

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y
NEGOCIOS**

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
COMERCIALIZADORA DE BOMBAS CENTRÍFUGAS DE AGUA PARA
LA INDUSTRIA TEXTIL EN LA CIUDAD DE QUITO.**

Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniera en
Administración de Empresas y Negocios.

AUTOR:

Mirna Jazmina Solórzano Barberán

DIRECTOR:

Ing. Germán Granda

QUITO – ECUADOR

2016

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Director del Proyecto: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA COMERCIALIZADORA DE BOMBAS CENTRÍFUGAS DE AGUA”, Año 2016, presentada por Mirna Jazmina Solórzano Barberán, estudiante del programa de Ingeniería en Administración de Empresas y Negocios de la Universidad Tecnológica Indoamérica, considero, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe para su correspondiente estudio y calificación.

Quito, 30 junio 2016.

EL TUTOR

Ing. Germán Granda

AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN.

Yo, Mirna Jazmina Solórzano Barberán, declaro ser autor del Proyecto de Tesis, titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE BOMBAS CENTRÍFUGAS DE AGUA PARA LA INDUSTRIA TEXTIL EN LA CIUDAD DE QUITO”, autorizo al sistema de bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamérica “ , Para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del Repositorio Digital Institucional (RDI-UTI.)

Los usuarios de RDI-UTI podrán consultar el contenido de este trabajo en las redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indoamérica no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total de este trabajo.

Del mismo modo , acepto que los Derechos de Autor, Morales y Patrimoniales, sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indoamérica, y que no tramitaré la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, dónde se acuerden los terminus de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 7 días del mes de diciembre del 2016 , firmo conforme:

Autor: Mirna Jazmina Solórzano Barberán
C.C. 130997588-4
Dirección :Ricardo Descalzi calle A2
Correo: mirs_b@outlook.com
Teléfono: 0983960572

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

El abajo firmante, declara que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Mirna Jazmina Solórzano Barberán

C.C. 130997588-4

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamérica.

Quito,.....

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

F.....

PRESIDENTE

F.....

VOCAL

F.....

VOCAL

AGRADECIMIENTO

A mi esposo Paúl, quien ha sido mi apoyo constante por su amor y apoyo incondicional.

A todos los docentes, que formaron parte de mi aprendizaje. A ellos que con sus conocimientos me acercaron a este momento de mi carrera.

Gracias

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a mi esposo Dr.
Paul, y a mis padres.

Mirna

ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
DEDICATORIA.....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	viii
ÍNDICE CAPÍTULO I.....	ix
ÍNDICE CAPÍTULO II.....	x
ÍNDICE CAPÍTULO III.....	xi
ÍNDICE CAPÍTULO IV.....	xii
ÍNDICE CAPÍTULO V.....	xiii
ÍNDICE CAPÍTULO VI.....	xiv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xv
ÍNDICE DE TABLAS.....	xvi
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvii
ÍNDICE DE IMAGEN.....	xviii
SUMARIO INVESTIGATIVO.....	xix
ABSTRACT.....	xx
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

IDEA DE NEGOCIO

1.1 Descripción de la actividad.....	3
1.1.1 Pasos dados hasta el momento	5
1.1.2 Problemas encontrados	7
1.1.3. Problemas que se preveen.....	7
1.1.4 Soluciones.....	7
1.1.5 Contactos realizados para la puesta en marcha.....	8
1.1.6 Papel que juega cada socio en la puesta en marcha.....	9

CAPÍTULO II

ÁREA DE MARKETING.

2.1	Definición de mercado.....	10
2.1.1	Qué mercado se va a tocar en general.....	10
2.1.2	Mercado objetivo.....	13
2.1.3	Necesidades que cubre.....	28
2.2	Definición del producto o servicio.....	29
2.2.1	Aspectos innovadores que proporciona.....	32
2.2.2	Presentación del servicio o producto.....	33
2.2.3	Precio del producto o servicio	34
2.2.4	Promoción y publicidad que se realizará	34
2.2.5	Sistema de distribución a utilizar	35
2.2.6	Seguimiento de clientes.....	35
2.2.7	Especificación mercados alternativos	37
2.3	Definición de la competencia.....	37
2.3.1	Descripción de la competencia.....	38
2.3.2	Puntos fuertes y débiles de la competencia comparados con el proyecto.....	42
2.4	Costos del Producto.....	43
2.4.1	Determinación de Costos variables.....	43
2.4.2	Determinación de Costos Fijos.....	44
2.4.3	Determinación de costo total.....	44

CAPÍTULO III

ÁREA DE PRODUCCIÓN.

3.1	Descripción del proceso.....	45
3.1.1	Descripción del proceso de comercialización.....	45
3.1.2	Descripción de las instalaciones, equipos y personas.....	47
3.1.3	Tecnología a aplicar.....	48
3.1.4	La tecnología en el servicio y la comercialización.....	48
3.2	Factores que afectan el plan de operaciones.....	48
3.2.1.	Nivel de Inventario promedio.....	48
3.2.2	Número de trabajadores.....	49
3.3	Capacidad de ventas.....	50
3.3.1	Capacidad de ventas futuras.	50
3.4	Definición de materias primas.....	53
3.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución.....	53
3.5	Calidad.....	53
3.5.1	Método de Control de Calidad.	53
3.6	Normativas y permisos que afectan su instalación	54
3.6.1	Seguridad e higiene ocupacional.....	54

CAPÍTULO IV

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1	Análisis estratégico y definición de objetivos.....	57
4.1.1	Visión de la Empresa.....	57
4.1.2	Misión de la Empresa.....	57
4.1.3	Análisis FODA.....	58
4.2	Organización funcional de la empresa.....	59
4.2.1	Organigrama Estructural.....	60
4.2.2	Descripción del organigrama.....	61
4.3	Control de gestión.....	65
4.3.1	Indicadores de gestión.....	65
4.4	Necesidades del personal.....	66
4.4.1	Especificar cuánto personal necesitará hasta un horizonte de tres años.	66

CAPÍTULO VI

ÁREA FINANCIERA

6.1	Plan de inversiones.....	74
6.2	Plan de financiamiento.....	76
6.3	Cálculo de costos y gastos.....	79
6.4	Cálculo de ingresos.....	87
6.5	Flujo de caja.....	88
6.6	Punto de equilibrio.....	89
6.7	Estado de resultados.....	91
6.8	Evaluación financiera.....	92

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Accionistas.....	9
Tabla N° 2 Segmentación del mercado.....	12
Tabla N° 3 Dimensión demográfica.....	12
Tabla N° 4 Dimensión geográfica de empresas textiles.....	13
Tabla N° 5 Tendencia de la demanda.....	14
Tabla N°6 Mínimos cuadrados.....	15
Tabla No. 7 Tendencia de la demanda; bombas centrifugas, sector textil.....	15
Tabla N° 8 Proyección de la oferta de bombas.....	16
Tabla No. 9 Demanda potencial insatisfecha.....	18
Tabla N° 10 Utilización de bombas.....	19
Tabla N° 11 Frecuencia de compra.....	20
Tabla N° 12 Preferencia en potencia de bombas.....	22
Tabla N° 13 Material de preferencia.....	21
Tabla N° 14 Valoración de la compra.....	22
Tabla N° 15 Dónde adquiere bombas.....	23
Tabla N° 16 Asesoría personalizada.....	24
Tabla N° 17 Equipos instalados.....	25
Tabla N° 18 Servicio Postventa.....	26
Tabla N° 19 Servicio técnico.....	27
Tabla N° 20 Ficha Técnica Bomba 5HP.....	29
Tabla N° 21 Ficha técnica Bomba 7HP.....	30
Tabla N° 22 Ficha técnica Bomba 10HP.....	31
Tabla N°23 Precio de equipo por modelo.....	34
Tabla N°24 Seguimiento a clientes.....	36
Tabla N°25 Precios de la competencia.....	38
Tabla N° 26 Análisis de la competencia.....	42
Tabla N° 27 Participación de mercado.....	43
Tabla N° 28 Costos variables.....	44
Tabla N° 29 Costos fijos.....	44
Tabla N°30 Costos totales.....	44
Tabla N° 31 Inventario.....	49
Tabla N° 32 Tabla de funciones.....	40
Tabla N° 33 Ventas futuras.....	51
Tabla N° 34 Punto de equilibrio.....	52
Tabla N° 35 Hoja de control de calidad.....	54
Tabla N° 36 FODA.....	58
Tabla N° 37 Matriz de estrategias.....	58
Tabla N° 38 Funciones del gerente.....	61
Tabla N° 39 Funciones de la secretaria.....	62

Tabla N° 40	Funciones del vendedor.....	63
Tabla N°41	Funciones del gerente técnico.....	64
Tabla N° 42	Indicadores de gestión.....	65
Tabla N° 43	Necesidades de personal.....	66
Tabla N° 44	Plan de inversión.....	75
Tabla N° 45	Plan de financiamiento.....	75
Tabla N° 46	Capital de trabajo.....	76
Tabla N° 47	Aportes de inversionistas.....	77
Tabla N° 48	Detalle de costos.....	78
Tabla N° 49	Proyección de costos.....	79
Tabla N° 50	Costos anuales.....	80
Tabla N° 51	Mano de obra.....	81
Tabla N° 52	Depreciación.....	82
Tabla N° 53	Cálculo de ingresos.....	83
Tabla N° 54	Proyección de ingresos.....	84
Tabla N° 55	Flujo de caja.....	85
Tabla N° 56	Costos Anuales.....	86
Tabla N° 57	Punto de equilibrio.....	86
Tabla N° 58	Estado de resultados proyectados.....	87
Tabla N° 59	Evaluación financiera.....	88
Tabla N° 60	Periodo de recuperación.....	89
Tabla N° 61	TMAR.....	90
Tabla N° 62	Costo beneficio	90

ÍNDICE DE GRÁFICO

Gráfico N° 1	Tendencia de la demanda.....	15
Gráfico N° 2	Uso de bombas.....	19
Gráfico N°3	Frecuencia de compra.....	20
Gráfico N°4	Preferencia en potencia de bombas.....	21
Gráfico N°5	Material de preferencia.....	22
Gráfico N° 6	Valoración de compra.....	23
Gráfico N° 7	Preferencia bombas centrífugas de agua.....	24
Gráfico N° 8	Asesoría personalizada.....	25
Gráfico N° 9	Equipos instalados.....	26
Gráfico N° 10	Servicio Postventa.....	27
Gráfico N° 11	Servicio Técnico.....	27
Gráfico N°12	Flujograma del proceso	47
Gráfico N°13	Instalaciones de la oficina.....	48
Gráfico N° 14	Punto de equilibrio.....	53
Gráfico N° 15	Organigrama estructural.....	59
Gráfico N° 16	Organigrama Funcional.....	60
Gráfico N° 17	Punto de equilibrio.....	90

ÍNDICE DE IMAGEN

Imagen N° 1: Bomba centrífuga de agua de 5HP de potencia.....	29
Imagen N° 2 Bomba centrífuga de agua de 7HP de potencia.	30
Imagen N° 3 Bomba centrífuga de agua de 10HP de potencia.....	30
Imagen N°4 Modelos de bombas centrífugas de agua por potencia.....	33
Imagen N° 5 : La Llave.....	38
Imagen N° 6 : Maquinarias Enriques.....	39
Imagen N° 7 Dismacon.....	40

CONCLUSIONES.....	93
RECOMENDACIONES.....	94
BIBLIOGRAFÍA.....	95

ANEXOS

ENCUESTA
COMPRAS PROYECCIÓN
VENDEDOR PROYECCIÓN
NOMINA
CURVAS DE BOMBAS
IMPORTACIÓN SENAE
COTIZACIONES
GARANTÍAS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: “PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA COMERCIALIZADORA DE BOMBAS CENTRÍFUGAS DE AGUA PARA LA INDUSTRIA TEXTIL EN LA CIUDAD DE QUITO EN EL AÑO 2016”

AUTOR:

Mirna Jazmina Solórzano Barberán

TUTOR:

Ing. Germán Granda

El Plan de Negocio para la creación de una empresa comercializadora de bombas de agua en la ciudad de Quito, tiene como propósito verificar la factibilidad económica y financiera de comercializar equipos que son de uso industrial, a través de marcas reconocidas y fabricación internacional, sus diseños y marcas son de reconocimiento en la Industria textil. La idea del negocio surge entonces de la necesidad de utilizar estos equipos para mejorar su productividad y eficiencia en los procesos; el estudio contempla el desarrollo de la viabilidad técnica, comercial, legal, administrativo y financiero, en base al estudio de mercado, investigación de proveedores, base legal, aspectos de mercadeo y principalmente de la interpretación de los indicadores financieros, que determinan la viabilidad de crear la empresa que se presenta a continuación.

Descriptor: Bombas centrifugas, industria textil, dosificación agua, procesos.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

ABSTRACT

TOPIC: "BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A DISTRIBUTOR OF WATER PUMPS FOR TEXTILE COMPANY IN THE CITY OF QUITO IN YEAR 2016"

AUTOR:

Mirna Jazmina Solórzano Barberán

TUTOR:

Ing. Germán Granda

The Business Plan for the creation of a trading company of pumps in the city of Quito is intended to verify the economic and financial feasibility of marketing teams are for industrial use, through brands and international manufacturing, designs and brands are recognized in the textile industry. The business idea then arose from the need to use these equipment to improve productivity and process efficiency.

The study then considers the development of technical, commercial, legal, administrative and financial viability, based on market research, research suppliers, legal basis, aspects of marketing, administrative and especially the interpretation of financial indicators, determine the feasibility of creating the company presented below.

Descriptors: centrifugal pumps, textile industry, water dosing processes.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

INTRODUCCIÓN

El objetivo del negocio es comercializar bombas centrífugas de agua en la Ciudad de Quito; nuestro mercado objetivo es la Industria Textil, estas bombas son de fabricación internacional, y se comercializará a precios de representantes bajo pedido.

En el primer capítulo se plantea la idea o giro del negocio, haciendo una aproximación al contexto de la situación y algunas posibles desviaciones que podrían presentarse. De igual forma se analiza de una manera real las posibilidades para la puesta en marcha de esta idea de negocio.

En el segundo capítulo se determina el mercado al cual va dirigida la oferta de este servicio, se expresan algunas características que segmentan al nicho específico así como se establece la potencial demanda y oferta.

En el tercer capítulo se profundiza sobre los procesos que se llevan a cabo al ofertar este servicio, abastecimiento comercialización y calidad.

En el cuarto capítulo encontraremos la estructura funcional y conceptual del modelo de negocio, así como un análisis FODA de la empresa.

En el quinto capítulo todos los aspectos de índole legal que permiten el funcionamiento de esta empresa según las leyes y normativas establecidas.

Sexto capítulo concentra su análisis en la estructura financiera de la empresa, evaluando finalmente el comportamiento de los indicadores financieros.

CAPÍTULO I

IDEA DE NEGOCIO

1.1 Descripción de la actividad

“Pensando en las bombas y en su historia, sucede que las personas buscaban ya en épocas remotas medios técnicos para elevar líquidos, en particular el agua, a niveles más altos. El agua servía tanto para el riego de los campos como para llenar los fosos de protección alrededor de ciudades fortificadas y castillos.” (Wilo, 2005, pág. 3)

Se puede notar que el uso de bombas es una necesidad que se remonta a la historia de la humanidad aun antes de llegar a ser de utilidad a nivel industrial.

“Mientras que el suministro de agua ha sido siempre el tema más importante para la supervivencia del hombre, la eliminación efectiva de aguas residuales llegó más tarde, casi demasiado tarde. En todos los lugares donde aparecían asentamientos, pueblos y ciudades, los desechos, excrementos y aguas residuales ensuciaban los prados, caminos y calles. La consecuencia eran malos olores, enfermedades y plagas. Las aguas se contaminaban y el agua freática se volvía imbebible.” (Wilo, 2005)

Los conglomerados sociales vieron inminentemente la necesidad de alternativas para los temas de contaminación y movilización de residuos, podría decirse entonces que en este contexto surge la búsqueda de alternativas que darían pie posteriormente a lo que se conoce como bombas centrífugas.

Estos equipos llamados bombas centrífugas “se necesitan para transportar líquidos y vencer las pérdidas de carga en el sistema de tuberías. En instalaciones de bombas con niveles de líquido diferentes es preciso superar además la diferencia de altura geodésica. Las bombas centrífugas son, según su tipo de construcción y transformación de energía, turbo máquinas hidráulicas.” (Wilo, 2005)

“Aunque existen numerosos tipos de construcción, todas las bombas centrífugas tienen en común una entrada axial del líquido al rodete de la bomba. Un motor eléctrico acciona el eje de la bomba en el cual está montado el rodete. El agua que entra axialmente en el rodete a través de la boca de aspiración y el cuello de aspiración se desvía mediante las paletas del rodete en dirección radial. “ (Wilo, 2005)

“Las fuerzas centrífugas, que actúan en cada partícula de líquido, originan durante el paso del líquido por la zona de las paletas un aumento de la presión y de la velocidad. Después de la salida del rodete, el líquido se acumula en la caja espiral. Debido al tipo de construcción de la caja espiral, la velocidad del flujo se reduce de nuevo ligeramente. La transformación de la energía se refleja en un aumento de la presión. Una bomba está compuesta por los siguientes componentes principales: Carcasa de la bomba, Motor Rodete” (Wilo, 2005)

Las bombas de agua centrífugas tienen un sin número de aplicaciones, pueden ser utilizadas para uso residencial, industrial y comercial, dependiendo de las características todas ellas se utilizan para el transporte de agua y otros tipos de fluidos de una posición a otra.

Una bomba de agua centrífuga se utiliza principalmente en entornos industriales, es muy apreciada en estos lugares ya que pueden ahorrar tiempo y mano de obra. Están diseñadas para llevar a cabo el bombeo de alta resistencia, estas bombas pueden ayudar en la realización de trabajos de bombeo a gran escala en pocos minutos.

Además de su uso en el levantamiento de diferente tipo de líquidos viscosos desde un punto a otro, que se pueden utilizar para el mantenimiento de equipos y aplicaciones de automoción, en las industrias se utilizan para la realización de

trabajos complejos que están obligados a cumplir con normas de calidad industrial.

La propuesta del plan de negocios está orientada a cubrir la necesidad relacionada a la demanda de bombas de agua centrifugas en el sector industrial textil de la ciudad de Quito, aportando al expendio y distribución del producto.

La Empresa se dedicará a la venta bajo pedido de bombas de agua centrifugas con tres diferentes características:

- Volúmenes.
- Temperaturas.
- Fluidos líquidos.

Los productos, servicios y procesos serán respetuosos con el medio ambiente. Para ejercer la actividad, se consideran los requisitos medioambientales y se hará uso responsable de todos los recursos disponibles.

La experiencia en esta rama sugiere que estos equipos son de gran necesidad y aporte fundamental en muchos procesos en la industria textil, este equipamiento técnico permite aumentar la productividad y el crecimiento de este sector. La tendencia de los potenciales compradores se orienta a la búsqueda de equipos con tecnología de punta.

