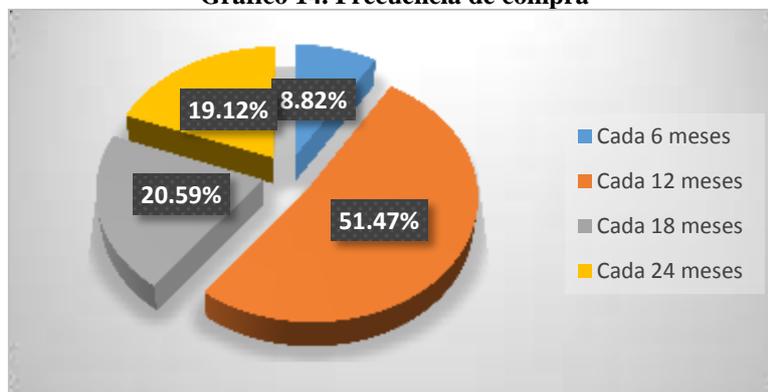
Tabla 22. Frecuencia de compra

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Cada 6 meses	6	8,82%
Cada 12 meses	35	50,69%
Cada 18 meses	14	20,59%
Cada 24 meses	13	19,90%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 14. Frecuencia de compra



Elaborado por: La autora

Análisis: De acuerdo a los datos obtenidos se pudo constatar que las empresas que fueron encuestadas por lo general realizan este tipo de comprar de manera anual, sin embargo si existen un porcentaje considerable de estas que no hacen con una frecuencia de 18 meses, con muy poca aceptación se encontraron las opciones de 6 meses y 24 meses.

3. ¿Qué cantidad de maquinaria nueva adquiere al año?

Tabla 23. Cantidad de compra

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Menos de 2	7	10,72%
Dos	35	50,69%
Tres	14	20,59%
Más de tres	12	18,00%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 15. Cantidad de compra



Elaborado por: La autora

Análisis: En un porcentaje superior a la media de las empresas encuestadas indicaron que el número de máquinas pesadas que adquieren en un período determinado son dos, aunque si existen algunas que los hacen por tres o más de tres, por el contrario un número pequeño de estas lo hace por menos de 2.

4. ¿Por lo general cuál es la maquinaria que la empresa requiere para realizar sus actividades?

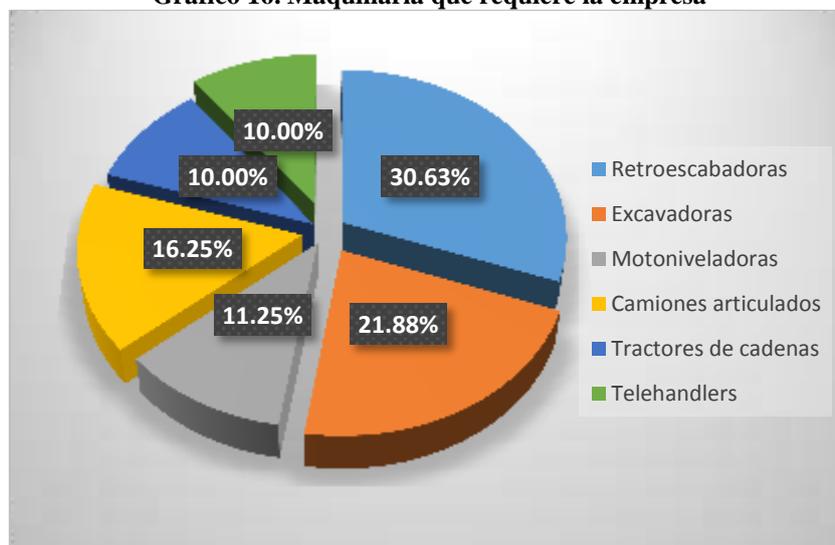
Tabla 24. Maquinaria que requiere la empresa

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Retroescabadoras	49	30,63%
Excavadoras	35	21,88%
Motoniveladoras	18	11,25%
Camiones articulados	26	16,25%
Tractores de cadenas	16	10,00%
Telehandlers	16	10,00%
TOTAL	160	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 16. Maquinaria que requiere la empresa



Elaborado por: La autora

Análisis: La maquinaria que las empresas de construcción adquieren con más frecuencia son los camiones articulados, los tractores de cadena, las retroescabadoras, excavadoras, y con menos aceptación las motoniveladoras y los Telehandlers.

5. ¿Cómo son las formas de pago que maneja su empresa para adquirir maquinaria nueva?

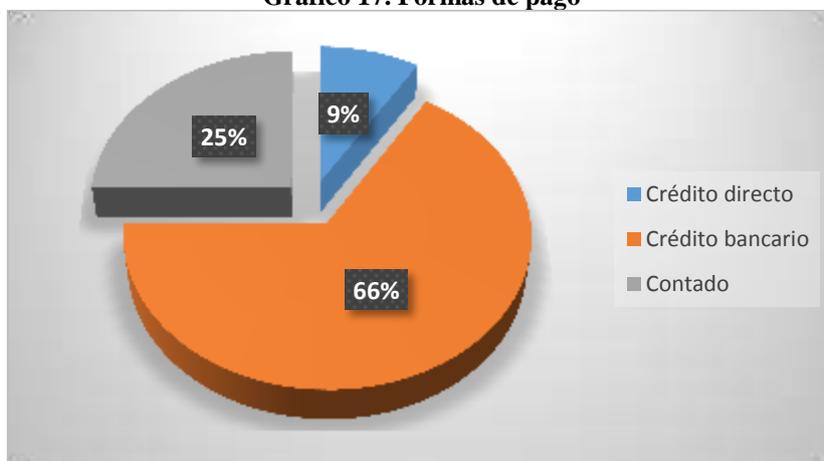
Tabla 25. Formas de pago

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Crédito directo	6	8,82%
Crédito bancario	45	66,18%
Contado	17	25,00%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 17. Formas de pago



Elaborado por: La autora

Análisis: Las empresas constructoras de la ciudad de Quito adquieren su maquinaria mediante la concesión de un crédito bancario, seguido del pago de contado y con menor aceptación aquellas que lo hace a través de crédito directo.

6. ¿En qué grado influyen los precios de la maquinaria para que se concrete su compra?

Tabla 26. Grado en que influyen los precios

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Alto	43	63,24%
Medio	23	33,82%
Bajo	2	2,94%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 18. Grado en que influyen los precios



Elaborado por: La autora

Análisis: La mayoría de los encuestados piensan que el impacto que generan en este tipo de adquisiciones los precios es alto, por otro lado y en menor cantidad se encuentran aquellos que opinan que el impacto es medio y muy pocas piensan que es bajo.

7. ¿Considera que los precios de la maquinaria pesada y materiales que se manejan en el sector, han incrementado en el último año?

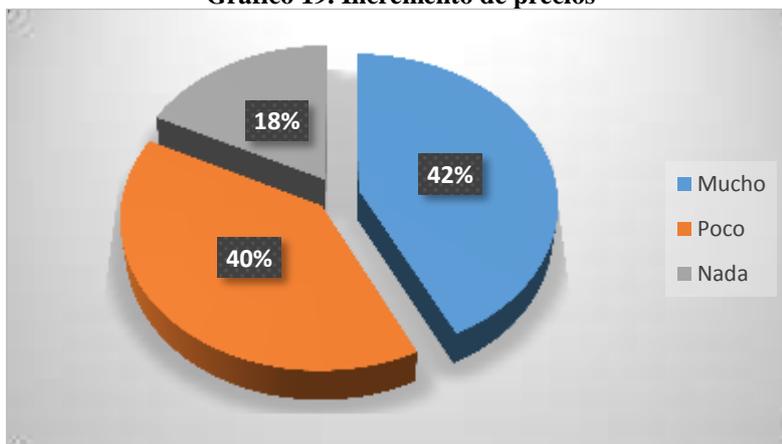
Tabla 27. Incremento de precios

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Mucho	29	42,65%
Poco	27	39,71%
Nada	12	17,65%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 19. Incremento de precios



Elaborado por: La autora

Análisis: Un porcentaje superior a la media del total de encuestados piensan que los precios de la maquinaria pesada ha incrementado en el último año, ya sea mucho o poco, sin embargo aún existen personas del sector que opinan que no han subido.