1.1.1 Pasos dados hasta el momento para poner en marcha el proyecto.

- Dentro del ámbito legal se ha contactado con un estudio jurídico que brindará el asesoramiento pertinente sobre las regulaciones y permisos necesarios para la constitución y marcha de la empresa.
- Se realizó contactos con expertos en el diseño y elaboración de páginas web para desarrollar una página de la empresa.

- Se ha buscado un lugar para instalar la empresa.
- Se asistió a seminarios en Cartagena y Guayaquil para conocer acerca de las características y manejo de bombas de agua de última tecnología. Además se contactó con proveedores y se ha determinado a los competidores de mayor posicionamiento e influencia en la ciudad de Quito.

Se ha recolectado mediante la página oficial de Ecuapass (nuevo sistema aduanero del país, que permite a todos los Operadores de Comercio Exterior realizar sus operaciones aduaneras de importación y exportación) información que permite notar la variación en la demanda del producto y sus precios a nivel industrial.

IMPORTADOR	DISTRITO	SUBPARTID	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	PAÍS ORIGEN	PESO NETO (KG)
ALMACENES BUENHOGAR E.W. CIA.LTDA.	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CN-CHINA	26,46
CECUAMAQ, CORPORACION ECUATORIANA INDUSTRIAL DE M	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	BR-BRASIL	136,67
GOMEZ NARANJO JHONATHAN ALEXANDER	055-QUITO	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	US-ESTADOS UNI	19,92
PRODUCTOS AVON ECUADOR S.A.	073-TULCAN	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CO-COLOMBIA	155,2
TIGRE ECUADOR S.A. ECUATIGRE	055-QUITO	8414100000	BOMBAS DE VACIO	AT-AUSTRIA	50,38
GRUPO TRANSBEL S.A.	073-TULCAN	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CO-COLOMBIA	98,58
QUIMPAC S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	CN-CHINA	7,21
ECUAEX S.A.	028-GUAYAQUIL	8413400000	BOMBAS PARA HORMIGON	BR-BRASIL	808,57
EUROVEHICULOS S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	DE-ALEMANIA	1,93
IMPORFRIOS&SERVI.S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	CN-CHINA	43,708
CHINA15TH METALLURGICAL CONSTRUCTION GROUP CO., LTD	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CN-CHINA	24,63
MEGAFRIO S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	CN-CHINA	3,67
LA LLAVE S.A. DE COMERCIO	028-GUAYAQUIL	8413110000	BOMBAS PARA DISTRIBUCION DE CARBURANTES O LUBRICANTES, DEL TIPO DE LAS UTILIZADAS EN GAS	US-ESTADOS UNI	15,909
MEXICHEM ECUADOR S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	CO-COLOMBIA	68
CECUAMAQ, CORPORACION ECUATORIANA INDUSTRIAL DE M	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	BR-BRASIL	683,34
NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL N.I.R.S.A. S.A.	019-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	US-ESTADOS UNI	16,47
COMDERE S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	US-ESTADOS UNI	10,123
LA LLAVE S.A. DE COMERCIO	019-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CN-CHINA	1,174
ALMACENES BUENHOGAR E.W. CIA.LTDA.	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CN-CHINA	27,68
IGLESIAS TAPIA JORGE ANTONIO	028-GUAYAQUIL	8413110000	BOMBAS PARA DISTRIBUCION DE CARBURANTES O LUBRICANTES, DEL TIPO DE LAS UTILIZADAS EN GAS	US-ESTADOS UNI	637
UNIVERSIDAD DE CUENCA	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	ES-ESPAÑA	24,9
UNIVERSIDAD DE CUENCA	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	ES-ESPAÑA	3,69
RECOR DENTAL Y QUIMEDIC S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	CN-CHINA	91,17
COMERPOINT NEGOCIOS S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	US-ESTADOS UNI	47,061

Fuente: (www.proecuador.gob.ec, págs. 16 abr. 2014 - Aduanero ECUAPASS)

1.1.2 Problemas encontrados hasta el momento.

- Lograr que los proveedores se comprometan a realizar entregas a tiempo.
- Existen pocos técnicos calificados.
- Los bancos han restringido el financiamiento.

1.1.3 Problemas que se preveen.

- Que los proveedores mantengan la cobertura de la garantía al 100% por defectos de fabricación o envío. En este tipo de negocios la seguridad y garantía es fundamental, ya que se manejan variables como capacidad, presión y temperatura.
- La inseguridad jurídica con un sistema impositivo, derecho laboral y un sistema político tan cambiante como el ecuatoriano.
- El cambio de las tasas arancelarias de importación, que no permitirá mantener los precios por periodos de tiempo muy largos, debido a que los productos son importados.

1.1.4 Soluciones.

- Para lograr que los proveedores mantengan las garantías y las entregas a tiempo, se firmarán convenios con cláusulas de penalidad por incumplimiento.
- Para corregir la falta de técnicos calificados, en la vinculación de negociación con los proveedores, se exigirá la capacitación permanente acerca de las características y funcionamiento de los productos o contratar técnicos especializados en mecánica o hidráulica.

- La dificultad de conseguir créditos bancarios se lo cubrirá con la participación de socios ya sea con activos o capitales frescos.
- El cambio constante de aranceles en las importaciones influye en la subida de precios de los productos, y para cumplir con los acuerdos establecidos en la oferta la emisión de proformas se realizarán con tiempos cortos de validez.

1.1.5 Contactos realizados para la puesta en marcha.

Se ha contactado con las siguientes empresas nacionales que nos proveerán de bombas de agua centrífugas:

- ECUASICORP (Quito), Se dedica a la venta de equipos a precios de representantes, equipos como bombas de agua centrifugas varios usos, de turbina y equipos de piscinas.
- LIDER ZONAL S.A (Guayaquil), Distribuidor de materiales de ferretería en general, distribuidor de herramientas y maquinaria como bombas de agua industrial.
- LI WEN Empresa dedicada a la distribución, reparación, y mantenimiento de bombas y equipos de riego para el sector industrial del país, instalación de equipos de riego bombas sumergibles y bombas centrifugas.

Para conocer la normativa legal de obtención del permiso respectivo, se ha buscado información en el Ilustre Municipio de Quito acerca de la LUAE

“En cada Administración Zonal el interesado puede solicitar información sobre el trámite para obtener el LUAE. El balcón de servicios de las administraciones dispone de un formulario único, que debe ser llenado por el representante de la actividad comercial y lo presenta en la ventanilla de emisión del LUAE. Allí el

analista valida la información y emite un recibo de pago. Ese valor se cancela y se retira el comprobante de ingreso.”

“En el proceso especial, se requiere un trámite más detallado. La Ordenanza N°308 señala que para el ejercicio de las actividades enmarcadas en este proceso las firmas deben dirigirse a una de las Secretarías especializadas del Municipio, para garantizar que esté certificada la competencia y la actividad a la que se dedica.”

Fuente: (<http://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>)

1.1.6 Papel que juega cada socio en la puesta en marcha.

La empresa será conformada con el aporte económico de dos socios.

Tabla N° 1 Accionistas

NOMBRES	CARGO	FUNCIÓN
Mirna Solórzano	Gerente (Accionista)	*Representa la empresa *lidera la gestión planificación estratégica. *Administrar dirigir ,planificar y *controlar las ventas
Carlos Mena	Accionista	*Técnico de la empresa *Aporte del capital 50%

Fuente: Propia

Elaborado por: Autor

CAPÍTULO II

ÁREA DE MARKETING

2.1 Definición del mercado

“Un mercado es el conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que puede satisfacerse mediante una relación de intercambio" (Kotler, 2004, pág. 83)

2.1.1 Qué mercado se va a tocar en general.

“De acuerdo a la Clasificación Internacional Uniforme CIIU31, la fabricación de productos textiles y prendas de vestir forma parte de la industria manufacturera. Según las previsiones del Banco Central del Ecuador (BCE), en 2009 este sector aportó con cerca de dos puntos porcentuales al Producto Interno Bruto (PIB), contribución que se ha mantenido similar desde la década anterior.” (Carrillo Daniela, 2011, pág. 9)

La propuesta del plan de negocios que se detalla está orientada a las empresas del sector textil ubicadas en la ciudad de Quito, sin duda su aporte a la dinámica económica del país es relevante.

“La elaboración de textiles y tejidos en el Ecuador es una de las actividades artesanales más antiguas, su elaboración tenía gran importancia en la cultura Inca, pues servía para denotar la situación social económica entre sus habitantes. Geográficamente se realizaba cerca de los pueblos indígenas y centros urbanos como Quito, Latacunga y Riobamba” (Aite, 2012)

“En los albores de la actividad textil Ecuatoriana su producción era exclusivamente de índole artesanal y la fuerza de trabajo mayoritariamente indígena. “La producción textil en el Ecuador inicio su desarrollo con la aparición de las primeras industrias que en un principio se dedicaron al procesamiento de lana, hasta que a inicios del siglo XX se introdujo el algodón; material que impulsó la producción hasta la década de los 50, momento en el que se consolidó la utilización de esta fibra. Actualmente la industria textil y de confecciones elabora productos provenientes de todo tipo de fibras como el algodón, poliéster, nylon, lana y seda.” (Aite, 2012)

“La importancia en la actualidad del sector textil gira entorno a la generación de empleo y a su participación en el encadenamiento productivo, razón por la cual las empresas en mención tienen como objetivo mejorar sus procesos para alcanzar mayor eficiencia y eficacia ,producto de ello se hace imprescindible el uso de bombas centrifugas.”

“A pesar de que somos mundialmente conocidos como exportadores de productos naturales, en los últimos 60 años Ecuador ha ganado un espacio dentro de este mercado competitivo, convirtiéndose es una de las actividades más importantes, generando empleo a más de 46,240 artesanos del país y ocupando el segundo lugar en el sector manufacturero seguido de los alimentos, bebidas y trabajo en generación de empleo directo”. (Aite, 2012, pág. 2)

“La provincia de Pichincha acoge a más de la mitad de las empresas confeccionistas a nivel nacional con un porcentaje de participación del 52.2%, Guayas es la segunda provincia en importancia, con el 30.6% de participación El resto de provincias representan participaciones mucho menores a las que presentan las dos provincias líderes así: Azuay (8.1%), Tungurahua (4.0%), Imbabura (3.3%), Cotopaxi (0.6%), Chimborazo (0.4%), El Oro (0.4%) y Manabí (0.4%), debido a que las actividades productivas la desarrollan fundamentalmente pequeñas y medianas empresas que se caracterizan fundamentalmente por tener una estructura cerrada y de carácter familiar.” (Huilcatoma Rosa, 2006, pág. 23)

El mercado general se establecerá en la zona industrial textil de la ciudad de Quito, es indispensable para este sector de la industria el consumo de agua en mayor volumen para sus procesos productivos, por esta razón el uso de bombas centrifugas es vital para cumplir con los tiempos de producción.

“Las bombas de fábricas textiles manejan colorantes, agua, sulfuros de carbono, ácidos, sosa cáustica, sosa comercial, acetatos, solventes, decolorantes, alcoholes, sales, peróxidos de hidrógeno, sales, engomado y butano. Se usan muchas bombas de medición y dosificación en las aplicaciones textiles para manejar las soluciones de decolorantes, control de pH del agua de lavado de las fibras sintéticas, control de color en el teñido, carbonización de la lana, etc.” (Cruzado Ortiz, 2011, pág. 8)

Tabla N° 2 Segmentación del mercado

DIMENSIÓN CONDUCTUAL	
Tipo de necesidad	Industrial, producción
Tipo de compra	Comparación
Relación con la marca	Si
Actitud frente al producto	Positiva

Fuente: (Supercompañías., 2015)

Elaborado por: Autor.

Tabla N° 3: Dimensión demográfica:

Variable	Descripción
País	Ecuador
Región	Sierra
Ciudad	Quito
TAMAÑO	1305 Empresas textiles.

Fuente: (Supercompañías., 2015)

Elaborado por: Autor.

En el Ecuador existen 1305 empresas textiles; no todas se dedican a la transformación de materiales e insumos para el desarrollo de todo tipo de fibra y confección. El tamaño podría ser más amplio un porcentaje 63% confeccionan prendas, no procesan y no existe necesidad ingreso o desalajo de agua.

2.1.2 Mercado objetivo

El mercado objetivo al que está dirigido el plan de negocios son las empresas textiles domiciliadas en la ciudad de Quito, la industria textil no solo produce para sus propias ventas, además presta servicios de maquila entre sí, lo que hace que su producción sea más alta en tintura.

El perfil de la industria textil se destaca los siguientes procesos que realizan:

- Hilado
- Tintorería
- Fibra acrílica
- Tejido plano
- Tejido de punto
- Prenda de punto
- Ropa de hogar
- Alfombras y tapices
- Prendería

Tabla N° 4 Dimensión geográfica de empresas textiles

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	POBLACIÓN
INDUSTRIAS	TEXTILES EN LA CIUDAD DE QUITO URBANO	437

Fuente: (Supercompañías., 2015)

Elaborado por: Autor.

Las empresas registradas en la AITE (Asociación de Textileros) el número de industrias con proceso en Quito son 437.

Para determinar la demanda se pudo establecer el número de bombas centrífugas que han sido adquiridas en el mercado de Quito urbano para el sector textil desde el año 2011 al 2015, se usó como fuente de investigación un artículo publicado en la revista Ekos negocios como fuente de investigación.

Tabla N° 5 Tendencia de la demanda; bombas centrifugas, sector textil.

N° años	X (año)	Y(Bombas)	XY	X2
1	2011	939	939	1
2	2012	977	1953	4
3	2013	1025	3076	9
4	2014	1070	4278	16
5	2015	1046	5230	25
15		5057	15477	55

Fuente: (ekosnegocios, 2011, pág. 45)

Elaborado por: Autor.

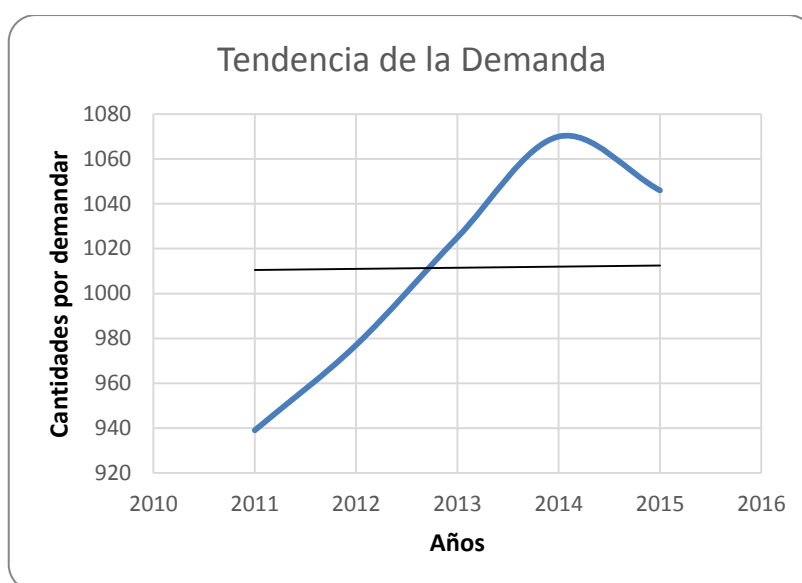


Gráfico N°. 1 Tendencia de la demanda

Elaborado por: autor.

Fuente : (ekosnegocios, 2011, pág. 45)

Se puede observar una tendencia de crecimiento en la demanda entre los años 2011 al 2014, en el año 2015 hay una ligera contracción.

A continuación se presenta el desarrollo de la formulación matemática para calcular mínimos cuadrados.

Tabla N°6 Mínimos cuadrados

			(X-x media)	(Y-y media)			
X	AÑO (X)	BOMBAS (Y)	x	y	xy	x2	y2
1	2011	939	-2	-72,40	144,8	4	5241,76
2	2012	977	-1	-34,40	34,4	1	1183,36
3	2013	1025	0	13,60	0	0	184,96
4	2014	1070	1	58,60	58,6	1	3433,96
5	2015	1046	2	34,60	69,2	4	1197,16
15		5057			307	10	11241,2

Fuente: Propia

Elaborado por: Autor.

Tabla No. 7 Tendencia de la demanda; bombas centrifugas, sector textil.

$$a = [\bar{x} * (-b)] + \bar{y}$$

AÑO	DEMANDA
2016	1470
2017	1598
2018	1725
2019	1853
2020	1980

Fuente: Propia

Elaborado por: Autor.

La demanda de bombas no tiene un número amplio entre año y año, la razón es que son equipos considerado de alto costo, por ello las empresas antes de comprar buscan alternativas como reparación o mantenimiento preventivo.

Comportamiento del sector textil.

Sin duda el sector textil es uno de los sectores que dinamiza la economía en el país, su crecimiento en los últimos años no ha sido el esperado por los actores involucrados.

“Se estima que el sector textil genera a la economía al menos \$ 600 millones anuales. Según cifras de la Asociación de Industrias Textiles del Ecuador (AITE) el crecimiento del sector ha sido mínimo en los últimos 2 años, pues pasó del 1% en 2013 a 2% en este año, con corte hasta junio.” (Telegrafo, 2014)

A pesar de lo expuesto las empresas textiles continúan apostándole a su desarrollo y crecimiento, para ello es imprescindible su tecnificación y mejora en cuanto a sus procesos, de manera puntual en cuanto a la propuesta de este plan de negocios, es necesario el uso de bombas centrífugas.

“Estos últimos años han sido malos para la industria”, señaló Javier Díaz, presidente de la AITE. No se trata -agregó- de que hayan cerrado las empresas ni que despidieran masivamente a los trabajadores, pero el nivel debía ser mayor, considerando el crecimiento de la economía ecuatoriana en general.” (Telegrafo, 2014)

“Si bien no hay una cifra exacta de cuántas empresas se dedican a la confección, estimaciones de la AITE, se refieren a un promedio de 4.000, incluyendo a las microempresas y aquellas que no están formalizadas” (Telegrafo, 2014)

Tomando como fuente de información los boletines aduaneros de Senae, se determinó que han ingresado en promedio a Ecuador 800 bombas centrífugas en el periodo 2011 a 2015. Esto determinaría que en función de la necesidad del mercado textil para actualizar su tecnología en cuanto a bombas, no todas las empresas lo hacen y prefieren dar mantenimiento al equipo actual que tienen, por lo que es evidente que existe una necesidad insatisfecha en el mercado.

Tabla N° 8 Proyección de la oferta de bombas centrífugas de agua

AÑO	OFERTA
2016	800
2017	800
2018	800
2019	800
2020	800

Fuente: Propia

Elaborado por: Autor.

El número de unidades de bombas importadas desde el año 2011 se mantiene, no existe incremento de industrias textiles. La proyección de oferta se mantiene.

Tabla No. 9 Demanda potencial insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DPI /AÑO
2016	1470	800	670
2017	1598	800	798
2018	1725	800	925
2019	1853	800	1053
2020	1980	800	1180

Fuente: Propia.

Elaborado por: Autor.

Podemos observar que a pesar de la contracción económica que se vive actualmente en el país las empresas textiles no pueden dejar de adquirir un equipo fundamental para la elaboración de sus productos, a pesar de las alternativas preventivas y técnicas tienen que ser reemplazado.

Quitar color de las tablas

Diseño Muestral Finita

Se tomó como universo las 437 empresas textiles registradas en Quito Urbano.

Z = Nivel de confiabilidad: 95%

P = Probabilidad de ocurrencia: 50%

Q = Probabilidad de no ocurrencia: 50%

N = Población o universo: 437

e = Error de la muestra: 5%

Cálculo de la muestra

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

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)(437)}{0,5 (436)^2 + (1,96)^2 (0,5)(0,5)}$$

$$n = 139$$

PREGUNTA No. 1: ¿Utiliza en su industria bombas centrífugas de agua?

Tabla N° 10 Utilización de bombas centrífugas de agua

VARIABLES	RESPUESTAS	PORCENTAJE (%)
SI	111	80
NO	28	20
TOTALES	139	100

Elaborado por: Autor.

Fuente: Encuesta.

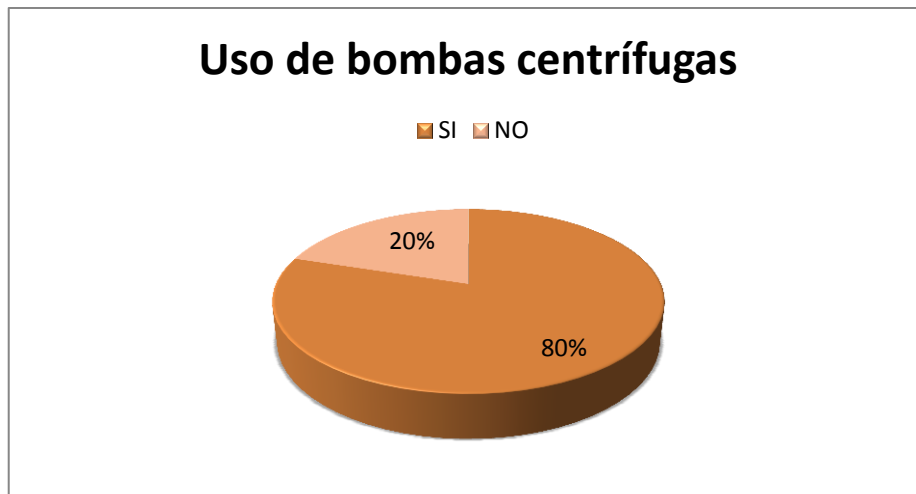


Gráfico N° 2 Uso de bombas.

Elaborado por: Autor

Fuente: Encuesta

Análisis.- De un total de 139 empresas encuestadas, 111 que corresponden al 80% afirman que sí utilizan bombas centrífugas de agua y 28 que corresponden al 20% dicen que no.

Interpretación.- La mayoría de la industria textilera utiliza bombas centrífugas de agua para sus procesos de producción.

PREGUNTA No. 2: ¿Con qué frecuencia compra bombas centrífugas de agua?

Tabla N° 11 : Frecuencia de compra

VARIABLES	RESPUESTAS	PORCENTAJE(%)
Una vez al año	2	2
Dos veces al año	10	9
Tres veces al año	99	89
TOTAL	111	100

Elaborado por: Autor.

Fuente: Encuesta.

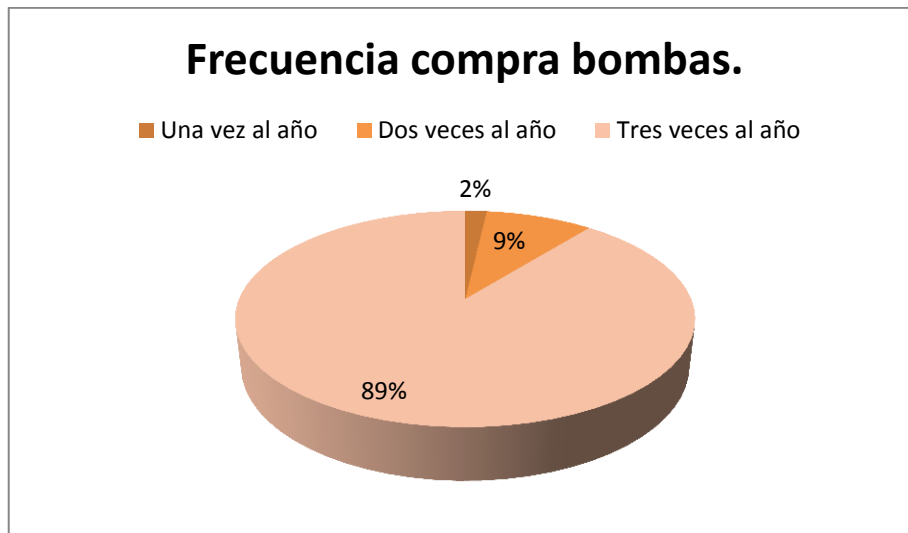


Gráfico N°3.Frecuencia Bombas.

Elaborado: Autor.

Fuente: Encuesta

Análisis.- De un total de 111 encuestadas, 99 que corresponden al 89% afirman que compran bombas centrífugas de agua tres veces por año, 10 que corresponden al 9% compran dos veces por año y 2 que corresponden al 2% compran una vez por año.

Interpretación.- las bombas de agua son utilizadas como herramienta principal en los procesos de producción de las industrias textiles, por lo que deben estar funcionando al 100% y se refleja una compra promedio de tres unidades anuales.

PREGUNTA No. 3 ¿Qué tipo de potencia prefiere en las bombas centrífugas de agua?

Tabla N° 12 : Preferencia en potencia de bombas

VARIABLES	RESPUESTAS	PORCENTAJE(%)
Bomba 5HP	23	21
Bomba 7HP	37	33
Bomba 10HP	51	46
TOTAL	111	100

Elaborado por: Autor.

Fuente: Encuesta.

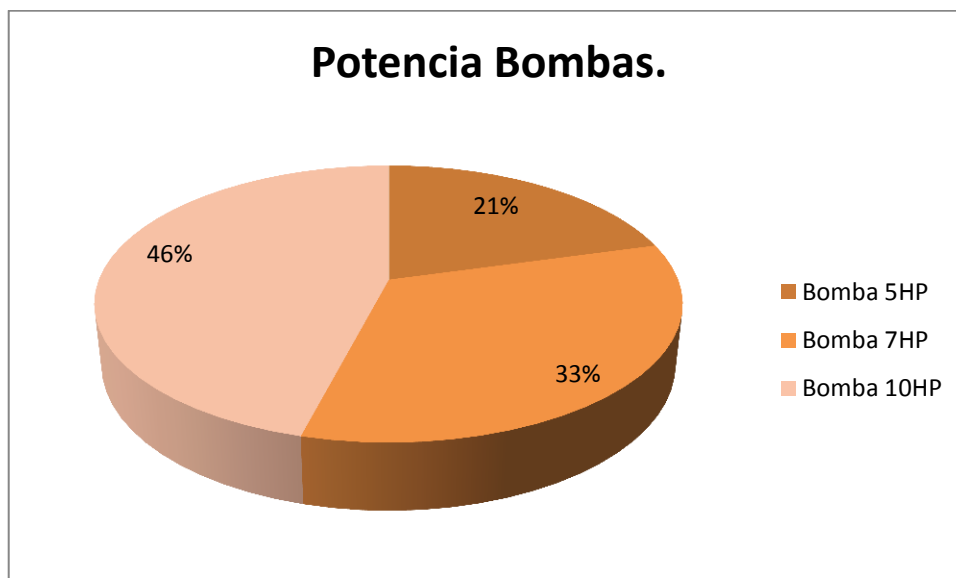


Gráfico N°4 Preferencia en potencia de bombas.

Elaborado por: Autor.

Fuente: Encuesta.

Análisis.- De un total de 111 encuestadas, 51 que corresponden al 46% afirman que utiliza bombas centrífugas de agua de potencia 10HP, 37 que corresponden al 33% dicen que utiliza bombas centrífugas de agua de potencia 7HP y 23 que corresponden al 21% utiliza bombas centrífugas de agua de potencia 5HP.

Interpretación.- Las bombas centrífugas de agua de 10HP de potencia, son las más utilizadas en los procesos de producción de las industrias textiles. La potencia va de acuerdo a la necesidad y tamaño de la empresa.

PREGUNTA No. 4: ¿Qué tipo de material prefiere para las bombas centrífugas de agua?

Tabla N° 13 : Material de preferencia

VARIABLES	RESPUESTAS	PORCENTAJE %
Acero Inoxidable	10	9
Hierro Fundido	101	91
TOTAL	111	100

Elaborado por: Autor.

Fuente: Encuesta.



Gráfico N°5 Material de preferencia.

Elaborado por: Autor.

Fuente : Encuesta

Análisis.- De un total de 111 encuestadas, 101 que corresponden al 91% afirman que prefieren bombas centrífugas de agua de hierro fundido, 10 que corresponden al 9% dicen que utiliza bombas centrífugas de agua de acero inoxidable.

Interpretación.- La mayoría de empresas textiles coincidieron en su preferencia por las bombas centrífugas de agua de hierro fundido, ya que son mucho más resistentes que los otros materiales.

PREGUNTA N° 5 ¿Al comprar una bomba centrífuga de agua que considera es lo más importante?

Tabla N° 14 Valoración de la compra

VARIABLES	RESPUESTAS	PORCENTAJE(%)
Calidad	80	72
Precio	20	18
Modelo	11	10
TOTAL	111	100

Elaborado por: Autor.
Fuente. Encuesta

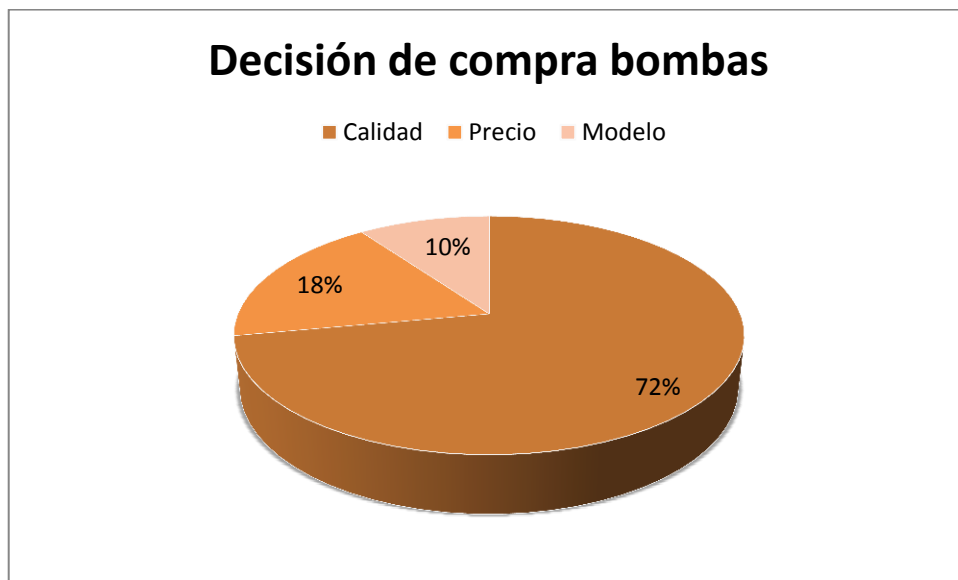


Gráfico N° 6 Valoración de compra.
Elaborado por: Autor
Fuente: Encuesta

Análisis.- De un total de 111 encuestadas, 80 que corresponden al 72% afirman que prefieren bombas centrífugas por su calidad, 20 que corresponden al 18% dicen que prefieren bombas centrífugas por su precio y 11 que corresponden al 10% afirman que prefieren bombas centrífugas de agua por su modelo.

Interpretación.- Al momento de comprar bombas centrífugas de agua, las empresas textiles consideran un factor importante la calidad de sus equipos, pues tiene una mayor durabilidad.

PREGUNTA No. 6: ¿Sabe usted, donde se adquieren las bombas centrífugas de agua?

Tabla N° 15 Dónde adquiere bombas centrífugas de agua?

VARIABLES	RESPUESTAS	PORCENTAJE(%)
Centros Ferreteros	11	10
Comercializadoras	20	18
Distribuidores	80	72
TOTAL	111	100

Elaborado por: Autor.
Fuente: Encuesta.

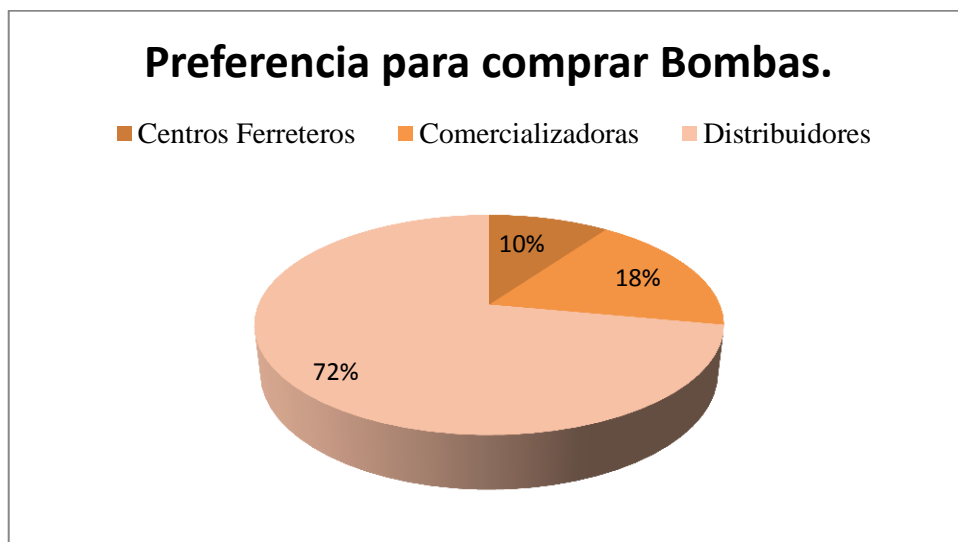


Gráfico N° 7 Preferencia bombas centrífugas de agua.
Elaborado por: Autor.
Fuente: Encuesta

Análisis.- De un total de 111 encuestadas, 80 que corresponden al 72% afirman que adquieren bombas centrífugas en distribuidores, 20 que corresponden al 18% dicen adquieren bombas centrífugas en comercializadores y 11 que corresponden al 10% afirman que adquieren en los centros ferreteros.

Interpretación.- Las compras de bombas centrífugas de agua las realizan en mayor cantidad en las distribuidoras, debida a que estos realizan atención profesional personalizada y respuesta inmediata ante cualquier inconveniente con el producto.

PREGUNTA No. 7: ¿Prefiere asesoría personalizada?

Tabla N° 16 Asesoría personalizada

VARIABLES	RESPUESTAS	PORCENTAJE(%)
SI	108	97
NO	3	3
TOTAL	111	100

Elaborado por: Autor.

Fuente: Encuesta.



Gráfico N° 8 Asesoría personalizada.

Elaborado por: Autor

Fuente: Encuesta

Análisis.- De un total de 111 encuestadas, el 97% prefiere una asesoría personalizada.

Interpretación.- La asesoría es muy importante a la hora de comprar equipos, por ello la mayor parte de los consumidores manifiesta su preferencia.

PREGUNTA No. 8: ¿Desea que los equipos se entreguen instalados?

Tabla N° 17 Equipos instalados

VARIABLES	RESPUESTAS	PORCENTAJE (%)
SI	111	
NO	0	
TOTAL	111	100%

Elaborado por: Autor.

Fuente: Encuesta.

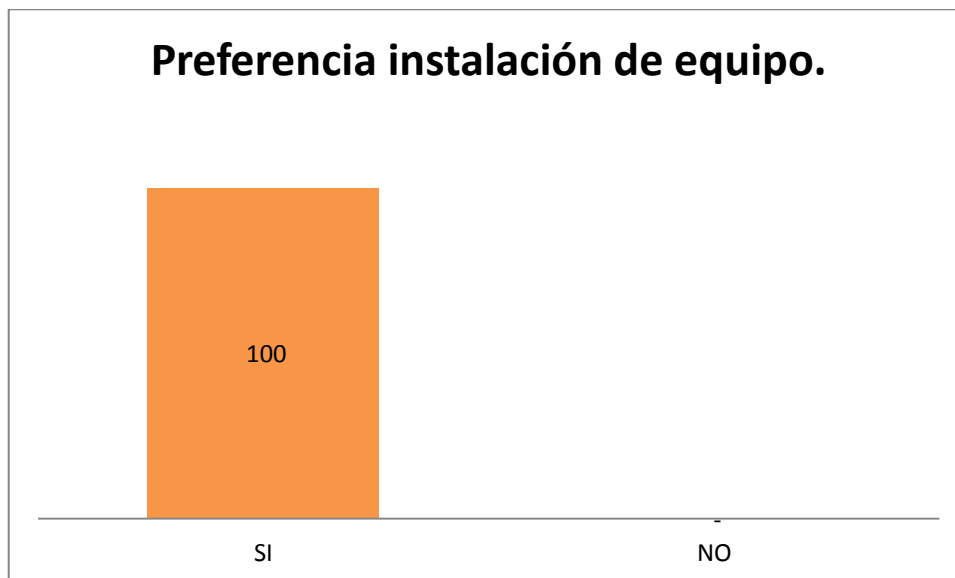


Gráfico N° 9 Equipos instalados.

Elaborado por: Autor

Fuente: Encuesta

Análisis.- De un total de 111 encuestadas, el 100% prefiere que la compra incluya instalación de equipos.

Interpretación.- Todos coinciden en que es mejor comprar los equipos y que estos sean instalados por los proveedores para evitar riesgos.

PREGUNTA No. 9: ¿Le gustaría tener servicio post venta?

Tabla N° 18 : Servicio Postventa

VARIABLES	RESPUESTAS	PORCENTAJE (%)
SI	108	97
NO	3	3
TOTAL	111	100

Elaborado por: Autor

Fuente: Encuesta



Gráfico N° 10 Servicio postventa.

Elaborado por: Autor

Fuente: Encuesta

Análisis.- De un total de 111 encuestadas, el 97% que corresponden a 108 encuestados prefieren el servicio de post venta, y el 3% que corresponden a 3 encuestados no lo prefieren.

Interpretación.- La post venta es muy importante para estar al día con productos nuevos y para evitar a tiempo los daños que pueden darse en los equipos.

PREGUNTA No. 10: ¿Preferiría empresas que presten servicio técnico?

Tabla N° 19: Servicio técnico

VARIABLES	RESPUESTAS	PORCENTAJE(%)
SI	111	100
NO	0	0

Elaborado por: Autor.

Fuente: Encuesta.



Gráfico N° 11 Servicio Técnico.

Elaborado por: Autor

Fuente: Encuesta.

Análisis.- De un total de 111 encuestadas, al 100% le gustaría que la empresa incluya el servicio técnico

Interpretación.- El servicio técnico es requerido por todas las empresas, pero unas pocas cuentan con técnicos propios que realizan el trabajo.