8. Cuando la empresa requiere adquirir algún tipo de maquinaria, ¿qué medio de comunicación influye en su decisión de compra?

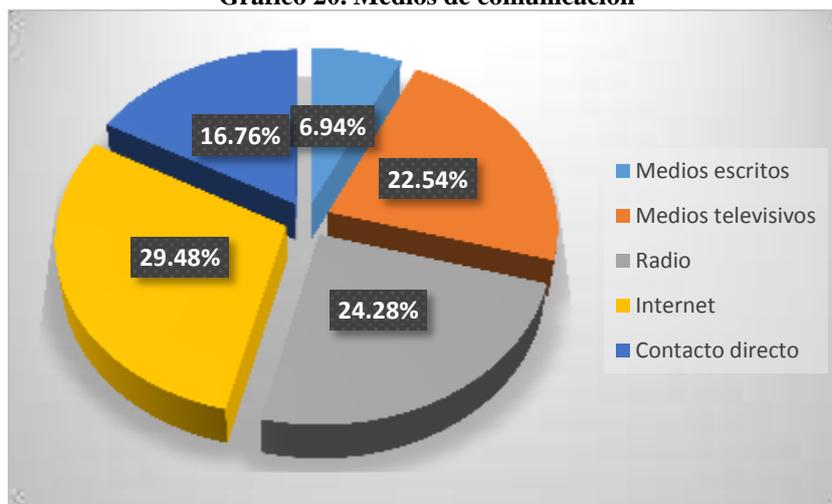
Tabla 28. Medios de comunicación

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Medios escritos	12	6,94%
Medios televisivos	39	22,54%
Radio	42	24,28%
Internet	51	29,48%
Contacto directo	29	16,76%
TOTAL	173	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 20. Medios de comunicación



Elaborado por: La autora

Análisis: Los medios de comunicación que tienen mayor influencia en la decisión de compra de maquinaria pesada son la radio, televisión e internet.

9. ¿Si existiera una empresa que le proporcione maquinaria pesada para los fines de su empresa, en qué sector preferiría que se encuentre?

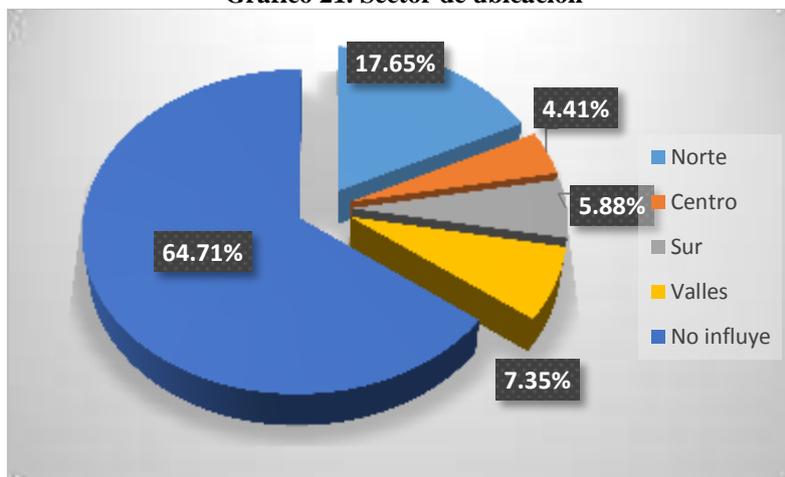
Tabla 29. Sector de ubicación

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Norte	12	17,65%
Centro	3	4,41%
Sur	4	5,88%
Valles	5	7,35%
No influye	44	64,71%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 21. Sector de ubicación



Elaborado por: La autora

Análisis: Un porcentaje considerable de las personas encuestadas piensan que el sector en donde se encuentre ubicada la comercializadora de maquinaria pesada no influye al momento de realizar su compra.

10. En promedio ¿Cuál es el precio que actualmente cancela por la adquisición de una maquinaria nueva?

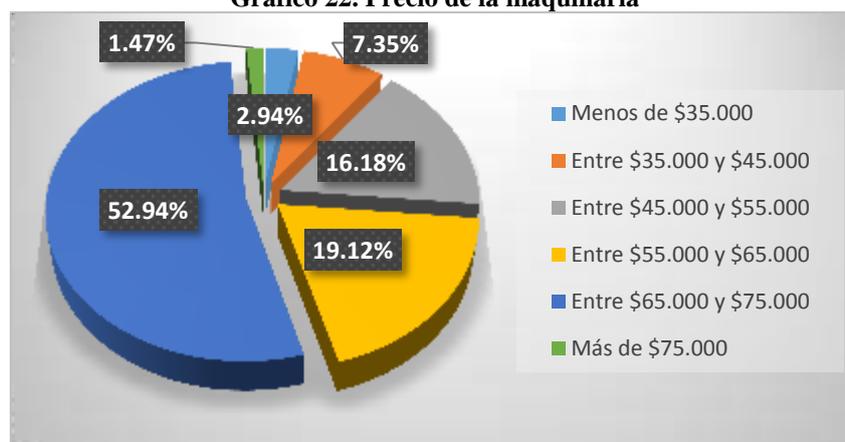
Tabla 30. Precio de la maquinaria

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Menos de \$35.000	2	1,16%
Entre \$35.000 y \$45.000	5	2,89%
Entre \$45.000 y \$55.000	11	6,36%
Entre \$55.000 y \$65.000	13	7,51%
Entre \$65.000 y \$75.000	36	20,81%
Más de \$75.000	1	0,58%
TOTAL	68	39,31%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 22. Precio de la maquinaria



Elaborado por: La autora

Análisis: Del total de encuestados la mayoría coinciden en que los precios promedio que podrían cancelar por la adquisición de una maquinaria pesada para la construcción se podría ubicar en un valor superior a \$75.000.

11. ¿Sus proveedores de maquinaria pesada para la construcción, se encuentran en la ciudad de Quito?

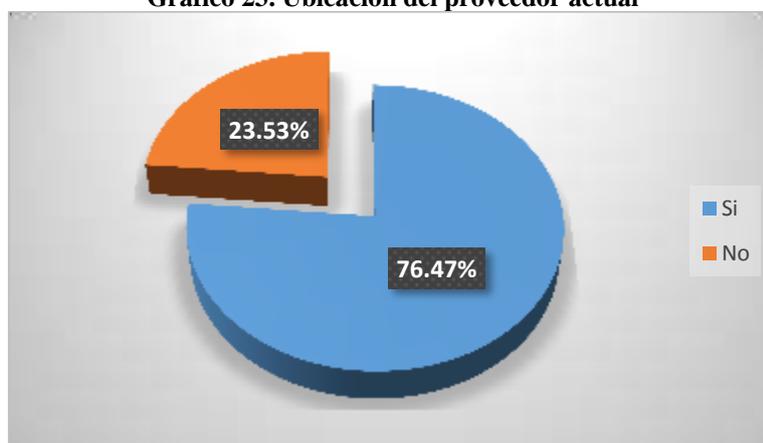
Tabla 31. Ubicación del proveedor actual

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Si	52	76,47%
No	16	23,53%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 23. Ubicación del proveedor actual



Elaborado por: La autora

Análisis: Muchas de las personas encuestadas confirman que los proveedores con los que actualmente trabajan para la adquisición de maquinaria pesada se encuentran en la ciudad de Quito.

12. ¿Se encuentra satisfecho con su proveedor actual?