2.1.3 Necesidades que cubre

En ciertos lugares que carecen de baja presión para el acceso al agua potable en la industria, es necesario cubrir esta necesidad con el uso de bombas de agua centrífugas, existiendo al menos tres razones principales para el uso de las mismas:

La Comercializadora de Bombas Centrífugas de agua.

- Falta de durabilidad de las bombas manuales o tradicionales
- La escasez de repuestos de reemplazo
- El uso excesivo que produce averías frecuentes.
- Un gran volumen de agua para el llenado de máquinas.

Al cubrir esta necesidad de mercado se puede:

- Aumentar la capacidad en la industria de generar ganancias
- Ayudar a controlar la cantidad de agua proporcionada para cada actividad disminuyendo el uso y gasto en la misma.

El uso productivo del agua genera ingresos, permitiendo operar con rapidez en el proceso en cuanto a cumplir con el mantenimiento, costos de reemplazo de los sistemas, debido a que satisface mejor las necesidades de la comunidad industrial, reduce el conflicto relacionado con el acceso al agua, como también el daño a la infraestructura causado por usos ilegales o no planificados.

Las bombas son equipos necesarios para todo proceso productivo, aumentan la presión y caudal para cubrir la demanda al tener la cantidad necesaria en el momento justo y programado, esto evitará el retraso en los procesos programados según la capacidad instalada de toda industria, para no tener retrasos de turnos en tiempos programados.

(Aite, 2012)

2.2 Definición del producto o servicio

Especificación del servicio o producto.



Imagen N° 1: Bomba centrífuga de agua de 5HP de potencia.

Fuente: (Directindustry, 2015)

Tabla N° 20 Ficha Técnica Bomba 5HP

ATRIBUTOS	DETALLE
Diámetro entrada	2 pulgada
Garantía	1 año por defectos de fabricación
Tipo	Bombas centrifugas
Modelo	CP 680C
Características	Electrobomba Trifásica, 5,5 HP, 220 Voltios
	52 Metros - 450L/min
Material	Hierro
Diámetro salida	2 pulgadas
Norma técnica	Tolerancia de Curva certificada ISO 9906- Certificado de Calidad
	DNV Europa-Cidet Retie No. 04393
Uso	Electrobomba centrífuga apta para el manejo de agua limpia sin partículas abrasivas.
	Resiste hasta 80° temperatura Especial para el suministro de agua por impulso de tanques elevados, trasiego de agua de reservorios, recirculación de agua en sistemas de enfriamiento/calefacción, riego de cultivos y maquinarias textiles
Color	Azul
Material	Hierro

Elaborado por: Autor.

Fuente (Directindustry, 2015)



ImagenN°2 Bomba centrífuga de agua de 7HP de potencia.

Fuente: (Directindustry, 2015)

Tabla N° 21 Ficha técnica Bomba 7HP

ATRIBUTOS	DETALLE
Aislación:.	IP54
Alimentación:	380 VCA-50Hz
Altura Máxima:	32m.
Altura Máxima De Succión:	8 m.
Caudal Máximo:	1400 L/min - 84000 L/hora.
Motor:	7 HP - 5,5 kW.
Protector Térmico:	Si.
Temperatura Máx. Agua:	Agua: 60° C.
Usos:	Elevación y extracción de agua.
Velocidad En Vacío:	2900 min -1.
Color	Metal
Material	Hierro
Garantía	1 año por defectos de fabricación
Tipo	Bombas centrifugas
Modelo	CP 480C

Elaborado por: Autor.

Fuente: (Directindustry, 2015)



Imagen: N° 3 Bomba centrífuga de agua de 10HP de potencia.

Fuente: (Directindustry, 2015)

Tabla N° 22 Ficha técnica Bomba 10HP

ATRIBUTOS	DETALLE
Alimentación	380 VCA-50Hz
Altura Máxima	42m.
Altura Máxima De Succión	8 m.
Caudal Máximo	583 L/min - 35000 L/hora.
Motor	10 HP - 7,5 kW.
Protector Térmico	Si.
Temperatura Máx. Del Agua	Agua: 80° C.
Usos	Elevación y extracción de agua.
Velocidad Sin Carga	2900 min -1.
Admite	viscosidad y densidad 1
Partes internas	acero inoxidable
Garantía	1 año por defectos de fabricación
Color	Bombas centrifugas
Material	CP 480C
Garantía	1 año por defectos de fabricación
Tipo	Bombas centrifugas
Modelo	CP 630C

Elaborado por: Autor.

Fuente: (Directindustry, 2015)

Entre los tipos de aguas a bombear existen:

Aguas limpias: Son agua para el consumo doméstico, agua de mar o aguas tratadas con cloro, ozono u otros líquidos. Con ellas pueden utilizarse la mayoría de bombas de agua, incluyendo todas las bombas centrífugas, tanto de superficie como sumergibles.

Aguas sucias: Son las aguas residuales usadas domésticas y urbanas, y los residuos líquidos industriales o mineros eliminados, o las aguas que se mezclaron con las anteriores (aguas pluviales o naturales). .

El uso de una bomba de agua y su emplazamiento dependerá mucho del origen del agua.

Hay dos posibles tipos de instalaciones:

- Si la bomba se sitúa por encima del nivel del agua a bombear la instalación es por aspiración, teniendo en cuenta que las bombas de superficie tienen una aspiración máxima de hasta 9m, para alturas superiores, se debe utilizar una bomba sumergible.
- Si la bomba se encuentra en el mismo nivel o inferior que el agua a bombear su instalación es por carga.

2.2.1 Aspectos innovadores que proporciona.

La empresa tendrá como aspecto innovador el servicio de asesoramiento para indicarle al cliente cual es el tipo de bomba centrífuga que necesita. De esta manera se evitará el desperdicio de recursos económicos en una bomba que no le presenta beneficio alguno, además de la rapidez de entrega y a domicilio. Con la estructura de comercio de la empresa, se minimizan gastos administrativos y

operacionales que permitirán manejar precios bajos en relación con la competencia.

- La garantía efectiva contra defectos de fabricación permitirá a los clientes la posibilidad de cambiar el equipo por uno nuevo, y en casos menores el préstamo de un equipo de iguales características mientras se repara el averiado.
- El seguimiento constante de postventa también será un aspecto diferenciador que se proporcionará a los clientes, esto se llevará a cabo mediante un registro del producto, el cliente y el uso al que está sometido, para con esta información poder no solo preguntarle cómo le va con el producto, sino sugerir cualquier cambio o mantenimiento a tiempo. El contacto se lo llevará a cabo por medio de llamadas telefónicas y de visitas in situ.

2.2.2 Presentación del servicio o producto.

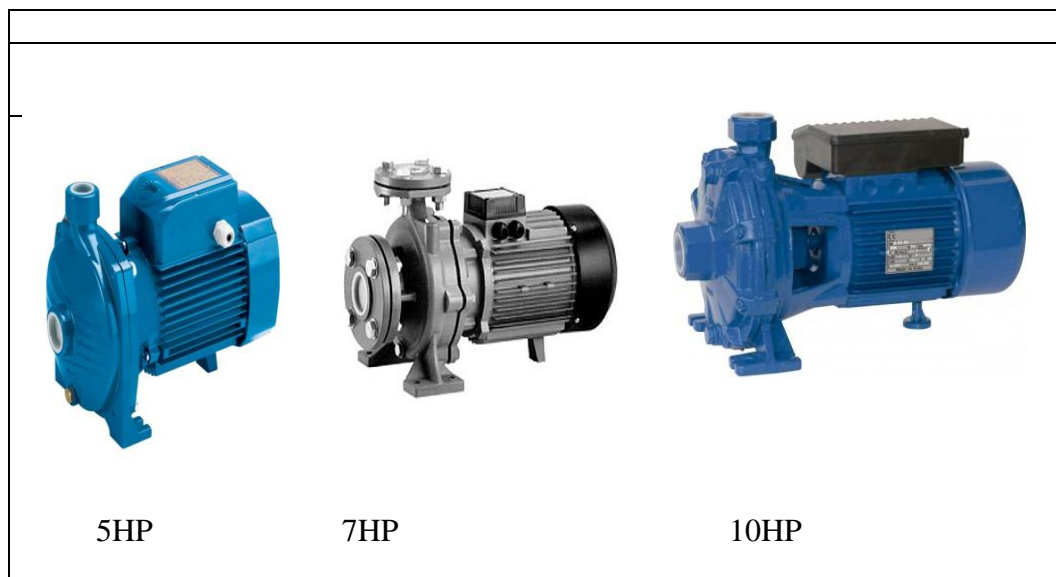


Imagen N°4: Modelos de bombas centrífugas de agua por potencia

Fuente: (Directindustry, 2015)

Elaborado por: Autor

El producto estará presentado en vitrina en la empresa y publicado en el internet con un teléfono de contacto, se dispondrá de folletos con información de las características de los equipos, los mismos que serán enviados a los clientes y posibles consumidores para mantenerles informados con los cambios y actualizaciones de los nuevos productos. Se llevarán a cabo cursos de presentación de los productos para que los clientes tengan mayor conocimiento de sus bondades y puedan tomar decisiones al momento de realizar una compra.

2.2.3 Precio del producto o servicio

Nuestra línea de productos se enfocará a tres modelos definidos que son los de mayor salida en el mercado.

Tabla N°23 Precio de equipo por modelo

ARTÍCULO	PVP c/u
BOMBAS,5HP	1.887,18
BOMBAS,7HP	3.032,47
BOMBAS,10HP	4.859,59

Elaborado por: Autor.
Fuente: Propia

Se investigó los precios que se manejan en el mercado, en bombas de agua por capacidad y son precios relativos en comercio y se diferencia por características como: Material internos acero inoxidable, soporte de temperatura, potencia .Con todas estas características se manejan precios competitivos.

2.2.4 Promoción y publicidad que se realizará.

Se darán descuentos a discreción entre el 2% y 3% si los productos vendidos superan las dos unidades el 2% , y el 3% si se compran de tres unidades en adelante ; esto en cuanto al periodo de un año.

Las bombas centrífugas serán publicitadas de manera directa al cliente por medio de folletos y manuales de uso. Se participará en eventos industriales como ferias y presentaciones afines. El uso de internet será una forma de publicitar los productos con la creación de una página web y la participación en redes sociales. Se registrará los diferentes correos electrónicos de todas las empresas que conforman el mercado objetivo, a las cuales se les enviará emails permanentemente con información pertinente al producto. Esta labor la realizará la Gerente general.

2.2.5 Sistema de distribución a utilizar.

El canal de distribución que se utilizará será la venta directa a los clientes.

Las ventajas son las siguientes:

- Se puede recibir la totalidad del precio de venta y evitarse pagar los márgenes de ganancia a los mayoristas y a los minoristas. Al recibir equipos de importadores directos nuestro margen de ganancia no se ve afectado.
- Tiene pocos problemas de transporte, nuestros proveedores directos nos entregarán los equipos en nuestras instalaciones, y de nuestra bodega partirá a los clientes finales.
- Al realizar la entrega personalizada se puede hablar con los clientes y descubrir lo que ellos piensan acerca de sus productos. Inclusive, ellos pueden sugerir algunas formas de mejorarlos además de conocer sus requerimientos para futuras propuestas.

2.2.6 Seguimiento de clientes

Se llevará una ficha o registro personal por cada uno de los clientes con datos de contacto y un historial de compra para conocer su comportamiento y necesidades en relación a la compra realizada, con lo que se podrá ofrecer permanentemente productos de última generación que se ajusten plenamente a sus requerimientos.

A continuación un formato para seguimiento a clientes:

Tabla N°24 Seguimiento a clientes

HOJA DE CONTROL SEGUIMIENTO A CLIENTES							
DÍA	MES	CLIENTE	MOTIVOS DE LA VISITA	ACCIÓN DE LA VISITA	SEGUIMIENTO TELEFONO/VISITA	RESULTADO	RESPUESTA
				Cotización			
				Demostración			
				Nuevos productos			
				Servicio técnico			
				Información			
				Asesoría			

Elaborado por: Autor.
Fuente: Propia

Se llamará al cliente dos semanas después de la compra para conocer si está satisfecho con el producto y el resultado obtenido. Se creará un cuestionario dirigido a los clientes para que sea llenado por internet y de esta manera valorar su grado de satisfacción con el producto y servicio. Esta herramienta será tabulada y analizada para realizar mejoras continuas.

Seguimiento activo de los clientes: contactándoles telefónicamente o con visitas personales mensuales para conocer si sus necesidades han cambiado y dándoles a conocer las novedades existentes de los productos y de la empresa.

Entre las ventajas que se logrará al hacer un correcto seguimiento a los clientes están:

- Conocer mejor sus necesidades, permitirá ofrecerles y conseguir más ventas a través de la comunicación constante sobre el funcionamiento y calidad del equipo.
- Fidelizar al cliente, estar en constante comunicación y visitas por seguimientos permitirá ser su primer opción de compra.

- Lograr que el cliente regrese, el buen servicio, precios y seguimiento hará que siga manteniéndose activo en sus compras futuras..
- Mantener en la mente del cliente la existencia de la empresa, entregaremos informes constantes de las revisiones, material publicitario y visitas realizadas.
- Informar sobre promociones que le pueden interesar y así conseguir más ventas. Se adicionará información respecto a los productos nuevos y de promoción a través de mail.

2.2.7 Especificación mercados alternativos.

Dado el caso de no cumplir con las metas de ventas en el mercado objetivo, se puede diversificar el producto dentro de otras ramas de la industria en las que se destacan:

- La Industria alimenticia.
- La Industria de cosméticos.
- La Industria farmacéutica
- La Industria agrícola o riego

2.3 Definición de la competencia

La competencia son todos los negocios que se dedican a la venta de bombas centrífugas de agua para las empresas industriales de la ciudad de Quito y el país. Ellos cuentan con un gran recorrido comercial, no existe un número amplio de empresas que comercializan estos equipos. En la ciudad de Quito las casas comerciales llegan a tener un portafolio extenso de ítems que le permite tener mayor rentabilidad.

2.3.1 Descripción de la competencia.

Estos negocios tienen una amplia gama de equipos y maquinarias a diferencia del proyecto planteado como: La venta bajo pedido y distribución específicamente de bombas centrífugas en modelos 5HP, 7HP y 10HP.

Usualmente la competencia vende su producto a toda la rama industrial y casera en todas sus marcas y modelos, sus precios van de acuerdo a los plazos de pago acordados, los descuentos de acuerdo a la cantidad de bombas demandadas por el cliente. Sus productos son comercializados en los locales por personas conocedoras de la materia o vendidas por la web y visitas bajo previa cita, sus costos son más altos porque sus entregas son realizadas por empresas dedicadas a la logística de repartición lo que genera cargos y costos al equipo final.

Tabla N° 25 Precios de la competencia

ATÍCULO	LA LLAVE S.A	MAQUINARIAS HERIQUES C.A	DISMACON COBRE CIA. LTDA
BOMBAS,5HP	2.100,43	2.800,00	2.300,25
BOMBAS,7HP	3.220,00	3.900,00	3.390,00
BOMBAS,10HP	4.950,89	5.600,00	4.989,76

Elaborado por: Autor.

Fuente: Propia

Las empresas que se dedican a este negocio se maneja en precios similares relacionados con la capacidad, procedencia y especificación técnica de las bombas, la diferencia en los valores es por, logística e inventario que se carga al costo final .

Muchas de las empresas competidoras destinan un rubro para el tema publicitario e imagen.

Entre la competencia identificada de mayor participación en el mercado están:

La Llave, empresa con presencia en varios países latinoamericanos, que vende equipos industriales, entre esos las bombas de agua centrífugas al sector industrial en general. La oficina principal está ubicada en Guayaquil y tiene sucursales en Quito y en Cuenca. En Quito se ubica en la Av. Amazonas y Av. El Inca. Mantiene diferentes políticas de precios de acuerdo a los términos del contrato de venta. Se publicitan en internet y sus clientes los visitan. Sus ventas son directas.



Imagen N° 5 : La Llave

Maquinarias Henriques C.A., distribuidores de las mejores y más prestigiosas marcas a nivel mundial de suministros para industrias y talleres. La fuerza de venta está en todo el territorio nacional, Los ingenieros mecánicos, eléctricos e industriales son entrenados y constantemente actualizados por los proveedores, por lo que cuentan con amplia experiencia en proyectos especiales y en aplicaciones de rutina, siempre dispuestos a resolver problemas. Tiene diferentes políticas de precios de acuerdo a los términos del contrato de venta. Se publicitan en internet y visitas técnicas. Sus ventas son directas.



Imagen: N° 6 : Maquinarias Enriques

Dismaconcobre Cia. Ltda., una empresa del mercado hidrosanitario y bombas para varios usos. Entre los productos más importantes están las tuberías en cobre, bronce, acero, PVC, bombas de agua y accesorios en todos estos materiales; bombas hidroneumáticas, calefones, calentadores, material eléctrico y afines, tanto nacionales como importadas. Dismaconcobre Cia. Ltda provee, de manera altamente eficiente, al mercado de Quito, así como también a buena parte de la región Sierra del país. Tiene diferentes políticas de precios de acuerdo a los términos del contrato de venta. Se publicitan en internet. Sus ventas son realizadas en sus locales y el cliente debe acercarse directamente.



Imagen N° 7 Dismaconcobre Cia. Ltda.

2.3.2 Puntos fuertes y débiles de la competencia comparados con el proyecto propuesto.

Uno de los puntos fuertes de la empresa, es el conocimiento del mercado por parte de la emprendedora, quien trabaja varios años con esta línea de negocio en venta, y es precisamente la relación con los clientes la principal motivación para emprender con su propia empresa.

Tabla N° 26 Análisis de la competencia.

Competidores	Servicios que ofrecen	Fortalezas	Debilidades
LA LLAVE S.A	Ofrecen varios tipos marcas , bombas en varias capacidad modelos ,además ofrece servicio técnico	Experiencia reconocida en el mercado, multiplicidad de servicios, publicidad agresiva, importadores directos	No poseer fuerza de ventas externa Sus ventas las realizan por visita del cliente a su local
MAQUINARIAS HENRIQUES C.A	Ofrece varios modelos de bombas en capacidad y marcas específicas, además de accesorios y otros equipos adicionales para la instalación	Tienen un equipo de ventas con conocimiento en la parte técnica en todos sus Ítems, visita y salida campo varios sucursales.	No cuentan con stock suficiente para abastecimiento, importan sobre pedido y sus costos son muy elevados.
DISMACON-COBRE CIA. LTDA	Ofrecen bombas de agua centrífuga de varias capacidad, accesorios y tuberías motores para la industria	Gran inventario de varios artículos	Personal con poca experiencia, no posee fuerza de venta externa.
CENTRYBOMBA	Bombas centrífugas de 5,7,10 hp, enfoque específico industria textil	Conocimiento de esta industria , técnico calificado para asesoría al cliente	Poco capital de inversión, bajo inventario, no tener más ítems de venta.

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia.

La competencia en general trabaja con stock, lo que se le podría considerar una ventaja. En este proyecto se trabajará bajo pedido debido ya que existe un compromiso de los proveedores para soporte técnico, información técnica actualizada y entrega del producto en un término de 24 horas para direccionarle al cliente. Esto lógicamente ahorra a la empresa en gastos de bodega e inversión para stock.

Se establece una participación del mercado con los siguientes datos:

Tabla N° 27 Participación de mercado

EMPRESA	PARTICIPACIÓN
La Llave S.A	23%
Maquinarias Herinques C.A	25%
Dismaconcobre Cia. Ltda	15%
Proyecto Mirna	22%
Otros	15%
TOTAL	100%

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

2.4 Costos del producto.

Los costos se determinan en base al valor de compra, más el costo directo e indirecto que se refleja en este proyecto.

Considerar que los costos variables varían según nuestras ventas.

2.4.1 Determinación de Cotos variables.

Tabla N° 28 Costos variables

COSTOS DE VENTAS VARIABLES	FRECUENCIA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos y Salarios ventas	Mensual	2.290,16	27.481,94
Caja chica / movilización	Mensual	240,00	2.880,00
Material publicitario	Anual	100,00	100,00
Página web	Una vez	800,00	800,00
Renovación licencia página	Anual	60,00	60,00
Participación feria anual	Anual	800,00	800,00
Seminario personal	Semestral	100,00	100,00
Protección de seguridad para personal	Semestral	100,00	100,00
TOTAL COSTOS DE VENTAS		4.490,16	32.321,94

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

2.4.2 Determinación de Costos Fijos.

Tabla N° 29 Costos fijos

GASTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS	FRECUENCIA	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos y Salarios	Mensual	1.424,87	17.098,46
Arriendo	Mensual	400,00	4.800,00
Servicios Básicos	Mensual	150,00	1.800,00
Depreciación	Mensual	433,20	5.198,40
Permisos de funcionamiento	Anual	365,51	377,86
Suministros de oficina	Mensual	50,00	600,00
Servicios Contables	Mensual	250,00	3.000,00
Servicio de Seguridad	Mensual	30,00	360,00
TOTAL COSTOS ADMINISTRATIVOS		3.103,58	33.234,72

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

2.4.3 Determinación de costo total del producto o servicio.

Tabla N°30 Costos total

	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	3.103,58	33.234,72
TOTAL COSTOS DE VENTAS	4.490,16	32.321,94
TOTAL	7.593,74	65.556,66

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

CAPÍTULO III

ÁREA DE PRODUCCIÓN

3.1 Descripción del proceso

El proyecto está definido para comercializar bombas centrífugas de agua, nuestro proceso será comprar a importadores directos y representante de marcas específicas, para poderlas comercializar

3.1.1 Descripción de proceso de comercialización de bombas centrífugas de agua.

El proceso de venta en la empresa es el siguiente:

En el punto de venta:

- Se hace contacto con el posible cliente y se fija una cita.
- La persona encargada de la venta visita al cliente.
- Se realiza la asesoría al cliente y se le indica las características de la bomba que satisfacen sus necesidades.
- Se pide cotización de la bomba a los proveedores.
- Se cotiza al cliente la bomba requerida.
- El cliente realiza el pedido con el 50% del valor del producto.
- Confirmado el depósito, se solicita el producto al proveedor.
- Se recibe la bomba en la empresa para la respectiva revisión del equipo.
- Se genera la factura
- Se despacha el producto.

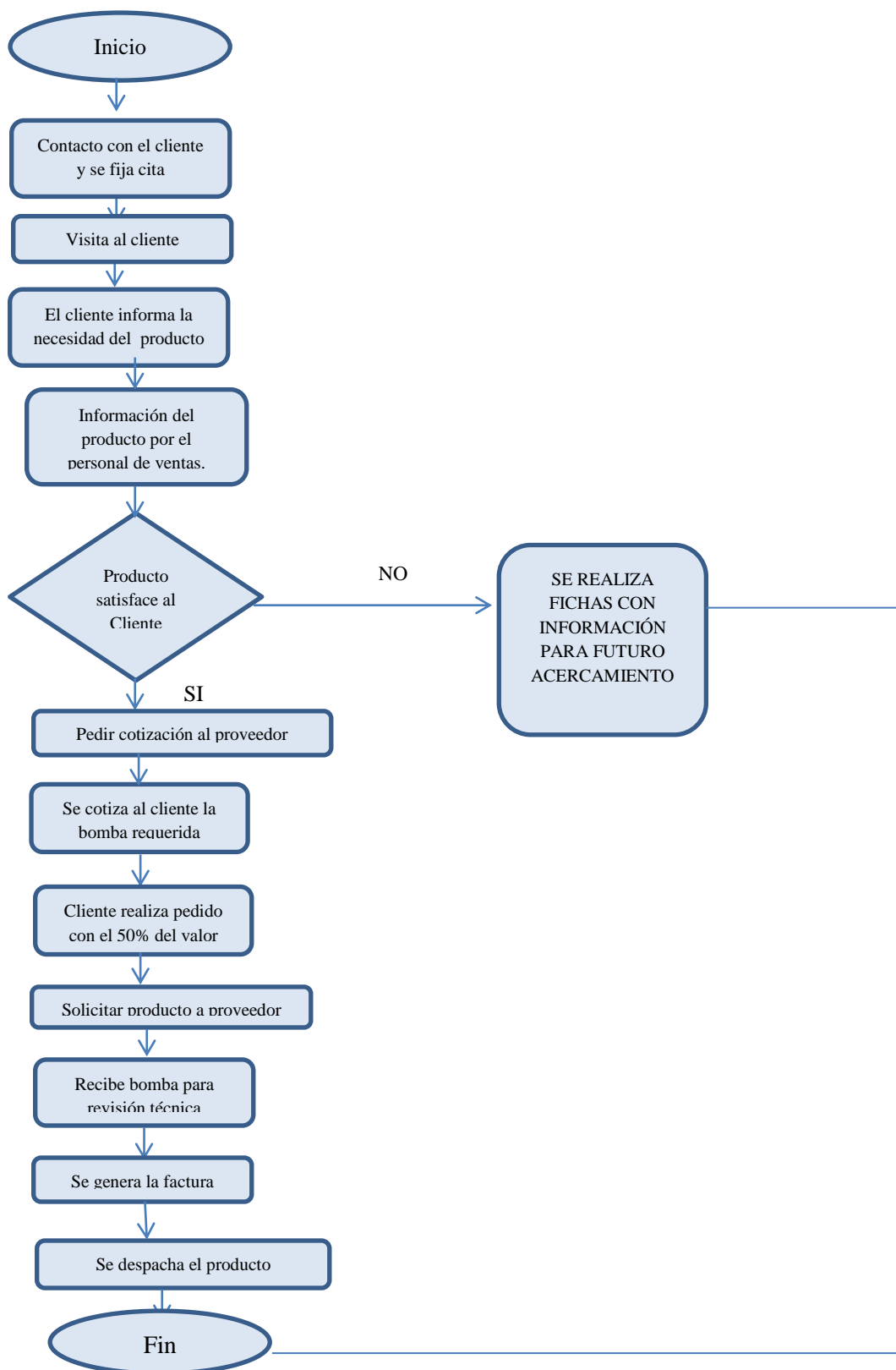


Gráfico N°12 Flujograma

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

3.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Instalaciones

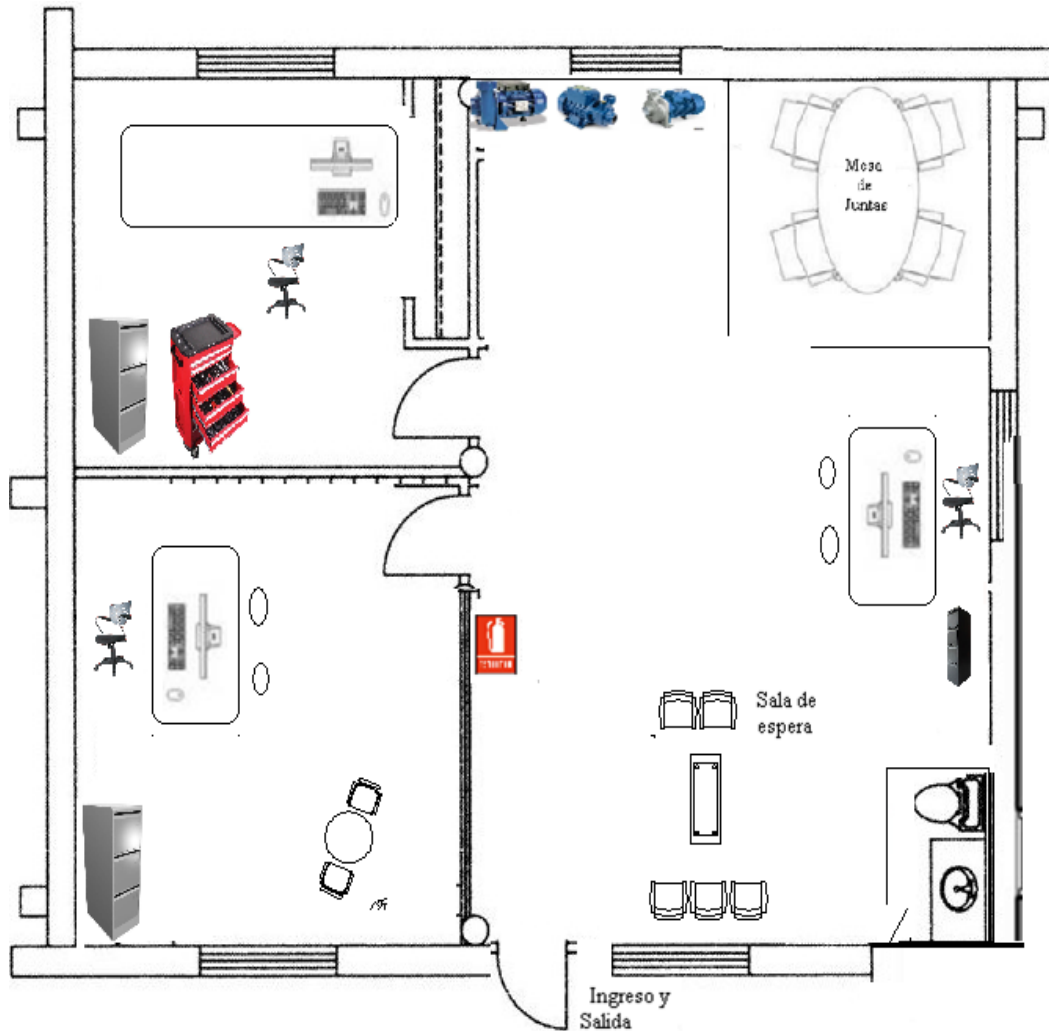


Gráfico N°13 Instalaciones de la oficina

Elaborado por: Autor
Fuente: Propia

El espacio es funcional, cuenta con una persona, un técnico, la gerencia y secretaria, la sala de reuniones para que se realicen las juntas de trabajo.

3.1.3 Tecnología a aplicar.

Al aplicar la tecnología en los procesos administrativo se contará con un sistema informático de contabilidad llamado SIIGO, el cual permite administrar los procedimientos contables y financieros: procesos de facturación y cobro, decisiones de inversión y financiamiento.

3.1.4 La tecnología en el servicio y en la comercialización.

El área encargada de la comercialización y servicio al cliente desarrollará las siguientes actividades:

- Conocer y monitorear las necesidades de los clientes.
- Evaluar las formas de distribución y venta de los productos.
- Conocer y monitorear la calidad en el servicio al cliente.
- Comunicar al resto del negocio lo que está ocurriendo en el mercado

3.2 Factores que afectan el plan de operaciones de la comercializadora de bombas centrífugas de agua.

El inventario es uno de los factores que influyen en la operación de la comercialización de bombas, al tener inventario mínimo las bombas tendrán que ser solicitadas al proveedor y entregadas al cliente en 48 horas, esto se realiza bajo las carta de compromisos de los proveedores de cumplir con las entregas.

3.2.1 Nivel de inventario promedio.

En esta empresa se manejará inventarios muy reducidos, debido a que los equipos serán pedidos en cuanto se realice la venta para su entrega inmediata y sólo se tendrá en inventario una bomba de cada capacidad. Se debe tomar en cuenta que los proveedores firmarán contratos de compromiso para la provisión de equipos en cuanto la empresa lo requiera.

En esta línea de negocio la mayoría de casas comerciales trabajan bajo las políticas de bajo inventario para no amortizar el capital.

Inventario de suministro de oficina.

Tabla N° 31 Inventario

ÚTILES	UNIDADES
RESMAS DE PAPEL	2
CAJA ESFEROGRÁFICO	1
CAJA CLIPS	2
CAJA GRAPAS	1
CARPETAS CARTON	5
TINTAS PARA IMPRESORA	1
ÚTILES ASEO	2

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

3.2.2 Número de trabajadores.

El número de trabajadores directos son cuatro, quienes laborarán de manera permanente, dos de ellos impulsarán la comercialización de los productos.

Tabla N° 32 Tabla de funciones

CARGO	HORAS	PERSONAL	FUNCIONES
GERENTE GENERAL	40 HORAS	1	Representa a la empresa
			Lidera la gestión y planeación estratégica
			Administra , controla y dirige las ventas
			Recuperación de cartera
			Control general
TÉCNICO	40 HORAS	1	Maneja el inventario
			Realiza control de calidad
			Asesoría técnica
			Mantenimiento e instalación del equipo
			Entrega de equipos
VENDEDOR	40 HORA	1	Hace contacto con el cliente
			Realiza la visita
			Asesoría técnica
			Presenta la oferta
			Realiza el seguimiento a clientes
SECRETARIA	40 HORAS	1	Concluye con el pedido a Secretaria
			Atención al cliente en oficinas
			Atiende el teléfono
			Solicita cotización
			Realiza cotización
			Facturación
			A cargo de publicidad
			Registro de asistencia

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

3.3 CAPACIDAD DE VENTAS

La capacidad e ventas se realizarán bajo pedido, se contará con un vendedor quién realiza las ventas directas con el cliente, las ventas realizadas se cumplirán con la proyección mensual de 6 unidades 2 por cada capacidad de potencia (5hp, 7hp, 10hp)

3.3.1 Capacidad de ventas futuras.

En el futuro de la empresa podrá crecer en ventas de acuerdo a como proyecta la demanda, la publicidad, buen servicio a los clientes y su referencia para abarcar otros sectores industriales.

Tabla N° 33 Ventas futuras

ARTÍCULO	CAN. MESN.	CAN. ANUAL	COSTOS FINAL	MENSUAL	1 AÑO
BOMBAS,5HP	3	36	1.451,68	5.661,53	67.938,42
BOMBAS,7HP	3	36	2.332,67	9.097,41	109.168,96
BOMBAS,10HP	2	24	3.738,15	9.719,18	116.630,18
TOTAL	8	96	7.522,49	24.478,13	293.737,55
ARTÍCULO	CAN. MESN.	CAN. ANUAL	PRECIO DE VTA	MENSUAL	Año 2
BOMBAS,5HP	4	48	1.950,96	7.803,86	93.646,32
BOMBAS,7HP	4	48	3.134,97	12.539,87	150.478,49
BOMBAS,10HP	3	36	5.023,85	15.071,54	180.858,42
TOTAL	11	132	10.109,78	35.415,27	424.983,22
ARTÍCULO	CAN. MESN.	CAN. ANUAL	PRECIO DE VTA	MENSUAL	Año 3
BOMBAS,5HP	5	60	2.016,91	10.084,54	121.014,45
BOMBAS,7HP	5	60	3.134,97	15.674,84	188.098,11
BOMBAS,10HP	4	48	5.023,85	20.095,38	241.144,56
TOTAL	14	168	10.175,72	45.854,76	550.257,12
ARTÍCULO	CAN. MESN.	CAN. ANUAL	PRECIO DE VTA	MENSUALES	Año 4
BOMBAS,5HP	5	60	2.085,08	10.425,39	125.104,74
BOMBAS,7HP	5	60	3.240,93	16.204,65	194.455,83
BOMBAS,10HP	5	60	5.193,65	25.968,25	311.619,06
TOTAL	15	180	10.519,66	52.598,30	631.179,63
ARTÍCULO	CAN. MESN.	CAN. ANUAL	PRECIO DE VTA	MENSUALES	Año 5
BOMBAS,5HP	6	72	2.155,55	12.933,33	155.199,94
BOMBAS,7HP	6	72	3.350,47	20.102,84	241.234,12
BOMBAS,10HP	5	60	5.369,20	26.845,98	322.151,78
TOTAL	17	204	10.875,22	59.882,15	718.585,84

Elaborado por: Autor
Fuente: Propia

Punto de equilibrio

$$\text{Punto_de_Equilibrio} = \frac{\text{CostosFijos}}{\text{Precio} - \text{CostosVariables}}$$

GRÁFICO PUNTO DE EQUILIBRIO (CÁLCULO MENSUAL)		
PRECIO DE VENTA/3	9.779,24	3.259,75
COSTOS FIJOS MENSUALES	4.056,98	
COSTOS VARIABLES MENSUALES	3.536,76	442,09
UNIDADES VENDIDAS MENSUALMENTE	8	
COSTO TOAL	7.593,74	

Del punto de equilibrio tomamos el precio unitario, costo fijo costo variable las unidades mensuales que se venderán y el costo promedio.

(Ver anexo del gráfico).

Tabla N° 34 Punto de equilibrio mensual

PRECIO DE VENTA/3	9.779,24	3.259,75				
COSTOS FIJOS	4.056,98					
COSTOS VARIABLES	3.536,76	442,09				
UNIDADES VENDIDAS	8					
COSTO TOAL	7.593,74					
MESES	UNIDADES	VENTAS	COSTOS	COSTO	COSTOS	MARGEN
	VENTAS	NETAS	FIJOS	VARIABLES	TOTALES	UTILIDAD
1	1	3.259,75	4.056,98	442,09	4.499,08	(1.239,33)
2	2	6.519,49	4.056,98	884,19	4.941,17	1.578,32
3	3	9.779,24	4.056,98	1.326,28	5.383,27	4.395,97
4	4	13.038,99	4.056,98	1.768,38	5.825,36	7.213,62
5	5	16.298,73	4.056,98	2.210,47	6.267,46	10.031,28
6	6	19.558,48	4.056,98	2.652,57	6.709,55	12.848,93
7	7	22.818,23	4.056,98	3.094,66	7.151,65	15.666,58
8	8	26.077,97	4.056,98	3.536,76	7.593,74	18.484,23
9	9	29.337,72	4.056,98	3.978,85	8.035,84	21.301,88
10	10	32.597,47	4.056,98	4.420,95	8.477,93	24.119,53
11	11	35.857,21	4.056,98	4.863,04	8.920,03	26.937,19
12	12	39.116,96	4.056,98	5.305,14	9.362,12	29.754,84

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

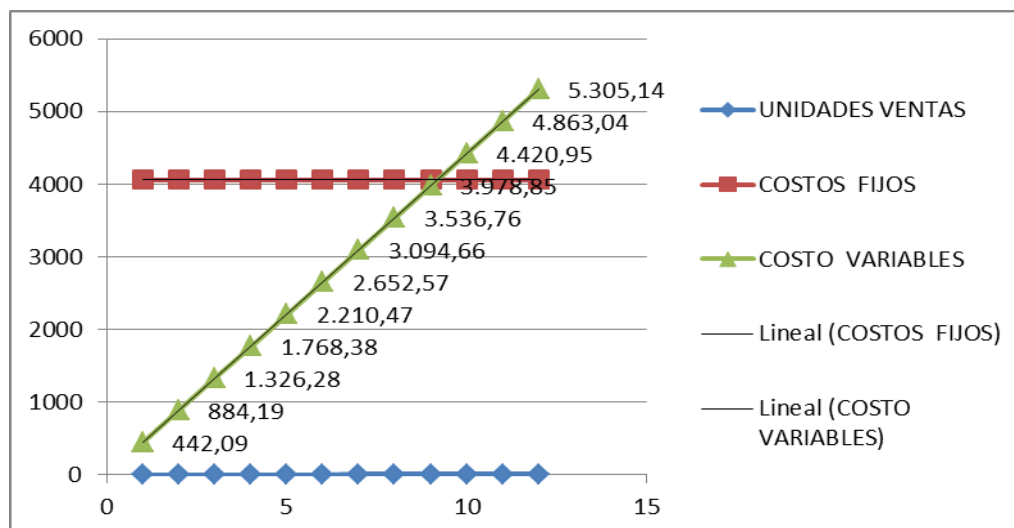


Gráfico N° 14 Punto de equilibrio
 Elaborado por: Autor
 Fuente: Propia

3.4 Definición de materias primas

Los equipos son importados, las materiales que influyen en el producto son su costo total.