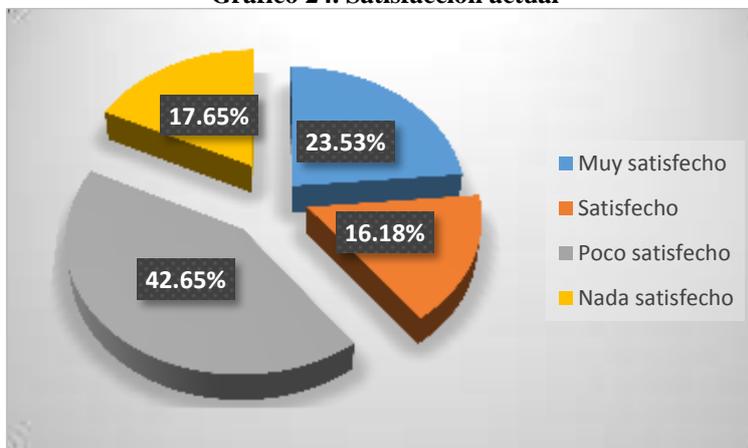
Tabla 32. Satisfacción actual

OPCIONES	ENCUESTADOS	%
Muy satisfecho	16	23,53%
Satisfecho	11	16,18%
Poco satisfecho	29	42,65%
Nada satisfecho	12	17,65%
TOTAL	68	100,00%

Fuente: Encuesta poblacional

Elaborado por: La autora

Gráfico 24. Satisfacción actual



Elaborado por: La autora

Las encuestas fueron aplicadas a los jefes de compras de las empresas de construcción elegidas al azar de entre aquellas existentes en la Superintendencia de Compañías y tomando en cuenta la muestra ya establecida anteriormente, de las cuales se pudo obtener los siguientes hallazgos relevantes:

- Cuando las empresas pertenecientes al sector de la construcción requieren maquinaria pesada, como por ejemplo retroescavadoras, excavadoras, camiones articulados, tractoras, entre otras, se notifica al departamento de compras para que este realice las gestiones necesarias para su adquisición después de la aprobación de la gerencia.

- Debido a los cambios que se han generado en la economía del país, los precios en general han variado, y sobre todo al tomar en cuenta que el tipo de maquinaria que se requiere es importada y que la situación aduanera es inestable, los costos de los mismos se han incrementado.
- Como es normal la empresa busca la oferta más conveniente económicamente, puesto que un mal negocio de este tipo puede ser muy peligroso para su economía.
- La ubicación de este tipo distribuidores es irrelevante, puesto que lo importante es la calidad y los precios que maneje para la maquinaria que las empresas de construcción requieren.
- Cuando la empresa necesita una maquinaria en específico, realiza el contacto directamente con el proveedor.
- Por lo general cuando la empresa adquiere maquinaria, se realiza financiamiento a través de una institución bancaria con la que se trabaje de manera habitual, esto debido a que la distribuidora de este tipo de requerimientos las vende solo de contado.
- Es preferible contar con la maquinaria propia, puesto que si se depende de un alquiler puede resultar muy costoso, ya que los plazos no siempre se pueden cumplir y se vuelven más extensos.

FASE III: VALIDACION DEL PROYECTO DE INVESTIGACION Y DESARROLLO

Después de realizar la tabulación de las encuestas y la recopilación de información de las personas entrevistadas; se puede comprobar que existe una demanda insatisfecha, permitiendo así ser el intermediario entre el mercado estadounidense con el mercado ecuatoriano. Es decir que se va a buscar proveedores en el mercado de Los Estados Unidos de América para abastecer el mercado ecuatoriano específicamente en la ciudad de Quito.

1. Hipótesis

La creación de una empresa importadora y comercializadora de maquinaria pesada, en la ciudad de Quito, podrá satisfacer la demanda existente en el sector de la construcción, ofreciendo al cliente las herramientas necesarias para realizar sus actividades, contribuyendo al desarrollo económico y social del país.

2. Estudio económico

Para determinar la factibilidad financiera del proyecto es importante iniciar presentando los términos de negociación con el distribuidor en el extranjero, compañía que va a proporcionar la maquinaria pesada a la empresa para que pueda ser comercializada en el Distrito Metropolitano de Quito, de tal forma se presenta lo siguiente:

- La importación se realizará bajo los términos DES, es decir el vendedor será el encargado de realizar “los trámites aduaneros y de exportación en el país de origen y entrega la mercancía a bordo del buque en el puerto de destino convenido, sin realizar los trámites de nacionalización en el país de destino. El vendedor asume los costos y riesgos de transportar la mercancía hasta el puerto de destino (buque atracado y listo para descarga), pero no de la descarga.
- La empresa solo se dedicará a la comercialización de la maquinaria en el Distrito Metropolitano de Quito.

Tomando en cuenta los datos antes presentados se procede a realizar los cálculos financieros que permitirán conocer la factibilidad del proyecto.

3. Evaluación de factibilidad

Presupuestos

Según Aguilera (2005), un presupuesto es “un plan de operaciones y recursos de una empresa, que se formula para lograr en un cierto periodo los objetivos propuestos y se expresa en términos monetarios”. (pág. 142), en consecuencia, a continuación se presenta de acuerdo a los criterios de inversión, ingresos y egresos.

- De inversión

La inversión es aquella que se la realiza con el fin de poner en marcha un negocio, a continuación se presenta la misma en activos fijos e intangibles, lo que permitirá determinar el capital de trabajo del proyecto.

○ **Activos Fijos**

“Inversión fija se entiende por activos tangible o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de ellos sin que esto ocasione problemas a sus actividades productivas”. (Baca Urbina, 2010, pág. 143)

Para determinar la inversión fija, se analizará los requerimientos de equipos de oficina, equipos de computación, muebles y enseres e instalación y mejoras para el local comercial.

Tabla 33. Inversión de equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
CANT	DETALLE	V/UNIT	V/ TOTAL
1	Juego de cámaras de vigilancia	725,00	725,00
1	Infocus	523,00	523,00
1	Reloj control horarios de personal	1.429,00	1.429,00
TOTAL		1.248,00	2.677,00

Elaboración: La autora

Tabla 34. Inversión de equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
CANT	DETALLE	V/UNIT	V/ TOTAL
5	Computadores	865,00	4.325,00
3	Impresoras multifunción	325,00	975,00
TOTAL		1.190,00	5.300,00

Elaboración: La autora

Tabla 35. Inversión de muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
CANT	DETALLE	V/UNIT	V/ TOTAL
8	Escritorios	226,00	1.808,00
2	Sofás de sala	230,00	460,00
1	Mesa de reunión	192,00	192,00
7	Sillas tipo secretaria	63,00	441,00
1	Sillas tipo gerente	265,00	265,00
2	Televisores	485,00	970,00
TOTAL		1.461,00	4.136,00

Elaboración: La autora

Tabla 36. Inversión de instalación y mejoras

INSTALACIÓN Y MEJORAS	
DETALLE	V/ TOTAL
Adaptación del área operativa	2.000,00
TOTAL	2.000,00

Elaboración: La autora

Obteniendo de manera resumida el siguiente valor de inversión en activos fijos:

Tabla 37. Inversión fija

INVERSIÓN FIJA	
DETALLE	V/ TOTAL
Equipos de oficina	2.677,00
Equipos de computación	5.300,00
Muebles y enseres	4.136,00
Instalación y mejoras	2.000,00
TOTAL	14.113,00

Elaboración: La autora

○ **Activos Intangibles**

La inversión en activos diferidos consta principalmente del rubro por concepto de constitución de la empresa, como el pago de obligaciones legales requeridas para el establecimiento del negocio, obteniendo los siguientes datos:

Tabla 38. Inversión en activos diferidos

INVERSIÓN ACTIVOS DIFERIDOS			
DETALLE	CANT	C. UNIT.	C. TOTAL
Constitución y legalización de la empresa	1	1.100,00	1.100,00
Patente Municipal	1	74,23	74,23
Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Quito Tipo B	1	80,00	80,00
Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas	1	200,00	200,00
Garantía arriendo inmueble	1	2.500,00	2.500,00
TOTAL			3.954,23

Elaboración: La autora

El monto que cubrirán los activos intangibles será de \$3.954,23.

○ **Costos y gastos**

En primer lugar se presentan los costos, mismos que según Baca (2010) son:

“aquella erogación o desembolso de dinero en efectivo o en especie, realizado con el fin de cubrir las necesidades de materiales, insumos y mano de obra que exigen los procesos para ofrecer un servicio o producto de calidad. A diferencia del gasto, estos reembolsos son recuperables a través del precio de venta, en donde se incluyen los costos obtenidos más un margen de utilidad esperado” (pág. 169).