3.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

No se realiza transformación de materia prima, las bombas son importadas.

3.5 Calidad

La calidad del equipo está garantizada 100% por el proveedor quien nos garantiza la calidad y la funcionalidad del equipo.

3.5.1 Método de Control de Calidad.

El control de calidad por parte de la empresa no se limita a la inspección visual, el personal del departamento técnico revisa su funcionamiento una vez que el

proveedor entrega el producto, evitando de esta manera que se expendan equipos defectuosos, también va enfocado a los procesos del área de ventas en todas sus actividades y organización: desde el pedido del producto, la garantía posventa, los subcontratistas y el resto de actividades auxiliares o de soporte, como la contabilidad o la administración del personal, permitiendo una gestión de calidad general.

Tabla N° 35 Hoja de control de calidad

HOJA DE CONTROL DE CALIDAD				N°
FACTURA#:		FECHA:		
PROVEEDOR:		REVISADO POR:		
ÍTEM	REVISION CONTROL DE CALIDAD	SI	NO	OBSERVACIONES
1	EMPAQUES /ENVOLTURA GENERAL			
2	ACCESORIOS FUERA DE LUGAR			
3	LÍQUIDOS O HUMEDAD			
4	DEMARRE DE GRASA			
5	LIMPIEZA /HUMEDAD EXTERNA			
6	DAÑOS EN LA PINTURA			
7	PARTES ELÉCTRICAS			
8	REVISAR DIAMETRO ENTRADA Y SALIDA			
9	GOLPES GENERAL			
10	ACCESORIOS ELÉCTRICOS			
11	MANUAL			
12	VELOCIDAD DE MOTOR			
13	VELOCIDAD DE MOTOR			
14	NIVELACIÓN DE LA BASE			
15	PRUBA ANTES DE ENTREGAR			

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

3.6 Normativas y permisos que afectan su instalación.

Las normativas y permisos necesarios se aplicarán según la Ley .Todos se tendrá que cumplir a largo para la puesta en marcha del negocio.

3.6.1 Seguridad e higiene ocupacional

La normatividad relacionada con salud ocupacional a aplicarse está en concordancia con las leyes y reglamentos emitidos por el Ministerio de Trabajo y de Salud; como en el caso de los productos que se van a comercializar en la unidad de negocios propuesta, no genera materiales, líquidos o gases contaminantes al ambiente que afecten a la salud de los compradores o proveedores no será necesario normas relacionadas a estos aspectos, sin embargo se cumplirá la normatividad emitida por la Dirección de Salud del Distrito Metropolitano de Quito; y que en sus aspectos principales dispone lo siguiente:

(Ministerio de trabajo, 2015)

Orden y limpieza

1. Realizar el trabajo prestando la mayor atención, pues la distracción es una de las principales causas de accidentes.
2. Se prohíbe estrictamente la introducción, tenencia e ingerir bebidas alcohólicas en el almacén. Así como la tenencia, consumo o estar bajo influencia de drogas o sustancias estupefacientes o psicotrópicas.
3. Limpiar el área de trabajo. (Ministerio de trabajo, 2015)

Orden y limpieza en el sitio de trabajo

1. Fomentar en todos los trabajadores el aseo del sitio de trabajo.
2. Se deben usar los recipientes adecuados para los desperdicios.
3. Elimine los obstáculos del área de trabajo para evitar el riesgo de tropezar y estrellarse contra los alrededores. (Ministerio de trabajo, 2015)

Evitar accidentes

1. Mantener cada cosa en su lugar.
2. Almacenar los productos en forma adecuada y ordenada en condiciones que garanticen su estabilidad.
4. Si se derrama algo, séquelo y si se le cae, levántelo. (Ministerio de trabajo, 2015)

Primeros auxilios.

Siempre que existan accidentes, por más pequeña que ésta sea, debe asistir al Servicio Médico y recibir primeros auxilios. (Ministerio de trabajo, 2015)

Prevención de incendios

1. Es necesario poseer un extinguidor contra incendios.
 2. No poner obstáculos que impidan el acceso a las mangueras y extinguidores.
 3. No se debe colgar de nuevo en el gancho un extintor de incendios que haya sido usado antes.
 4. Se prohíbe la obstrucción de las salidas de escape para casos de incendios.
- (Bomberos Quito, 2015)

CAPÍTULO IV

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1 Análisis estratégico y definición de objetivos

4.1.1 Visión de la Empresa.

Llegar a ser en el año 2021 un negocio dirigente en la dotación de bombas de centrifugas de agua en el mercado industrial nacional, a través de diferentes marcas, continuando con un servicio personalizado y tecnología de punta acorde a los patrones internacionales.

4.1.2 Misión de la Empresa.

Comercializar bombas de agua centrífugas de alta calidad en el mercado, además de brindar soluciones integrales a toda la zona industrial textil de la ciudad de Quito, llevando los últimos adelantos enfocados a la preservación del ambiente y teniendo como ideología el mejoramiento continuo a través de equipos mejorados y buscando siempre la excelencia de nuestros servicios de bombas centrifugas de agua para mejorar la productividad de las empresas del sector textil.

Valores Corporativos

- **Ética.**- En la venta de los equipos tanto en materiales como precios.

- Calidad.- En la atención al cliente y en los productos.
- Trabajo en equipo.- El personal de la empresa trabajará en equipo para satisfacer las necesidades de los clientes.
- Honradez.- En los precios y calidades de los artículos que se vendan.
- Fidelidad.- La empresa será leal a los proveedores que ofrezcan productos .

4.1.3 Análisis FODA

Tabla N° 36 Matriz de Impacto:

MATRIZ DE IMPACTO	FORTALEZAS: RECURSOS HUMANOS CALIFICADOS. CONOCIMIENTO PROFUNDO SOBRE INSTALACIÓN DE BOMBAS CENTRIFUGAS PARA EL SECTOR TEXTIL	DEBILIDADES: ESTRUCTURA OPERATIVA LIMITADA. NO EXISTE PRESENCIA A NIVEL NACIONAL
OPORTUNIDADES: MERCADO NO ATENDIDO, SECTOR TEXTIL. LOS POTENCIALES CONSUMIDORES NO RECIBEN ASESORÍA EN SITIO PARA COMPRAR BOMBAS.	<u>ESTRATEGIAS FO:</u> DIFUNDIR MEDIANTE REUNIONES CON LOS POTENCIALES CONSUMIDORES EL CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA TÉCNICA	<u>ESTRATEGIAS DO :</u> BRINDAR UN SERVICIO DE ECXELENCIA PARA CAPTAR UNA PARTICIPACIÓN DE MERCADO EN PICHINCHA .PARA AVANZAR A NIVEL NACIONAL
AMENAZAS: SURGIMIENTO EN EL MERCADO DE OTRAS PROPUESTAS SEMEJANTES.	<u>ESTRATEGIAS FA:</u> DIFUNDIR MEDIANTE REUNIONES CON LOS POTENCIALES CONSUMIDORES EL CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA TÉCNICA ACTUALIZACIÓN PERMANENTE SOBRE CAMBIOS EN NORMAS DE CONTROL.	<u>ESTRATEGIAS: DA</u> MAXIMIZAR LA GESTIÓN DE PROCESOS. BRINDAR UN SERVICIO DE EXELENCIA,GENERAR FIDELIDAD.
CAMBIOS DE REGULACIONES DE LOS ENTES DE CONTROL PARA IMPORTAR EQUIPOS.		

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

4.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA “CENTRY BOMBA”

Organigrama Estructural.

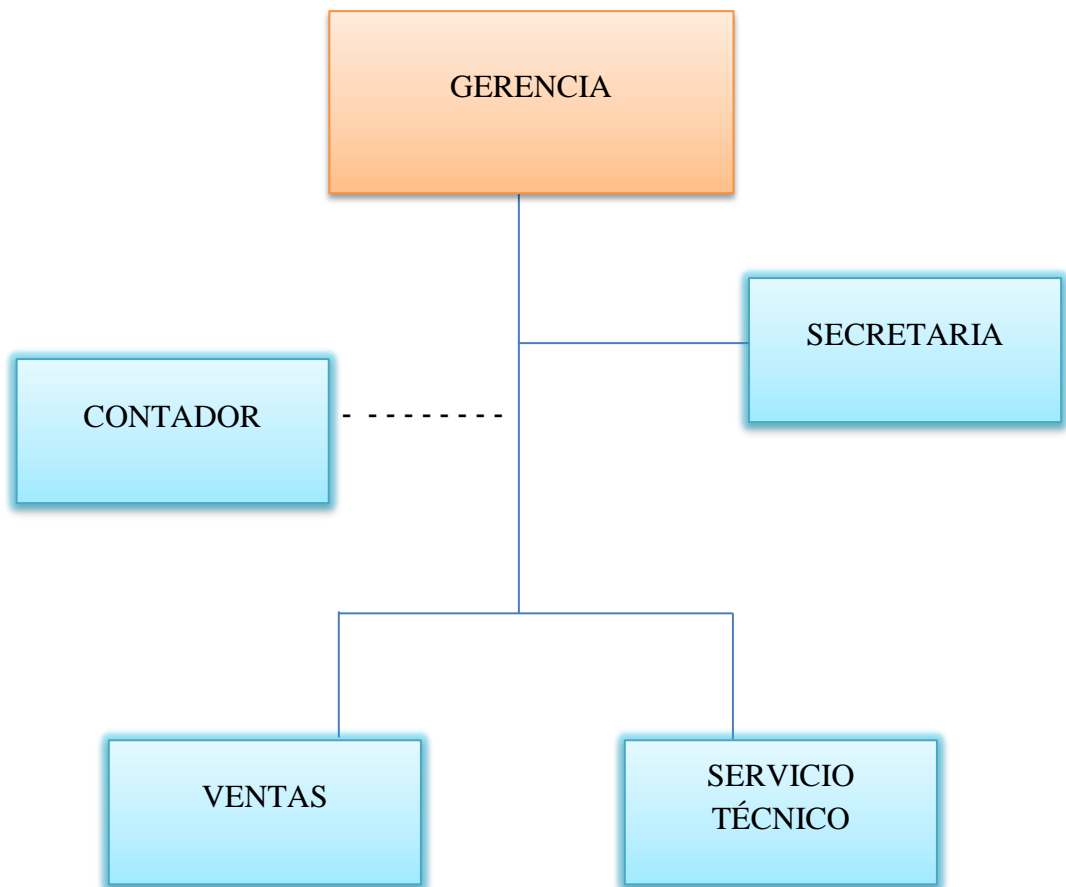


Gráfico N° 15 Organigrama estructural

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

Organigrama funcional

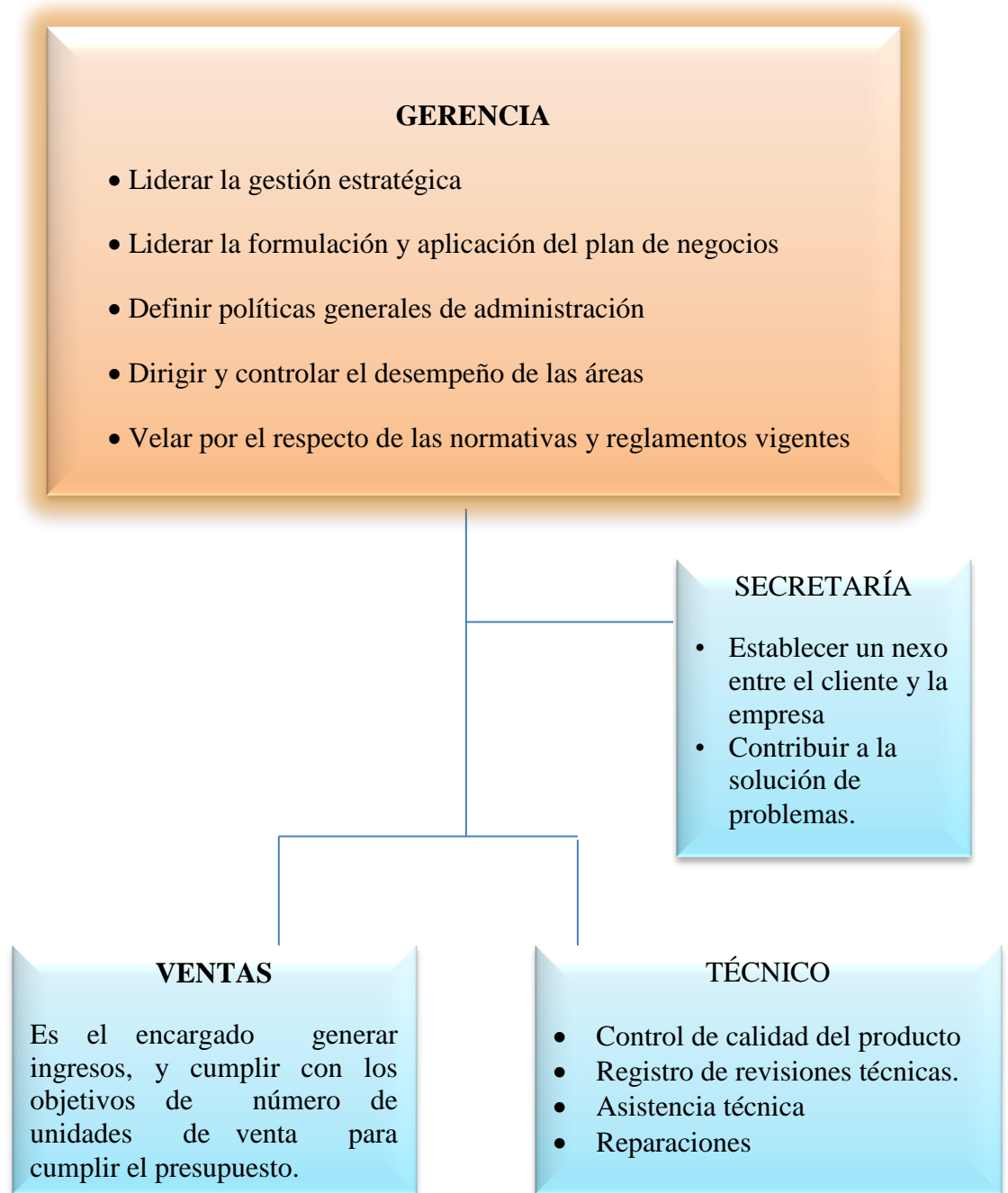


Gráfico N° 16 Organigrama Funcional

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

4.2.2 Descripción del organigrama

Tabla N° 38 Funciones del gerente

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Gerente General
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Propietario
SUPERVISA A	Todas la áreas de la empresa
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Tendrá responsabilidad a los departamentos bajo su supervisión y mantener un alto conocimiento del mercado y evaluar las tendencias de los factores externos a la organización que puedan incidir en sus planes y metas de ventas. Atención al cliente y manejo de archivo de la empresa	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Liderar la gestión estratégica. • Liderar la formulación y aplicación del plan de negocios. • Definir políticas generales de administración. • Dirigir y controlar el desempeño de las áreas. • Ser el representante de la empresa • Velar por el respecto de las normativas y reglamentos vigentes 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Administrador de empresas
EXPERIENCIA	2 años
HABILIDADES	Liderazgo, trabajo en equipo, cumplimiento de objetivos, manejo de computadores.
FORMACIÓN	Graduado Preferentemente con Maestría en Administración de Empresas.

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

Tabla N° 39 Funciones de la secretaria

I. INFORMACIÓN BÁSICA	
PUESTO	Secretaria
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente
SUPERVISA A	
II NATURALEZA DEL PUESTO	
Atención al cliente y manejo de archivo de la empresa.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Atención y seguimiento a los clientes. • Atención a llamadas y correo electrónico. • Manejo de archivo. • Asistencia a la gerencia. • Verificar que las facturas recibidas en el departamento contengan correctamente los datos fiscales de la empresa que cumplan con las formalidades requeridas. • Registrar las facturas recibidas de los proveedores, a través del sistema computarizado administrativo para mantener actualizadas las cuentas por pagar. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TÍTULO PROFESIONAL	Secretaria ejecutiva
EXPERIENCIA	1 años
HABILIDADES	Liderazgo, trabajo en equipo, cumplimiento de objetivos, orden, manejo de archivo y manejo de computadoras, contabilidad básica.
FORMACIÓN	Secretaria ejecutiva.

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

Tabla N° 40 Funciones del vendedor.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Vendedor
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Planeación de ventas en su territorio.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer un nexo entre el cliente y la empresa. • Contribuir a la solución de problemas. • Administrar su territorio o zona de ventas. • Integrarse a las actividades de mercadotecnia de la empresa que representa. • Estar actualizado en las características de los productos. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Técnico Superior
EXPERIENCIA	1 año
HABILIDADES	Negociación, trabajo en equipo, conocimientos del producto, cumplimiento de objetivos.
FORMACION	Ventas

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

Tabla N°41 Funciones del gerente técnico.

I. INFORMACIÓN BÁSICA:	
PUESTO	Técnico
JEFE INMEDIATO SUPERIOR	Gerente General
SUPERVISA A	
II NATURALEZA DEL PUESTO:	
Realiza trabajo para el cual requiere conocer una gran cantidad de instrucciones y/o procedimientos los cuales debe seguir y consultarlos.	
III FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar el estado de los equipos por entregar. • Asistir a los clientes acerca de las bondades de los productos. • Realizar ajustes de los equipos cuando lo amerite. • Entregar los equipos a los clientes. • Llevar un registro de equipos con clientes para el respectivo seguimiento. • Mantenerse informado acerca de los nuevos productos. 	
IV REQUISITOS MÍNIMOS PARA EL PUESTO	
TITULO PROFESIONAL	Técnico Industrial
EXPERIENCIA	1 año
HABILIDADES	Trabajo en equipo, conocimiento actualizados en el área técnico de los equipos de venta ética profesional, sigilo y cumplimiento de objetivos.
FORMACION	Técnico industrial

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

4.3 Control de gestión

4.3.1 Indicadores de gestión.

Los indicadores son los signos vitales de la empresa, permiten contar con información precisa sobre aspectos como: calidad, productividad y la incidencia de la gestión en cada departamento y tomar correctivos que permitan mejorar los procesos.