Para el desarrollo del presente proyecto, los costos incluyen la adquisición de la maquinaria, artículos que son la base de comercialización de la empresa, además de los costos de importación tomando en cuenta los términos de negociación ya mencionados anteriormente, y aquellos considerados como costos indirectos, tal como se presenta a continuación:

Tabla 39. Adquisición de productos

ADQUISICIÓN DE PRODUCTOS				
DETALLE	REQUERIMIENTO ACTUAL			
	% PREG. 4	CANTIDAD	V/. UNITARIO	VALOR TOTAL
Retroescavadoras Jhon Deere	45%	1	51.200,00	51.200,00
Excavadoras Caterpillar	32%	1	62.500,00	62.500,00
Camión articulado	24%	1	79.500,00	79.500,00
TOTAL	100%	3		193.200,00

Elaboración: La autora

Tabla 40. Costo de importación retroexcavadoras

COSTO DE IMPORTACIÓN RETROEXCAVADORAS- (DES)	
Tributos	25.907,20
Agente de Aduanas	640,00
Aforo	480,00
Transporte interno	2.500,00
COSTO DE IMPORTACIÓN ANUAL	29.527,20
COSTO X UNIDAD	29.527,20

Elaboración: La autora

Tabla 41. Costo de importaciones excavadoras

COSTO DE IMPORTACIÓN EXCAVADORAS- (DES)	
Tributos	31.625,00
Agente de Aduanas	640,00
Aforo	480,00
Transporte interno	2.500,00
COSTO DE IMPORTACIÓN ANUAL	35.245,00
COSTO X UNIDAD	35.245,00

Elaboración: La autora

Tabla 42. Costo de importación camiones articulados

COSTO DE IMPORTACIÓN CAMIONES ARTICULADOS - (DES)	
Tributos	40.227,00
Agente de Aduanas	640,00
Aforo	480,00
Transporte interno	-
COSTO DE IMPORTACIÓN ANUAL	41.347,00
COSTO X UNIDAD	41.347,00

Elaboración: La autora

Tabla 43. Costos indirectos

COSTOS INDIRECTOS CAMIÓN ARTICULADO (CIF)				
CANT	DETALLE	V/ UNIT	VALOR POR VIAJE	VALOR ANUAL
46,67	Galones de diésel camión articulado	1,03	48,07	48,07
1	Chofer licencia tipo E	525,00	525,00	525,00
TOTAL			573,07	573,07

Elaboración: La autora

Se debe tomar en cuenta que los costos indirectos hacen referencia a aquellos en los que deberá incurrir la empresa para poder traer desde el Puerto el camión articulado hasta el concesionario, el valor del precio por galón de diésel es el oficial publicado por la Agencia de Regulación y Control de Hidrocarburos, de acuerdo a lo publicado por el Diario La Hora (2007).

Con los datos obtenidos anteriormente se determina el costo total de ventas, mismo que se muestra a continuación:

Tabla 44. Costo de ventas

COSTO DE VENTAS			
	RETROEXCAVADORA	EXCAVADORA	CAMIÓN ARTICULADO
Adquisición de productos	51.200,00	62.500,00	79.500,00
Costos de importación	29.527,20	35.245,00	41.347,00
CIF	-	-	573,07
TOTAL	80.727,20	97.745,00	121.420,07

Elaboración: La autora

Por otro lado, es importante determinar los costos que tendrá la empresa en su fase de introducción al mercado, entre los que se pueden encontrar:

Tabla 45. Gasto suministros

GASTOS SUMINISTROS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Suministros de oficina	125,00	1.500,00
Suministros de computación	163,00	1.956,00
TOTAL	288,00	3.456,00

Elaboración: La autora

Tabla 46. Gasto servicios básicos

GASTOS SERVICIOS BÁSICOS		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicio de luz eléctrica	356,00	4.272,00
Servicio de agua potable	46,25	555,00
Servicio telefónica fija	125,63	1.507,56
Servicio de internet	21,00	252,00
TOTAL	548,88	6.586,56

Elaboración: La autora

Tabla 47. Gastos servicios de terceros

GASTOS SERVICIO DE TERCEROS				
CANTIDAD MES	DETALLE	COSTO UNITARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
1	Contabilidad	600,00	600,00	7.200,00
2	Guardianía	500,00	1.000,00	12.000,00
1	Agente publicitario	600,00	600,00	7.200,00
TOTAL			2.200,00	26.400,00

Elaboración: La autora

Tabla 48. Gasto arriendo

GASTOS ARRIENDO		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Arriendo del local	2500,00	30000,00
TOTAL	2500,00	30.000,00

Elaboración: La autora

Tabla 49. Gasto publicidad

GASTOS PUBLICIDAD		
DETALLE	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Volantes	44,33	532,00
Página web	865,00	10.380,00
Campaña de radio	1.863,00	22.356,00
Publicidad en TV	2.563,00	30.756,00
TOTAL	5.335,33	64.024,00

Elaboración: La autora

Tabla 50. Gasto sueldos

ROL DE PAGOS										
CARGO	N	SUELDO	SUELDO TOTAL	APORTE IESS 11,15%	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO SUELDO	FR	VAC	COSTO MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO TOTAL
Gerente	1	1.200,00	1.200,00	133,80	100,00	29,50	0,00	50,00	1.513,30	18.159,60
Secretaria - recepcionista	2	600,00	1.200,00	133,80	100,00	29,50	0,00	50,00	1.513,30	18.159,60
Encargado de Ventas	2	500,00	1.000,00	111,50	83,33	29,50	0,00	41,67	1.266,00	15.192,00
Técnico experto	2	700,00	1.400,00	156,10	116,67	29,50	0,00	58,33	1.760,60	21.127,20
TOTAL	7	1.800,00	2.400,00	267,60	200,00	59,00	0,00	100,00	3.026,60	36.319,20

Elaboración: La autora

Tabla 51. Depreciaciones

DEPRECIACIONES				
ACTIVO	VALOR	VIDA ÚTIL	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Equipos de oficina	2.677,00	10	267,70	22,31
Equipos de computación	5.300,00	3	1766,67	147,22
Muebles y enseres	4.136,00	10	413,60	34,47
Instalación y mejoras	2.000,00	10	200,00	16,67
TOTALES	14.113,00		2647,97	220,66

Elaboración: La autora

Tabla 52. Amortizaciones

AMORTIZACIONES				
ACTIVO	VALOR	VIDA ÚTIL	VALOR ANUAL	VALOR MENSUAL
Constitución y legalización de la empresa	1.100,00	1	1100,00	91,67
Patente Municipal	74,23	1	74,23	6,19
Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos de Quito Tipo B	80,00	1	80,00	6,67
Licencia Metropolitana Única de Actividades Económicas	200,00	1	200,00	16,67
Garantía arriendo inmueble	2.500,00	1	2500,00	208,33
TOTAL	3.954,23		3.954,23	329,52

Elaboración: La autora

- **Capital de trabajo**

El capital de trabajo incluye los costos y gastos que se requiere para la puesta en marcha del proyecto. Su monto asciende a \$233.339,02, el mismo que hace referencia a 6 meses de desfase que incluyen publicidad, captación de clientes, procesos de importación y llegada de la mercadería. En la siguiente tabla se detallan los rubros:

Tabla 53. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR ANUAL
Costo de Ventas	299.892,27
Gastos suministros	3.456,00
Gastos servicios básicos	6.586,56
Gasto servicios de terceros	26.400,00
Gasto arriendo	30.000,00
Gasto sueldos	36.319,20
Gasto publicidad	64.024,00
TOTAL	466.678,03
MESES	12
MESES DE DESFASE	6
CAPITAL DE TRABAJO	233.339,02

Elaboración: La autora

De manera resumida se presenta a continuación, los presupuestos de acuerdo a la inversión:

Tabla 54. Presupuesto de acuerdo al criterio de inversión

INVERSIÓN INICIAL	
CONCEPTO	VALOR TOTAL
Inversión en activos fijos	14.113,00
Inversión en activos diferidos	3.954,23
Capital de trabajo	233.339,02
TOTAL	251.406,25

Elaboración: La autora

Proyección de Ingresos

Los ingresos que se espera percibir con la instalación del negocio, son provenientes de la estimación del nivel de ventas anuales de maquinaria pesada para el sector de la construcción. Para estimar los ingresos que percibirá el nuevo negocio, se considera que el precio de venta al público fijado tomando en consideración el costo individual más el 5% de utilidad.

Tabla 55. Ingresos por ventas

INGRESOS POR VENTAS			
DETALLE	PVP	UNIDADES VENDIDAS	INGRESOS TOTALES
		ANUAL	ANUAL
Retroescavadoras Jhon Deere	84.763,56	1	84.763,56
Excavadoras Caterpillar	102.632,25	1	102.632,25
Camión articulado	127.491,07	1	127.491,07
TOTAL		3	314.886,88

Elaborado por: La autora

Es importante tomar en cuenta las siguientes consideraciones:

- Se prevé que el P.V.P., incremente con relación a la inflación anual 2014 que es 3.67% al 31 de diciembre del 2014 según el Banco Central del Ecuador (2015).
- Las unidades a vender se encuentran proyectadas de acuerdo al 2,70% de crecimiento del sector de la construcción al 2014, según lo publica el Banco Central del Ecuador (2015).

Teniendo en cuenta los factores mencionados anteriormente se obtienen las siguientes proyecciones:

Tabla 56. Proyección de ingresos

INGRESOS PROYECTADOS					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
UNIDADES					
Retroexcavadora	1	1,04	1,07	1,11	1,16
Excavadora	1	1,04	1,07	1,11	1,16
Camión articulado	1	1,04	1,07	1,11	1,16
PRECIO DE VENTA					
Retroexcavadora	84.763,56	87.874,38	91.099,37	94.442,72	97.908,77
Excavadora	102.632,25	106.398,85	110.303,69	114.351,84	118.548,55
Camión articulado	127.491,07	132.170,00	137.020,63	142.049,29	147.262,50
INGRESOS POR VENTAS					
Retroexcavadora	84.763,56	91.099,37	97.908,77	105.227,14	113.092,54
Excavadora	102.632,25	110.303,69	118.548,55	127.409,68	136.933,16
Camión articulado	127.491,07	137.020,63	147.262,50	158.269,92	170.100,10
TOTAL INGRESOS ANUALES	314.886,88	338.423,70	363.719,82	390.906,74	420.125,81

Elaborado por: La autora

Proyección de Egresos

- Costos

Para realizar la proyección de los costos se deberán tomar en consideración las siguientes premisas:

- Se estima una vida útil de la propuesta de 5 años, período sobre el cual se realizará su evaluación financiera.
- Se estipula el 1% en la participación de la demanda insatisfecha del mercado.
- La proyección de la demanda, se encuentra realizada de acuerdo al crecimiento del sector de la construcción, que es 2,70%.

Tabla 57. Proyección del costo de ventas

COSTO DE VENTAS PROYECTADO					
DETALLE	AÑOS				
	1	2	3	4	5
Retroexcavadoras	80.727,20	83.689,89	86.761,31	89.945,45	93.246,45
Excavadoras	97.745,00	101.332,24	105.051,13	108.906,51	112.903,38
Camión articulado	121.420,07	125.876,19	130.495,84	135.285,04	140.250,00
TOTAL	299.892,27	310.898,32	322.308,28	334.137,00	346.399,83

Elaborado por: La autora

- Gastos

Los gastos en los que se incurrirá en la ejecución del proyecto han sido proyectados de acuerdo a la inflación anual, ya establecida anteriormente.

Tabla 58. Proyección de gastos

PROYECCIÓN DE GASTOS					
DETALLE	AÑO				
	1	2	3	4	5
Gastos suministros	3.456,00	3.582,84	3.714,33	3.850,64	3.991,96
Gastos servicios básicos	6.586,56	6.828,29	7.078,88	7.338,68	7.608,01
Gasto servicios de terceros	26.400,00	27.368,88	28.373,32	29.414,62	30.494,14
Gasto arriendo	30.000,00	31.101,00	32.242,41	33.425,70	34.652,43
Gasto sueldos	36.319,20	37.652,11	39.033,95	40.466,49	41.951,61
Gasto publicidad	64.024,00	66.373,68	68.809,59	71.334,91	73.952,90
Depreciaciones	2.647,97	2.647,97	2.647,97	881,30	881,30
Amortizaciones	3.954,23	3.954,23	3.954,23	3.954,23	3.954,23
TOTAL	173.387,96	179.508,99	185.854,67	190.666,57	197.486,57

Elaborado por: La autora

Estructura del financiamiento

Considerando la inversión requerida para la apertura de la empresa, la misma que logrará el financiamiento con aportes propios y a través, de la contratación de un crédito en la Corporación Financiera Nacional (CFN), con una tasa de interés del 9.45% anual, los cuales serán cancelados mensualmente en un lapso de 5 años, estructurándolo de la siguiente manera:

Tabla 59. Estructura del financiamiento

FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO		
ACTIVOS	USD	PORCENTAJE
Capital Propio	121.406,25	48,29%
Préstamo	130.000,00	51,71%
TOTAL	251.406,25	100%

Elaborado por: La autora

El financiamiento de la inversión se realizará con un porcentaje del 48,29% por parte del propietario y el 51,71% por la entidad financiera mencionada anteriormente. A continuación se presenta la tabla de amortización del crédito:

Tabla 60. Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
PRÉSTAMO:	130.000,00	PLAZO: 5 años	TASA ANUAL:	9,45%
TASA MENSUAL:	0,79%	CUOTA MENSUAL: 2.727,07		
PERIODOS	INTERÉS	PAGO MENSUAL	PAGO CAPITAL	SALDO INSOLUTO
0				130.000,00
1	1.023,75	2.727,07	1.703,32	128.296,68
2	1.010,34	2.727,07	1.716,73	126.579,95
3	996,82	2.727,07	1.730,25	124.849,70
4	983,19	2.727,07	1.743,88	123.105,83
5	969,46	2.727,07	1.757,61	121.348,22
6	955,62	2.727,07	1.771,45	119.576,77
7	941,67	2.727,07	1.785,40	117.791,37
8	927,61	2.727,07	1.799,46	115.991,91
9	913,44	2.727,07	1.813,63	114.178,28
10	899,15	2.727,07	1.827,91	112.350,37
11	884,76	2.727,07	1.842,31	110.508,06
12	870,25	2.727,07	1.856,82	108.651,25
13	855,63	2.727,07	1.871,44	106.779,81
14	840,89	2.727,07	1.886,18	104.893,63
15	826,04	2.727,07	1.901,03	102.992,60
16	811,07	2.727,07	1.916,00	101.076,60
17	795,98	2.727,07	1.931,09	99.145,52
18	780,77	2.727,07	1.946,30	97.199,22
19	765,44	2.727,07	1.961,62	95.237,60
20	750,00	2.727,07	1.977,07	93.260,53
21	734,43	2.727,07	1.992,64	91.267,89
22	718,73	2.727,07	2.008,33	89.259,55
23	702,92	2.727,07	2.024,15	87.235,41
24	686,98	2.727,07	2.040,09	85.195,32
25	670,91	2.727,07	2.056,15	83.139,17
26	654,72	2.727,07	2.072,35	81.066,82
27	638,40	2.727,07	2.088,67	78.978,15
28	621,95	2.727,07	2.105,11	76.873,04
29	605,38	2.727,07	2.121,69	74.751,35
30	588,67	2.727,07	2.138,40	72.612,95
31	571,83	2.727,07	2.155,24	70.457,71
32	554,85	2.727,07	2.172,21	68.285,50
33	537,75	2.727,07	2.189,32	66.096,18
34	520,51	2.727,07	2.206,56	63.889,62
35	503,13	2.727,07	2.223,94	61.665,69
36	485,62	2.727,07	2.241,45	59.424,24
37	467,97	2.727,07	2.259,10	57.165,14
38	450,18	2.727,07	2.276,89	54.888,24
39	432,24	2.727,07	2.294,82	52.593,42
40	414,17	2.727,07	2.312,89	50.280,53
41	395,96	2.727,07	2.331,11	47.949,42
42	377,60	2.727,07	2.349,46	45.599,96
43	359,10	2.727,07	2.367,97	43.231,99
44	340,45	2.727,07	2.386,61	40.845,38
45	321,66	2.727,07	2.405,41	38.439,97
46	302,71	2.727,07	2.424,35	36.015,61

Tabla 61. Continuación

47	283,62	2.727,07	2.443,44	33.572,17
48	264,38	2.727,07	2.462,69	31.109,48
49	244,99	2.727,07	2.482,08	28.627,41
50	225,44	2.727,07	2.501,63	26.125,78
51	205,74	2.727,07	2.521,33	23.604,45
52	185,89	2.727,07	2.541,18	21.063,27
53	165,87	2.727,07	2.561,19	18.502,08
54	145,70	2.727,07	2.581,36	15.920,72
55	125,38	2.727,07	2.601,69	13.319,03
56	104,89	2.727,07	2.622,18	10.696,85
57	84,24	2.727,07	2.642,83	8.054,02
58	63,43	2.727,07	2.663,64	5.390,38
59	42,45	2.727,07	2.684,62	2.705,76
60	21,31	2.727,07	2.705,76	0,00

Elaborado por: La autora

Estados Financieros

Según Tanaka (2001) los estados financieros, “son informes que utilizan las instituciones para dar a conocer la situación económica y financiera y los cambios que experimenta la misma a una fecha o periodo determinado”. (pág. 174), por tal motivo la realización y el análisis de dichos documentos son muy importantes para los administrativos de la empresa, puesto que la información reflejada permitirá la toma de decisiones oportunas.