Los indicadores pueden ser: medidas, números, opiniones o percepciones que señalen condiciones o situaciones específicas.

Tabla N° 42 Indicadores de gestión

ÁREA	OBJETIVOS	INDICADOR
GERENCIA	Porcentaje de cumplimiento de metas organizacionales	Metas alcanzadas/ metas establecidas
	Porcentaje de ventas	Ventas realizadas/ ventas establecidas
	Porcentaje de costos	Costos reales/Costos establecidos
	Cumplir con la recuperación de cartera según las condiciones de ventas .	Total de cartera recuperada/total de cartera vencida
VENTAS	Incrementar la cartera de clientes.	Número de clientes incrementados/ número de clientes en lista
	Presentar cotizaciones a clientes	Número de cotizaciones presentadas/número de cotizaciones solicitados
	Llenar el cupo de ventas	Ventas realizadas/ ventas establecidas
SECRETARIA	Actualización en sistema de información	ingreso de datos en sistema/ datos por ingresar al sistema
	Atención al cliente oficina	Número de clientes atendidos /sobre clientes por atender
	Solicitar cotización a proveedores	Número de cotizaciones presentadas/ cotizaciones solicitados
TÉCNICO	Asistencia técnica	número de asistencias/número de asistencias solicitada
	Realizar el registro de seguimiento a cliente	Registro aplicado/número de registro total

Elaborado por: Autor
Fuente: Propia

4.4 Necesidades de personal

La empresa no tiene necesidad de aumentar su personal en 3 años, excepto si hay mayor demanda.

4.4.1 Personal que necesitará en un futuro a tres años.

El personal se mantendrá hasta un horizonte de 3 años, siendo necesarios 4 empleados.

Tabla N° 43 Necesidades de personal

CARGO	CANTIDAD
GERENTE	1
SECRETARIA	1
VENDEDOR	1
TÉCNICO	1

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

CAPÍTULO V

ÁREA JURÍDICO LEGAL

5.1.1 Determinación de la forma jurídica

La propuesta de plan de negocios, estará constituida como persona jurídica a cuya razón de nombre independiente que en reunión los socios capitalistas que deciden crearán la empresa, y su constitución legal será CIA. LTDA.

“Persona jurídica, de derecho privado, con patrimonio propio distinto al de su titular, que se constituye para el desarrollo de actividades económicas de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidas por ley. Como podemos deducir su responsabilidad es limitada al capital social de la organización, no existe libre negociación de sus participaciones y es una compañía personalista de carácter cerrado. Se constituye sólo en forma simultánea e intervendrán un mínimo de dos socios con un máximo de quince personas.”

Fuente (<http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle>)

“Las compañías sujetas al control de la Superintendencia de Compañías y Valores podrán constituirse mediante el proceso simplificado de constitución electrónica, de conformidad con la LEY Art. 92 DE LA SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS Y EL REGLAMENTO PARA LA APLICACIÓN DE LOS PROCESOS SIMPLIFICADOS

DE CONSTITUCIÓN ELECTRÓNICA, LA VIGILANCIA Y CONTROL POSTERIOR AL PROCESO DE CONSTITUCIÓN Y DEL REGISTRO EN EL REGISTRO DE SOCIEDADES, como norma supletoria se aplicarán las disposiciones de LEY DE COMERCIO ELECTRÓNICO Y MENSAJE DE DATOS.

Fuente: ((<http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>))

Pasos para crear una compañía limitada.

1. Se deberá tener un nombre. Este trámite se realiza el portal de la Superintendencia de Compañías www.supercias.gob.ec, y dura aproximadamente 10 minutos. El sistema revisa que no exista ninguna compañía con el mismo nombre.
2. Elaborar los estatutos. Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.
3. Se tendrá que abrir una “cuenta de integración de capital”. Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:
 - Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y, \$800 para compañía anónima
 - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
 - Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

4. Eleva a escritura pública. Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
4. Eleva a escritura pública. Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
5. Aprueba el estatuto. Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.

6. Publica en un diario. La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
7. Obtén los permisos municipales. En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:
 - Pagar la patente municipal
 - Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
8. Inscribe tu compañía. Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.
9. Realiza la Junta General de Accionistas. Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente) según se haya definido en los estatutos.
10. Obtén los documentos habilitantes. Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.
11. Inscribe el nombramiento del representante. Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.
12. Obtén el RUC. El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:
 - El formulario correspondiente debidamente lleno
 - Original y copia de la escritura de constitución
 - Original y copia de los nombramientos
 - Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
 - De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite
13. Obtén la carta para el banco. Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

.Fuente: (<http://www.smsecuador.ec/crear-una-empresa-en-ecuador/>)

5.1.2 Licencias necesarias para funcionar y documentos legales

PASO 1: Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el SRI.

- Original y copia a color de la Cédula de Identidad vigente.
- Original y copia del certificado de votación.
- Original y copia de cualquiera de los siguientes documentos que indique la dirección del lugar en el que se realizará la actividad: Planilla de servicios básicos (agua, luz, teléfono). Debe corresponder a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción.
- Contrato de arrendamiento (puede estar vigente o no) conjuntamente con el comprobante de venta válido emitido por el arrendador correspondiente a uno de los tres meses anteriores a la fecha de inscripción. El emisor del comprobante deberá tener registrado en el RUC la actividad de arriendo de bienes inmuebles.
- Escritura de propiedad o de compra y venta del inmueble, debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad, o certificado del registrador de la propiedad el mismo que tendrá vigencia de 3 meses desde la fecha de emisión. (<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>)

PASO 2.: Obtención de Patentes por primera vez:

A Presentar en las Administraciones Zonales los siguientes requisitos según el caso:

- Formulario de inscripción de patente. Descargar
- Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
- Copia de la cédula de identidad y certificado de votación de la última elección del administrado o del representante legal en caso de ser persona jurídica
- Copia del RUC
- Correo electrónico personal y número telefónico del contribuyente o representante legal en el caso de ser persona jurídica.
- En caso de discapacidad, copia del carné del CONADIS
- Solicitud vía web de clave electrónica:

- Dar click sobre la opción "No tengo una clave" y seguir el procedimiento.
- Declaración de patente en línea:

Acceder al Sistema de Declaración de Impuestos a través de la web(<https://pam.quito.gob.ec> / servicios en línea / Declaración de Patente y 1.5 por mil) (<https://pam.quito.gob.ec>)

PASO 3 Obtener la Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito .

- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
 - Copia del RUC.
 - Registro del pago de patente
 - Copia de la Cédula de Identidad del Representante Legal.
 - Copia de la Papeleta de Votación del Representante Legal
 - Informe de Compatibilidad de uso de suelo.
 - Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos.
 - Persona Jurídica: Copia de Escritura de Constitución (primera vez)
 - Artesanos: Calificación artesanal.
 - Requisitos adicionales para los establecimientos que deseen colocar publicidad exterior:
 - Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio)
 - En caso de propiedad horizontal: Autorización notariada de la Asamblea de Copropietarios o del Administrador como representante legal
 - Dimensiones y fotografía de la fachada del local (ESTABLECIMIENTOS CON PUBLICIDAD EXISTENTE)
 - Dimensiones y bosquejo de cómo quedará la publicidad (PUBLICIDAD)
- Fuente:(<https://pam.quito.gob.ec>)

PASO 4: Obtener el Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

- Informe de Inspección.
- Copia de la Cédula de Identidad del representante o copropietario.
- Copia de RUC.
- Copia del permiso del año anterior.
- Copia de la patente municipal. (www.bomberosquito.gob.ec)

PASO 5: Afiliación al IESS

- Ingresar a la página
- Obtener formulario solicitud de clave
- Acercase con la documentación solicitada en el formulario.
- Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- Copia del RUC
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de un servicio básico (agua , luz o teléfono)
- Calificación artesanal si es artesano calificado.
- Original de la cédula de ciudadanía.

PASO 6: Registro de la Marca

- Registrar un usuario
- Previa la presentación de una solicitud es pertinente realizar una búsqueda de antecedentes, es decir, verificar que no exista en el mercado signos parecidos o similares que impidan su registro, para esto debe cancelar \$20 en el banco .

- Presentada la solicitud, pasa a un examen de forma, revisando que cumpla con todos los requisitos, de ser así se publica en la Gaceta de Propiedad Industrial
- Esperar tres meses, sí no existe oposición, se efectúa el examen de registrabilidad para la posterior emisión de la resolución que acepta o rechaza el registro y en caso de concesión, el trámite concluye con la emisión del título de registro.
- Protección en toda la República Ecuatoriana y derecho de prioridad en los países de la Comunidad Andina de Naciones (Colombia, Perú y Bolivia), dentro de los primeros seis meses de presentada la solicitud en nuestro país.
(<https://registro.propiedadintelectual.gob.ec/solicitudes/>)

CAPÍTULO VI

ÁREA FINANCIERA

6.1. Plan de inversiones

Para la creación de la EMPRESA COMERCIALIZADORA DE BOMBAS CENTRÍFUGA DE AGUA PARA LA INDUSTRIA TEXTIL EN LA CIUDAD DE QUITO, para iniciar la actividad comercial los activos necesarios son los siguientes:

Tabla N° 44 Plan de inversión

CANT	DESCRIPCION	V. UNITARIO	TOTAL	
	ADECUACIONES DEL LOCAL	5.000,00	5.000,00	
	GASTOS DE CONSTITUCIÓN	3.500,00	3.500,00	
	ROTULO	700,00	700,00	
	BANCOS	12.000,00	12.000,00	
				21.200,00
	MUEBLES Y ENSERES			2.660,00
3	Escritorio	300,00	900,00	
3	Silla oficina	90,00	270,00	
1	Sillon Tripersonal-Visitas	200,00	200,00	
3	Archivador Escritorio	200,00	600,00	
1	Mesa para sala de reuniones	80,00	80,00	
3	Silla reuniones	70,00	210,00	
2	Vitrina de Exhibición (Bombas de Agua Centrifugas)	200,00	400,00	
	EQUIPOS DE OFICINA Y MAQUINARIA			4.242,00
2	Calculadora	40,00	80,00	
3	Teléfono	54,00	162,00	
2	Herramientas kit Industrial	2.000,00	4.000,00	
	EQUIPO DE COMPUTACION			2.000,00
2	Computadora de escritorio	700,00	1.400,00	
2	Impresora Multifunción	300,00	600,00	
	VEHICULOS			26.000,00
1	Camioneta	26.000,00	26.000,00	
	TOTALES			56.102,00

Elaborado por: Autor
Fuente: Propia

6.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Tabla N° 45 Resumen capital de trabajo

INVERSIÓN INICIOS	21.200,00
MUEBLES Y ENSERES	2.660,00
EQUIPOS Y MAQUINARIA	4.242,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	2.000,00
VEHÍCULOS	26.000,00
	7.160,54
TOTAL	63.262,54

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

a) Capital de Trabajo

El capital de trabajo también denominado capital corriente, capital circulante, capital de rotación, fondo de rotación. Por lo tanto, no se refiere a la maquinaria o infraestructura de la empresa, sino al efectivo o a una cuenta de ahorros o corriente. Los valores que se detallan a continuación, son rubros que se necesitan cancelar mensualmente, para el normal funcionamiento de la empresa. Arriendo, Servicios Básicos, Servicios Contables, Material Publicitario, Caja Chica, Movilización, etc. han sido determinados de acuerdo a la realidad económica de nuestro país. Estos valores son aporte del accionista,

Tabla N° 46 Capital de trabajo

FRECUENCIA	DESCRIPCION	
Mensual	Sueldos y Salarios	3.715,03
Mensual	Arriendo	400,00
Mensual	Servicios Basicos	150,00
Anual	Permiso de Funcionamiento (Patente, 1.5pormil Ac	365,51
Mensual	Suministros de Oficina (Papeleria (facturas, carpeta	50,00
Mensual	Servicios Contables	250,00
Mensual	Servicio de Seguridad	30,00
Mensual	Caja Chica-Movilizacion	240,00
Una vez	Pagina web	800,00
Anual	Licencias Pagina WEB	60,00
Semestral	Material Publicitario (folletos y manuales de uso)	100,00
Anual	Participación en feria	800,00
Semestral	Seminarios para el personal	100,00
Semestral	Implementos de seguridad para trabajar	100,00
	TOTAL:	7.160,54

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

b) Forma de financiamiento.

El cuadro que se presenta a continuación refleja las fuentes de financiamiento del proyecto:

TABLA N° 47 APORTES DE INVERSIONISTAS

FORMA DE FINANCIAMIENTO		
APORTE INVERSIONISTAS		63.262,54
Mirna Solórzano	31.631,27	63.262,54
Carlos Mena	31.631,27	<u> </u>
RECURSOS DE TERCEROS		-
Préstamo privado	-	-
Préstamo bancario*	-	-
TOTAL		<u>63.262,54</u>

Elaborado por: Autor
Fuente: Propia

El 100% de proyecto será financiado con los aportes de socios (dinero en efectivo y activos)

Mirna Sólorzano 50%

Carlos Mena 50%

6.3. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

En la siguiente tabla se detalla los costos en los que se debe incurrir para cubrir el giro propio del negocio. La información detallada a continuación, ha sido tomada de la Tabla de Capital de Trabajo, de la Tabla Depreciaciones y de los Anexos: Mano de Obra y Proyección de Compras.

Tabla N° 48 Detalle de costos

		AÑO 1	
GASTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS		VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos y Salarios	Mensual	2.378,27	28.539,28
Arriendo	Mensual	400,00	4.800,00
Servicios Básicos	Mensual	150,00	1.800,00
Depreciación	Mensual	433,20	5.198,40
Permisos de funcionamiento	Anual	365,51	377,86
Suministros de oficina	Mensual	50,00	600,00
Servicios Contables	Mensual	250,00	3.000,00
Servicio de Seguridad	Mensual	30,00	360,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		4.056,98	44.675,55
		AÑO 1	
COSTOS DE VENTAS		VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldos y Salarios ventas	Mensual	1.336,76	16.041,11
Caja chica / movilización	Mensual	240,00	2.880,00
Material publicitario	Anual	100,00	100,00
Página web	Una vez	800,00	800,00
Renovación licencia página	Anual	60,00	60,00
Participación feria anual	Anual	800,00	800,00
Seminario personal	Semestral	100,00	100,00
Protección de seguridad para personal	Semestral	100,00	100,00
TOTAL COSTOS DE VENTAS		3.536,76	20.881,11
		AÑO 1	
COSTOS FINANCIEROS		VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Intereses Largo Plazo		0,00	0,00
TOTAL COSTOS FINANCIEROS		0,00	0,00

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

b) Proyección de Costos

Los datos que se muestran corresponden a los costos proyectados de los cinco años de actividad. En el anexo adjunto se detallan los cálculos correspondientes.

Tabla N° 49 Proyección de costos

COSTOS DE VENTAS	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos y Salarios ventas	1.336,76	16.041,11	16.583,30	17.143,81	17.723,28	18.322,32
Caja chica / movilización	240,00	2.880,00	2.977,34	3.077,98	3.182,01	3.289,57
Material publicitario	100,00	100,00	103,38	106,87	110,49	114,22
Página web	800,00	800,00				
Renovación licencia página	60,00	60,00	62,03	64,12	66,29	68,53
Participación feria anual	800,00	800,00	827,04	854,99	883,89	913,77
Seminario personal	100,00	100,00	103,38	106,87	110,49	114,22
Protección de seguridad para personal	100,00	100,00	103,38	106,87	110,49	114,22
TOTAL COSTOS DE VENTAS	3.536,76	20.881,11	20.553,09	21.247,79	21.965,96	22.708,41

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

c) Cálculo de los costos anuales y costo unitario mensual.

Tabla N° 50 Costos anuales

ARTÍCULO	CAN. MESN.	CAN. ANUAL	COSTO UNITARIO	TOTAL MENS.	AÑO 1
BOMBAS,5HP	3	36	1.252,89	3.758,67	45.104,04
BOMBAS,7HP	3	36	2.100,00	6.300,00	75.600,00
BOMBAS,10HP	2	24	3.451,42	6.902,84	82.834,08
TOTAL	8	96	6.804,31	16.961,51	203.538,12

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

d) Proyección de costos

Los datos que se muestran corresponden a los costos proyectados de los cinco años de actividad. En el anexo adjunto se detallan los cálculos correspondientes.

Tabla N°51 Proyección de costos

			AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DE VENTAS		VALOR	VALOR		VALOR	VALOR ANUAL	VALOR ANUAL
		MENSUAL	ANUAL		ANUAL		
Sueldos y Salarios ventas	Mensual	1.336,76	16.041,11	16.583,30	17.143,81	17.723,28	18.322,32
Caja chica / movilización	Mensual	240,00	2.880,00	2.977,34	3.077,98	3.182,01	3.289,57
Material publicitario	Anual	100,00	100,00	103,38	106,87	110,49	114,22
Página web	Una vez	800,00	800,00				
Renovación licencia página	Anual	60,00	60,00	62,03	64,12	66,29	68,53
Participación feria anual	Anual	800,00	800,00	827,04	854,99	883,89	913,77
Seminario personal	Semestral	100,00	100,00	103,38	106,87	110,49	114,22
Protección de seguridad para personal	Semestral	100,00	100,00	103,38	106,87	110,49	114,22
TOTAL COSTOS DE VENTAS		3.536,76	20.881,11	20.553,09	21.247,79	21.965,96	22.708,41

INFLACION	ANUAL
* Valores tomados del INEC	3,38%

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

Tabla N° 51 MANO DE OBRA

* SE PROYECTA CON EL 5% DE INCREMENTO EN EL SALARIO BASICO UNIFICADO. PORCENTAJE MAYOR QUE LA INFLACION ANUAL A DICIEMBRE 2015 (3.38%).