- Estado de Resultados (Pérdidas y ganancias)

Tabla 62. Estado de Pérdida y Ganancias

ESTADO DE RESULTADOS					
DETALLE	1	2	3	4	5
Ventas	314.886,88	338.423,70	363.719,82	390.906,74	420.125,81
(-)Costo de ventas	80.727,20	83.689,89	86.761,31	89.945,45	93.246,45
Utilidad bruta	234.159,68	254.733,81	276.958,51	300.961,30	326.879,36
GASTOS					
Gastos suministros	3.456,00	3.582,84	3.714,33	3.850,64	3.991,96
Gastos servicios básicos	6.586,56	6.828,29	7.078,88	7.338,68	7.608,01
Gasto servicios de terceros	26.400,00	27.368,88	28.373,32	29.414,62	30.494,14
Gasto arriendo	30.000,00	31.101,00	32.242,41	33.425,70	34.652,43
Gasto sueldos	36.319,20	37.652,11	39.033,95	40.466,49	41.951,61
Gasto publicidad	64.024,00	66.373,68	68.809,59	71.334,91	73.952,90
Depreciación	2.647,97	2.647,97	2.647,97	881,30	881,30
Amortización	3.954,23	-	-	-	-
UAI	60.771,73	79.179,05	95.058,07	114.248,95	133.347,02
Intereses	11.376,05	9.268,87	6.953,72	4.410,05	1.615,31
UAPI	49.395,68	69.910,17	88.104,35	109.838,91	131.731,71
(-)Participación laboral 15%	7.409,35	10.486,53	13.215,65	16.475,84	19.759,76
Utilidad antes de Imp. Renta	41.986,33	59.423,65	74.888,70	93.363,07	111.971,95
(-)Impuesto a la Renta 22%	9.236,99	13.073,20	16.475,51	20.539,88	24.633,83
UTILIDAD NETA	32.749,34	46.350,45	58.413,19	72.823,19	87.338,12

Elaborado por: La autora

- Balance General

Tabla 63. Balance General

BALANCE GENERAL				
ACTIVOS			PASIVOS	
Activos Corrientes	233.339,02		Pasivo largo plazo	130.000,00
Bancos	-		Préstamo	130.000,00
Capital de trabajo	233.339,02		TOTAL PASIVOS	130.000,00
Activo Fijo	14.113,00		PATRIMONIO	121.406,25
Equipos de oficina	2.677,00		Capital social	121.406,25
Equipos de computación	5.300,00		Utilidades retenidas	-
Muebles y enseres	4.136,00			
Instalación y mejoras	2.000,00			
(-) Deprec. Acum	-			
Activos Diferidos	3.954,23			
Gastos de Constitución	3.954,23			
(-) Amort. Acum.	-			
TOTAL ACTIVOS	251.406,25		TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	251.406,25

Elaborado por: La autora

- **Flujo neto de fondos**

El flujo neto de fondos o flujo de caja contiene los ingresos o entradas en efectivo del proyecto y los egresos o salidas de capital a fin de viabilizar su comportamiento, en un determinado período. A continuación se observa su detalle:

Tabla 64. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
RUBRO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
INGRESOS						
Ingresos por ventas		314.886,88	338.423,70	363.719,82	390.906,74	420.125,81
COSTOS						
Costo de Ventas		80.727,20	83.689,89	86.761,31	89.945,45	93.246,45
GASTOS						
Gastos generales		166.785,76	172.906,80	179.252,48	185.831,04	192.651,04
Depreciación		2.647,97	2.647,97	2.647,97	881,30	881,30
Amortización		3.954,23	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Costos y Gastos		254.115,16	259.244,65	268.661,75	276.657,79	286.778,79
UTILIDAD OPERATIVA (UAI)		60.771,73	79.179,05	95.058,07	114.248,95	133.347,02
Intereses		11.376,05	9.268,87	6.953,72	4.410,05	1.615,31
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		49.395,68	69.910,17	88.104,35	109.838,91	131.731,71
Participación trabajadores (15%)		7.409,35	10.486,53	13.215,65	16.475,84	19.759,76
UTILIDAD ANTES DE IR		41.986,33	59.423,65	74.888,70	93.363,07	111.971,95
Impuesto a la renta (22%)		9.236,99	13.073,20	16.475,51	20.539,88	24.633,83
UTILIDAD NETA (Beneficio Neto)		32.749,34	46.350,45	58.413,19	72.823,19	87.338,12
Depreciación equipo nuevo		2.647,97	2.647,97	2.647,97	881,30	881,30
Amortización		3.954,23	0,00	0,00	0,00	0,00
Inversión fija	-14.113,00					
Inversión diferida	-3.954,23					
Capital de trabajo	-233.339,02					
Recup. Capital de Trabajo						233.339,02
Valor Residual						4.406,50
FLUJO DE CAJA LIBRE	-251.406,25	39.351,53	48.998,41	61.061,15	73.704,49	325.964,94
Préstamo	130.000,00					
Amortización préstamo		21.348,75	23.455,93	25.771,08	28.314,75	31.109,48
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	-121.406,25	18.002,78	25.542,49	35.290,07	45.389,74	294.855,45

Elaborado por: La autora

Evaluación Financiera

El análisis de factibilidad permitirá evaluar que tan rentable es el negocio y si se obtendrá la utilidad esperada por el emprendedor, la fuente que permitirá realizar este análisis es el flujo de caja, mediante el cual se obtienen los resultados a continuación descritos.

- Tasa de Descuento

El costo de oportunidad o tasa de descuento viene dado por la siguiente fórmula:

$K'o =$ costo de los recursos propios + costo de los recursos ajenos + TLR + inflación

$$K'o = \text{Tasa Pasiva} * (\% \text{ recursos propios}) + (\text{tasa activa} * (1 - t) * (\% \text{ recursos ajenos})) + \text{TLR} + \text{inflacion}$$

Tabla 65. Tasa de descuento

COSTO DE OPORTUNIDAD	
FACTOR	PORCENTAJE
Tasa pasiva	5,22%
Tasa activa	9,45%
Recursos ajenos	51,71%
Recursos propios	48,29%
t=tasa impositiva vigente	33,70%
inflación	3,67%
Riesgo país (TLR)	5,69%

Elaborado por: La autora

$$K'o = (5,22\% * (48,29\%)) + (9,45\% * (100\% - 33,70\%) * 51,71\%) + 5,69\% + 3,67\%$$

$$K'o = 15,12\%$$

- Criterios de Evaluación

Para lograr el propósito se considera los siguientes métodos de evaluación:

○ **Valor Actual Neto**

E

$$VAN = -I_o + \frac{FNE_1}{(1+i)^1} + \frac{FNE_2}{(1+i)^2} + \frac{FNE_3}{(1+i)^3} + \frac{FNE_4}{(1+i)^4} + \dots + \frac{FNE_n}{(1+i)^n}$$

valor

actual neto se lo definirá a través de la siguiente fórmula:

Dónde:

I_o = Inversión inicial.

FNE = Flujo neto de efectivo anual.

i = costo de oportunidad del plan.

Tabla 66. VAN

VALOR ACTUAL NETO			
AÑOS	FLUJO NETO	(1+i)ⁿ	FLUJO NETO ACTUALIZADO
0	-121.406,25	1	-121.406,25
1	18.002,78	1,151205415	15.638,20
2	25.542,49	1,325273907	19.273,36
3	35.290,07	1,525662497	23.130,98
4	45.389,74	1,756350928	25.843,21
5	294.855,45	2,021920698	145.829,38
TOTAL			229.715,14

Elaborado por: La autora

$$VAN = -121.406,25 + \frac{15.638,20}{(1 + 0,1512)^1} + \frac{19.273,36}{(1 + 0,1512)^2} + \frac{23.130,98}{(1 + 0,1512)^3} + \frac{23.130,98}{(1 + 0,1512)^4} + \frac{145.829,38}{(1 + 0,1512)^5}$$

$$VAN = -121.406,25 + 618.211,69 = \mathbf{108.308,89 \text{ dólares.}}$$

El VAN que se percibiría con la apertura de la empresa es de **USD. 108.308,89**; cifra que es el resultado de traer los flujos de efectivo a valor presente, visualizando al ser positivo, que la empresa no compromete sus recursos económicos, por lo que se puede concluir que la puesta en marcha del negocio es factible.

○ **Tasa Interna de Retorno**

Según Aguilera (2005) “La Tasa Interna de Retorno es una herramienta o medida usada como indicador al cuantificar la eficiencia de una inversión determinada” (pág. 241)

Tabla 67. TIR

TASA INTERNA DE RETORNO	
AÑOS	FLUJO NETO
0	-121.406,25
1	18.002,78
2	25.542,49
3	35.290,07
4	45.389,74
5	294.855,45
TIR	34,92%

Elaborado por: La autora

Con el fin de poder determinar si es conveniente o no para el emprendedor invertir en la apertura de un negocio que se dedique a la importación de maquinaria pesada para la construcción, la TIR, debe ser comparada frente a otras opciones de inversión, que le brinden iguales o mejores réditos.

En la presente propuesta se considera una relación con el costo de oportunidad siendo este del 15,12%. Así, entonces se puede observar que la TIR supera al costo de oportunidad (34,92% > 15,12%), en tal virtud la apertura del negocio, es una opción aceptable y ejecutable, de acuerdo a los parámetros preestablecidos.

○ **Período de Recuperación de la Inversión**

El período de recuperación de la inversión es calificado como un indicador de fácil cálculo y aplicación, el mismo que permite medir la liquidez del proyecto, así como también el riesgo relativo, anticipando los sucesos en el corto plazo.

Tabla 68. Período de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUP. DE LA INVERSIÓN			
AÑOS	FLUJO NETO	FLUJO NETO ACTUALIZADO	FLUJO ACT.ACUM.
0	-121.406,25	-121.406,25	-121.406,25
1	18.002,78	15.638,20	-105.768,05
2	25.542,49	19.273,36	-86.494,68
3	35.290,07	23.130,98	-63.363,70
4	45.389,74	25.843,21	-37.520,49
5	294.855,45	145.829,38	

Elaborado por: La autora

- $PRI = (4) + \frac{37.520,49}{145.829,38}$
- $PRI = (4) + 0,257290353$
- $PRI = 0,257290353 \times 12 = 3,087484232$
- $PRI = 0,087484232 \times 30 = 2,624526962$

La inversión asignada a la puesta en marcha del presente proyecto, será recuperada a partir del año 4, con 3 meses y 2 días.

○ **Relación Beneficio / Costo**

La relación beneficio costo viene dado por la siguiente función:

$$R_{c/b} = \frac{\sum F.N.A}{i_0}$$

Dónde:

$\sum F.N. A.$ = es la sumatoria de los flujos netos actualizados.

I_0 = es la inversión inicial.

Tabla 69. Relación beneficio costo

RELACIÓN BENEFICIO COSTO	
AÑO	FLUJO NETO ACTUALIZADO
1	15.638,20
2	19.273,36
3	23.130,98
4	25.843,21
5	145.829,38
SUMA	229.715,14

Elaborado por: La autora

$$Rb/c = \frac{229.715,14}{121.406,25} = 1,89$$

La relación beneficio costo de la propuesta, es de 1,89, ello refleja o indica que por cada dólar de inversión en la empresa, rendirá 0,89 centavos de dólar adicionales.

4. Conclusiones

- Las teorías revisadas en el marco teórico, permitió conocer las conceptualizaciones básicas para la ejecución de la propuesta, de esta manera adquirir los conocimientos a ser aplicados en el desarrollo de la misma.
- Se pudo determinar a través de una investigación de campo, que la oferta existente es muy escasa, y que los clientes se encuentra poco satisfechos con el servicio que reciben de las mismas; en consecuencia la demanda insatisfecha existente, permite a la nueva empresa entrar en el mercado.
- Según los resultados recopilados en las encuestas se pudo determinar que existe una demanda insatisfecha en lo que se refiere a adquisición de maquinaria pesada para el sector de la construcción, situación favorable para el negocio.
- Los hallazgos derivados de las entrevistas muestran que el sector de la construcción ha sufrido grandes impactos como por ejemplo en la

adquisición de maquinaria pesada, puesto que es importada y la situación aduanera es inestable, los costos de los mismos se han incrementado.

- Una vez determinados todos los costos y gastos necesarios para la puesta en marcha del negocio, además de su inversión inicial, se pudo establecer que el monto correspondiente al capital de trabajo es de 233.339,02, teniendo en consideración 6 meses de desfase.
- El Valor Actual Neto es positivo y es de \$108.308,89, la Tasa Interna de Retorno es de 34,92% siendo mayor que el costo de oportunidad (15,12%), quiere decir que el proyecto es rentable.
- Los objetivos previos al desarrollo de la investigación se cumplieron puesto que se pudieron determinar cada uno de los factores determinados es estos como es el diagnóstico situacional, estudio de mercado, estudio técnico y estudio de factibilidad.

5. Recomendaciones

- Realizar la ejecución de la propuesta, ya que la evaluación financiera indica la viabilidad y la rentabilidad de la misma.
- Monitorear agentes externos como la inflación, puesto que las proyecciones realizadas dependen de su comportamiento.
- Evaluar si los medios escogidos para realizar la promoción y propaganda son los adecuados para el emprendimiento activo del negocio.
- Utilizar el presente documento como referente para futuras investigaciones similares con el aval de la prestigiosa institución de educación superior como lo es la Universidad Internacional SEK.

BIBLIOGRAFÍA

- Abad, L., & Vásquez, M. (2013). *Logística de inventarios aplicado a la empresa*. Cuenca: Universidad de Cuenca.
- Aguilera, R. (2005). *La evaluación de proyectos de inversión*. México: Editorial Limusa.
- Amaya, J. (2005). *Gerencia, planeación y estrategia*. Bogotá - Colombia: Universidad Santo Tomás.
- Ávila, J. (2004). *Introducción a la economía*. México: Plaza y Valdez.
- Baca, G. (2005). *Evaluación de Proyectos*. Barcelona: McGraw Hill.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Estadísticas Macroeconómicas*. Quito: BCE.
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Estadísticas Macroeconómicas*. Quito: BCE.
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Inflación*. Obtenido de bce: <http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=inflacion>
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Inflación*. Quito: Registro oficial.
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Tasa de interés activa*. Quito: BCE.
- Cabrerizo, M. d., & Naveros, J. (2009). *Plan de Negocios*. España: Publicaciones Vértice.
- Comercio Exterior. (2013). *Icoterms*. Guayaquil.
- Córdoba, M. (2006). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: ECOE ediciones.

- Cuevas, C. (2010). *Contabilida de costos enfoque gerencial y de gestion* (Tercera ed.). Bogota: Pearson Educacion de Colombia Ltda.
- Cultura S.A. (1999). *Diccionario de marketing*. España: Díaz de Santos.
- David, F. (2008). *Conceptos de Administracion Estrategica*. Mexico: Pearson Educación.
- Diario El Comercio. (1 de Enero de 2013). *La tecnología en Ecuador aún tiene una pobre inversión*. Obtenido de El comercio: <http://www.elcomercio.com.ec/tendencias/tecnologia-ecuador-pobre-inversion.html>
- Diario El Comercio. (17 de Agosto de 2014). *El uso de Internet en Ecuador creció 11 veces en siete años*. Obtenido de El comercio: <http://www.elcomercio.com/tendencias/ecuador-internet-datos-tecnologia-usuarios.html>
- Diario La Hora. (mayo de 2007). Precio de gasolina casi sin competencia. *Diario La Hora*, pág. 14.
- Dvoskin, R. (2004). *Fundamentos de marketing*. Argentina: Granica.
- Fisher, L. (1993). *Mercadotecnia*. México: Prentice Hall.
- Francés, A. (2006). *Estrategia y planes para la empresa: Con el Cuadro de Mando Integral*. México: Pearson Educación.
- Galindo, E. (1999). *Estadística para la Administración e Ingeniería*. Quito: Mediavilla Hnos.
- García, J., & Casanueva, C. (2001). *Prácticas de la gestión empresarial*. México: McGraw-Hil.

- Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2009). *Administración. Un enfoque basado en competencias*. México: Cengage Learning.
- Hoffman, D. (2002). *Fundamentos de Marketing*. México: Thomson Editores.
- Horngren, C. (2000). *Introducción a la contabilidad financiera*. México: Pearson educación.
- INEC. (2012). *Encuesta de empleo urbano y rural*. Quito: Registro Oficial.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Población económicamente activa*. Quito: INEC.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México: Pearson Educación.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de Marketing*. México: Perarson Educacion.
- Kotler, P., & Lane, K. (2006). *Dirección de marketing*. México: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
- Martínez Roldan, A. (2008). *Temas de Estadística Práctica, recogida, tabulación y organización de datos*. Mexico: McGraw Hill.
- Martínez, D., & Milla, A. (2005). *La elaboración de un plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral*. España: Díaz de Santos.
- Martínez, F., & Luna, P. (2008). *Marketing en la sociedad del conocimiento: Claves para la empresa*. España: Delta.
- Ministerio del Ambiente. (2013). *Áreas protegidas*. Recuperado el 24 de Julio de 2013, de Ambiente.gob: <http://web.ambiente.gob.ec/?q=node/59>
- Mintzberg, H. (2009). *El proceso estrategico*. Buenos Aires: Ediciones Granica.

- Muñiz, R. (2008). *Marketing en el siglo XXI*. España: Centros de Estudios Financieros.
- Ospina, K. (2013). *Estrategias de promoción internacional para el posicionamiento de la empresa Equiser en el mercado de maquinaria pesada de la República de Colombia*. San Diego : Universidad José Antonio Báez.
- Parada, P. (16 de noviembre de 2013). *Las cinco fuerzas de Porter*. Madrid.
- Pro Ecuador. (2012). *Instructivo General del importador: Guía del importador*. Quito: Pro Ecuador.
- Pro Ecuador. (2013). *Guía comercial de la República de Ecuador*. Quito: Pro Ecuador.
- Publicaciones Vértice. (2008). *Dirección de Marketing*. España: Vértice.
- Revilla, R. (2004). *Manual de factibilidad de proyectos*. Colombia.
- Robbins, S., & Coulter, M. (2005). *Administración*. México: Pearson Educación.
- Ruiz, J. (24 de Julio de 2014). *Asamblea aprueba Código Monetario y Financiero*.
Obtenido de El ciudadano: <http://www.elciudadano.gob.ec/con-92-votos-a-favor-se-aprobo-el-codigo-monetario/>
- Sapag, N. (2003). *Preparación y evaluación de proyectos*. México: McGraw Hill.
- Sapag, N. (2003). *Preparación y evaluación de proyectos*. Mexico: McGraw Hill.
- Sapag, N. (2003). *Preparación y evaluación de proyectos*. Mexico: Mc. Graw Hill.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2015). *Rendición de cuentas 2014*.
Quito: SENPLADES.
- Sellers, R., & Casado, A. (2006). *Dirección de marketing*. España: Editorial Club Universitario.

- SENPLADES. (2015). *Inversión pública, elemento clave para alcanzar el desarrollo y Buen Vivir*. Quito: SENPLADES.
- Soriano, C. (2009). *Marketing Mix: concepto, estrategia y aplicaciones*. España: Díaz de Santos.
- Stanton, W. (2007). *Fundamentos de Marketing*. España: MacGraw Hill.
- Superintendencia de Compañías. (2014). *Ley de Compañías*. Quito.
- Superintendencia de Compañías. (28 de junio de 2014). *Superintendencia de Compañías*. Recuperado el 29 de abril de 2014, de <http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi>
- Tanaka Nakasone, G. (2001). *Análisis de Estados Financieros para la toma de decisiones*. Lima - Perú: Fondo Editorial PUCP.
- Unidad de Investigación Económica y de Mercado Ekos. (2014). *Especial economía*. Quito: Ekos.
- Urbina, B. (2001). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill.
- Van, J., & Wachowicz, J. (2002). *Fundamentos de Administración Financiera*. México: Pearson Educación.
- White, S. (1997). *Mercadotecnia*. México: Prentice hall.
- Zabala, H. (2007). *Planeación Estratégica Aplicada*. Bogotá: Editorial Universidad Cooperativa de Colombia.

ANEXOS

Anexo 1. Formato de la encuesta

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS Y TURISMO**

Señale con una X su respuesta:

I. SECCIÓN DATOS PERSONALES:

a. Género:

Masculino	Femenino
-----------	----------

b. Edad (años):

Entre 18 y 28 años	Entre 29 y 39 años	Entre 39 y 49 años	Más de 50 años
--------------------	--------------------	--------------------	----------------

II. SECCIÓN DATOS ESPECÍFICOS:

1. ¿Cuándo su empresa requiere de maquinaria pesada, como la consiguen?

Alquiler	Compra
----------	--------

2. ¿Con qué frecuencia su empresa adquiere maquinaria nueva?

Cada 6 meses	Cada 12 meses	Cada 18 meses	Cada 24 meses
--------------	---------------	---------------	---------------

3. ¿Qué cantidad de maquinaria pesada nueva adquiere al año?

Menos de 2	Dos	Tres	Más de tres
------------	-----	------	-------------

4. ¿Por lo general cuál es la maquinaria que la empresa requiere para realizar sus actividades?

Retroescavadoras	Excavadoras	Motoniveladoras
Camiones articulados	Tractores de cadenas	Telehandlers

5. ¿Cómo son las formas de pago que maneja su empresa para adquirir maquinaria nueva?

Crédito directo	Crédito bancario	Contado
-----------------	------------------	---------

6. ¿En qué grado influyen los precios de la maquinaria para que se concrete su compra?

Alto	Medio	Bajo
------	-------	------

7. ¿Considera que los precios de la maquinaria pesada y materiales que se manejan en el sector, han incrementado en el último año?

Mucho		Poco		Nada	
-------	--	------	--	------	--

8. ¿Cuándo la empresa requiere adquirir algún tipo de maquinaria, qué medio de comunicación influye en su decisión de compra?

Medios escritos		Medios televisivos		Radio		Internet		Contacto directo	
-----------------	--	--------------------	--	-------	--	----------	--	------------------	--

9. ¿Si existiera una empresa que le proporcione maquinaria pesada para los fines de su empresa, en qué sector preferiría que se encuentre?

Norte		Centro		Sur		Valles		No influye	
-------	--	--------	--	-----	--	--------	--	------------	--

10. En promedio ¿Cuál es el precio que actualmente cancela por la adquisición de una maquinaria nueva?

Menos de \$35.000		Entre \$35.000 y \$45.000		Entre \$45.000 y \$55.000	
Entre \$55.000 y \$65.000		Entre \$65.000 y \$75.000		Más de \$75.000	

11. ¿Sus proveedores de maquinaria pesada para la construcción, se encuentran en la ciudad de Quito?

Sí		No	
----	--	----	--

12. ¿Se encuentra satisfecho con su proveedor actual?

Muy satisfecho		Satisfecho		Poco satisfecho		Nada satisfecho	
----------------	--	------------	--	-----------------	--	-----------------	--