N°	APELLIDOS Y NOMBRES	CARGO	INGRESOS			PROVISIONES					TOTAL PROVISION	COSTO MENSUAL	GASTO ADMINISTRATIVO		COSTO VENTAS	
			SBU	OTROS	TOTAL	PATRONAL 12,15%	XIII	XIV	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES			TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL	TOTAL MENSUAL VENTAS	TOTAL ANUAL VENTAS
1	MIRNA SOLORZAN	GERENTE GENE	366,00	400,00	766,00	93,07	63,83	30,50	0,00	0,00	187,40	953,40				
2	CARLOS MENA	GERENTE TECN	366,00	400,00	766,00	93,07	63,83	30,50	0,00	0,00	187,40	953,40				
3	ANIBAL PEREZ	VENDEDOR	366,00	718,18	1.084,18	131,73	90,35	30,50	0,00	0,00	252,58	1.336,76				
4	SANDRA CASTILLO	SECRETARIA	366,00		366,00	44,47	30,50	30,50	0,00	0,00	105,47	471,47	2.378,27	28.539,28	1.336,76	16.041,11
SEGUNDO AÑO																
1	MIRNA SOLORZAN	GERENTE GENE	376,98	400,00	776,98	94,40	64,75	31,42	64,75	32,37	287,69	1.064,67				
2	CARLOS MENA	GERENTE TECN	384,30	400,00	784,30	95,29	65,36	32,03	65,36	32,68	290,71	1.075,01				
3	ANIBAL PEREZ	VENDEDOR	384,30	718,18	1.102,48	133,95	91,87	32,03	91,87	45,94	395,66	1.498,14				
4	SANDRA CASTILLO	SECRETARIA	384,30	0,00	384,30	46,69	32,03	32,03	32,03	16,01	158,78	543,08	2.682,76	32.193,15	1.498,14	17.977,71
TERCER AÑO																
1	MIRNA SOLORZAN	GERENTE GENE	403,52	400,00	803,52	97,63	66,96	33,63	66,96	33,48	298,65	1.102,17				
2	CARLOS MENA	GERENTE TECN	403,52	400,00	803,52	97,63	66,96	33,63	66,96	33,48	298,65	1.102,17				
3	ANIBAL PEREZ	VENDEDOR	403,52	718,18	1.121,70	136,29	93,47	33,63	93,47	46,74	403,60	1.525,30				
4	SANDRA CASTILLO	SECRETARIA	403,52	0,00	403,52	49,03	33,63	33,63	33,63	16,81	166,72	570,23	2.774,57	33.294,82	1.525,30	18.303,56
CUARTO AÑO																
1	MIRNA SOLORZAN	GERENTE GENE	423,69	400,00	823,69	100,08	68,64	35,31	68,64	34,32	306,99	1.130,68				
2	CARLOS MENA	GERENTE TECN	423,69	400,00	823,69	100,08	68,64	35,31	68,64	34,32	306,99	1.130,68				
3	ANIBAL PEREZ	VENDEDOR	423,69	718,18	1.141,87	138,74	95,16	35,31	95,16	47,58	411,94	1.553,81				
4	SANDRA CASTILLO	SECRETARIA	423,69	0,00	423,69	51,48	35,31	35,31	35,31	17,65	175,05	598,75	2.860,10	34.321,24	1.553,81	18.645,70
QUINTO AÑO																
1	MIRNA SOLORZAN	GERENTE GENE	444,88	400,00	844,88	102,65	70,41	37,07	70,41	35,20	315,74	1.160,62				
2	CARLOS MENA	GERENTE TECN	444,88	400,00	844,88	102,65	70,41	37,07	70,41	35,20	315,74	1.160,62				
3	ANIBAL PEREZ	VENDEDOR	444,88	718,18	1.163,06	141,31	96,92	37,07	96,92	48,46	420,69	1.583,75				
4	SANDRA CASTILLO	SECRETARIA	444,88	0,00	444,88	54,05	37,07	37,07	37,07	18,54	183,81	628,68	2.949,92	35.398,99	1.583,75	19.004,95

Depreciaciones

*El valor de depreciación de la Maquinaria, se ha fijado considerando que en la práctica, el uso diario y continuo de los mismos (teléfonos, calculadoras, herramientas, etc.) causan su desgaste, en un máximo de cinco años, siendo necesarios reemplazarlos. Y acatando siempre, lo dispuesto en El Reglamento de Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, Art. 28 Gastos Deducibles. El mismo que nos indica que la depreciación de los –activos fijos- se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Y que para que este gasto sea deducible, no podrá superar el siguiente porcentaje. Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual (10 años).

Tabla N° 52 PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN

DETALLE DEL BIEN	VIDA ÚTIL	VALOR	PORCENTAJE	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN AMENSUAL
MUEBLES Y ENSERES	10	2.660,00	10%	266,00	22,17
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	3	2.000,00	33%	666,67	55,56
EQUIPOS DE OFICINA	5	4.242,00	20%	848,40	70,70
VEHÍCULO	5	26.000,00	20%	5.200,00	433,33
TOTAL				6.981,07	581,76
DETALLE DEL BIEN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	266,00	266,00	266,00	266,00	266,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	666,67	660,00	660,00	-	-
EQUIPOS DE OFICINA	848,40	848,40	848,40	848,40	848,40
VEHÍCULO	5.200,00	5.200,00	5.200,00	5.200,00	5.200,00
TOTAL	5.198,40	5.198,40	5.198,40	3.598,40	3.598,40

Elaborado por: Autor
Fuente: Propia

6.4 Cálculo de Ingresos

Una vez conocida la oferta del proyecto, se procede a determinar el nivel de ingresos que puede generar. Para ello, en función de los costos y gastos se establece el precio unitario del servicio y se lo multiplica por un margen de utilidad y la cantidad ofrecida, obteniendo el ingreso del primer año.

Tabla N° 53 Cálculo de ingresos

AÑOS	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	CANT. ANUAL (BOMBAS C. VENDIDAS)	INGRESO MENSUAL	COSTO MENSUAL	MARGEN	%
1	Bombas Centrifugas	96	293.737,55	203.538,12	90.199,43	30,71
2	Bombas Centrifugas	132	424.983,22	294.829,26	130.153,97	30,63
3	Bombas Centrifugas	168	550.257,12	392.059,14	158.197,98	28,75
4	Bombas Centrifugas	180	631.179,63	451.071,02	180.108,61	28,54
5	Bombas Centrifugas	204	718.585,84	512.273,69	206.312,15	28,71

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

Proyección de Ingresos

Para los siguientes cinco años se proyectaron las ventas de acuerdo a la capacidad de oferta que tiene la empresa.

Se consideró el 3, 38 % de la inflación anual, y un incremento del 30% adicional al costo de cada equipo como margen de utilidad.

Tabla N° 54 Proyección de ingresos

ARTÍCULO	CAN. MESN.	CAN. ANUAL	PRECIO DE V	MENSUALES	Año 2
BOMBAS,5HP	4	48	1.950,96	7.803,86	93.646,32
BOMBAS,7HP	4	48	3.134,97	12.539,87	150.478,49
BOMBAS,10HP	3	36	5.023,85	15.071,54	180.858,42
TOTAL	11	132	10.109,78	35.415,27	424.983,22
ARTÍCULO	CAN. MESN.	CAN. ANUAL	PRECIO DE V	MENSUALES	Año 3
BOMBAS,5HP	5	60	2.016,91	10.084,54	121.014,45
BOMBAS,7HP	5	60	3.134,97	15.674,84	188.098,11
BOMBAS,10HP	4	48	5.023,85	20.095,38	241.144,56
TOTAL	14	168	10.175,72	45.854,76	550.257,12
ARTÍCULO	CAN. MESN.	CAN. ANUAL	PRECIO DE V	MENSUALES	Año 4
BOMBAS,5HP	5	60	2.085,08	10.425,39	125.104,74
BOMBAS,7HP	5	60	3.240,93	16.204,65	194.455,83
BOMBAS,10HP	5	60	5.193,65	25.968,25	311.619,06
TOTAL	15	180	10.519,66	52.598,30	631.179,63
ARTÍCULO	CAN. MESN.	CAN. ANUAL	PRECIO DE V	MENSUALES	Año 5
BOMBAS,5HP	6	72	2.155,55	12.933,33	155.199,94
BOMBAS,7HP	6	72	3.350,47	20.102,84	241.234,12
BOMBAS,10HP	5	60	5.369,20	26.845,98	322.151,78
TOTAL	17	204	10.875,22	59.882,15	718.585,84

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

6.5. Flujo de Caja

Para determinar el flujo de entradas y salidas de caja o efectivo y tomar decisiones para el corto plazo, se calculó el flujo de caja que se presenta en la siguiente tabla:

Tabla N° 55 Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
DETALLE	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
INVERSIONES FIJAS	-					
CAPITAL DE TRABAJO	(63.262,54)					
INGRESOS OPERATIVOS	2.618.743,37	293.737,55	424.983,22	550.257,12	631.179,63	718.585,84
COSTOS DE PRODUCCIÓN	1.876.563,23	208.736,52	300.027,66	397.257,54	454.669,42	515.872,09
DEPRECIACIÓN		5.198,40	5.198,40	5.198,40	3.598,40	3.598,40
GASTO COMPRA BOMBAS		203.538,12	294.829,26	392.059,14	451.071,02	512.273,69
UTILIDAD BRUTA EN VETAS		85.001,03	124.955,57	152.999,58	176.510,21	202.713,75
GASTOS OPERATIVOS		65.556,66	69.427,91	71.788,12	74.115,61	76.538,40
GASTOS ADMINISTRACIÓN		44.675,55	48.874,82	50.540,33	52.149,65	53.829,99
GASTOS VENTAS		20.881,11	20.553,09	21.247,79	21.965,96	22.708,41
UTILIDAD OPERACIONAL		19.444,38	55.527,66	81.211,46	102.394,59	126.175,35
GASTOS FINANCIEROS		-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		19.444,38	55.527,66	81.211,46	102.394,59	126.175,35
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		2.916,66	8.329,15	12.181,72	15.359,19	18.926,30
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		16.527,72	47.198,51	69.029,74	87.035,40	107.249,04
22% IMPUESTO A LA RENTA		3.636,10	10.383,67	15.186,54	19.147,79	23.594,79
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTOS		12.891,62	36.814,84	53.843,20	67.887,62	83.654,25
DEPRECIACIÓN		5.198,40	5.198,40	5.198,40	3.598,40	3.598,40
FLUJO NETO DE CAJA	(63.262,54)	18.090,02	42.013,24	59.041,60	71.486,02	87.252,65

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

Se puede observar que la empresa tiene liquidez y está en capacidad de desarrollar su actividad, cubriendo costos y gastos corrientes, sin necesidad de recurrir a créditos o endeudamientos.

6.6. Punto de equilibrio

En el primer año la empresa alcanza su cantidad de equilibrio cuando vende 37 Bombas de Agua, obteniendo un ingreso de equilibrio de 224.561,35 dólares. La utilización de la capacidad instalada del proyecto debe ser del 0,51% para alcanzar el equilibrio y debe vender cada Bomba de Agua a un precio mínimo de 5.392,19 dólares.

Tabla N° 56 Costos Anuales

COSTOS ANUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS VARIABLES ANUALES	224.419,23	315.382,35	413.306,93	473.036,98	534.982,10
COSTOS FIJOS ANUALES	44.675,55	48.874,82	50.540,33	52.149,65	53.829,99

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

Tabla N° 57 Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costos Fijos Anuales	44.675,55	48.874,82	50.540,33	52.149,65	53.829,99
Precio	9.779,24	10.109,78	10.175,72	10.519,66	10.875,22
Costo Variable Unitario	2.337,70	4.639,78	4.902,13	5.068,45	5.329,97
Cantidad anual	96	132	168	180	204
Cantidad mensual	8	11	14	15	17
Ingreso de Equilibrio	58.710,01	90.331,65	193.139,94	194.525,62	207.598,53
Precio de equilibrio	2.803,07	5.010,05	5.202,97	5.358,17	5.593,85

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

El primer año la empresa alcanza el punto de equilibrio cuando:

Obtiene un ingreso de equilibrio de 58.701,01

A un precio mínimo de 2.803,07

6.7. Estado de Resultados proyectado

El estado de resultados permite visualizar si el proyecto resulta o no rentable a lo largo de su vida útil, es así que en base a los datos obtenidos se planteó el siguiente Estado de Resultados:

Tabla N° 58 Estado de resultados proyectados

	DESCRIPCIÓN	2016	2017	2018	2019	2020
+	A INGRESOS OPERATIVOS	293.737,55	424.983,22	550.257,12	631.179,63	718.585,84
.	B COSTOS OPERATIVOS	203.538,12	294.829,26	392.059,14	451.071,02	512.273,69
.	C DEPRECIACIÓN	5.198,40	5.198,40	5.198,40	3.598,40	3.598,40
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	85.001,03	124.955,57	152.999,58	176.510,21	202.713,75
.	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	44.675,55	48.874,82	50.540,33	52.149,65	53.829,99
.	COSTOS DE VENTA	20.881,11	20.553,09	21.247,79	21.965,96	22.708,41
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	19.444,38	55.527,66	81.211,46	102.394,59	126.175,35
.	15% PARTICIPACIÓN	2.916,66	8.329,15	12.181,72	15.359,19	18.926,30
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	16.527,72	47.198,51	69.029,74	87.035,40	107.249,04
.	F 22% IMPUESTO RENTA	3.636,10	10.383,67	15.186,54	19.147,79	23.594,79
	UTILIDAD DESPUÉS DE IMPUESTO	12.891,62	36.814,84	53.843,20	67.887,62	83.654,25
+	DEPRECIACIÓN	5.198,40	5.198,40	5.198,40	3.598,40	3.598,40
(=)	G UTILIDAD NETA	18.090,02	42.013,24	59.041,60	71.486,02	87.252,65

Elaborado por: Autor

Fuente: Propia

La empresa desde el primer año presenta resultados positivos, ofreciendo utilidades a los accionistas y estabilidad financiera para continuar comercializando los equipos de manera regular.

6.8. Evaluación financiera

Para poder determinar si las cantidades presentadas en los numerales anteriores han servido para que el proyecto se sustente financieramente a lo largo de su planeación, se utiliza la técnica de la evaluación financiera.

Tabla N° 59 Evaluación financiera

DETALLE	Año 0	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
INVERSIONES FIJAS	-					
CAPITAL DE TRABAJO	(63.262,54)					
INGRESOS OPERATIVOS	2.618.743,37	293.737,55	424.983,22	550.257,12	631.179,63	718.585,84
COSTOS DE PRODUCCIÓN	1.876.563,23	208.736,52	300.027,66	397.257,54	454.669,42	515.872,09
DEPRECIACIÓN		5.198,40	5.198,40	5.198,40	3.598,40	3.598,40
GASTO COMPRA BOMBAS		203.538,12	294.829,26	392.059,14	451.071,02	512.273,69
UTILIDAD BRUTA EN VETAS		85.001,03	124.955,57	152.999,58	176.510,21	202.713,75
GASTOS OPERATIVOS		65.556,66	69.427,91	71.788,12	74.115,61	76.538,40
GASTOS ADMINISTRACIÓN		44.675,55	48.874,82	50.540,33	52.149,65	53.829,99
GASTOS VENTAS		20.881,11	20.553,09	21.247,79	21.965,96	22.708,41
UTILIDAD OPERACIONAL		19.444,38	55.527,66	81.211,46	102.394,59	126.175,35
GASTOS FINANCIEROS		-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		19.444,38	55.527,66	81.211,46	102.394,59	126.175,35
15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES		2.916,66	8.329,15	12.181,72	15.359,19	18.926,30
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		16.527,72	47.198,51	69.029,74	87.035,40	107.249,04
22% IMPUESTO A LA RENTA		3.636,10	10.383,67	15.186,54	19.147,79	23.594,79
UTILIDAD NETA DESPUÉS DE IMPUESTOS		12.891,62	36.814,84	53.843,20	67.887,62	83.654,25
DEPRECIACIÓN		5.198,40	5.198,40	5.198,40	3.598,40	3.598,40
FLUJO NETO DE CAJA	(63.262,54)	18.090,02	42.013,24	59.041,60	71.486,02	87.252,65
VALORES ACTUALES	(63.262,54)	15.829,56	32.169,60	39.559,19	41.912,17	44.763,86

VAN	\$ 175.790,54
TMAR	14,28%
TIR	39%
B/C	1,44
RECUP.	2,08

Elaborado por: Autor
Fuente: Propia

CÁLCULO DEL PERIODO DE RECUPERACION DE LA INVERSIÓN

$$\text{PERIODO DE RECUPERACION} = a + \frac{(b - c)}{d}$$

AÑO	FLUJOS A VALOR P.	FLUJOS ACUMU.
0	63.262,54	
1	18.090,02	18.090,02
2	42.013,24	60.103,26
3	59.041,60	119.144,86
4	71.486,02	190.630,88
5	44.763,86	235.394,73
	2,08	

PERIODO DE RECUPERACION =

2 AÑOS 8 MESES

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de efectivo del año en el que se recupera la inversión.

El total de la inversión a valor presente se recupera luego de dos años y ocho meses de puesto en marcha el negocio.

COSTO BENEFICIO	
a = Total Ingresos Actualizados	2.618.743,37
b = Total Costos Actualizados	1.876.563,23
c=Total de inversión	(63.262,54)
a	
(b+c)	1,44

TMAR	
5,90%	TASA PASIVA
5,00%	TASA DE RIESGO SECTOR TEXTIL
3,38%	TASA INFLACIÓN PAIS
14,28%	
<p>LA TASA DE INFLACIÓN DEL SECTOR TEXTIL ES DEL 14% según datos del BCE, se encuentra sobre la inflación del país que es de 3,38% por esta razón se riesgoso el proyecto y, consideramos 5%.</p>	

BAJO RIESGO	MEDIO RIESGO	ALTO RIESGO
1%	3%	5%

a) Indicadores

a.1) Valor actual neto

$$\text{VAN} = \$ 175.790,54$$

El Valor Actual Neto del proyecto es mayor a cero lo que significa que en la vida útil del proyecto se recupera la inversión realizada. Este indicador se refleja de esta forma ya que el margen de rentabilidad en este negocio es muy atractivo como se ha evidenciado.

a.2) Tasa Interna de Retorno

$$\text{TIR} = 39\%$$

La Tasa Interna de Retorno es 39 % superior a la tasa de descuento o costo de oportunidad de invertir en el banco. De igual manera se puede apreciar que el costo de oportunidad es muy interesante ya que hay una alta rentabilidad al comercializar estos equipos.

a.3) Período de Recuperación

$$\text{Período de Recuperación} = 2,8$$

Este indicador nos muestra que el total de la inversión, se recupera luego del segundo año de puesto en marcha el negocio. El autor ha comprobado en la práctica comercial que los equipos se colocan en el mercado inmediatamente, además sobre pedido.

b) **Razones**

b.1) Liquidez

LIQUIDEZ: $\text{ACTIVO CIRCULANTE} / \text{PASIVO CIRCULANTE}$

LIQUIDEZ: $293.737,55/208.736,52$

LIQUIDEZ: 1.44

La empresa por cada dólar (\$) de deuda de pago inmediato, cuenta con (\$ 1.44) disponibles de forma inmediata para pagar esa deuda.

b.2) Índice de endeudamiento

INDICE DE ENDEUDAMIENTO TOTAL: TOTAL
PASIVO/TOTAL PATRIMONIO

INDICE DE ENDEUDAMIENTO TOTAL: 0

INDICE DE ENDEUDAMIENTO TOTAL: 0

Vemos que la empresa no presenta endeudamiento.

b.3) Índice de rentabilidad |

RENTABILIDAD NETA: $\text{UTILIDAD NETA} / \text{VENTAS}$

RENTABILIDAD NETA: $18.090,02/85.001,03$

RENTABILIDAD NETA: 21,28%

La ganancia de la empresa es el 21,28% de las ventas totales.

CONCLUSIONES

- El sector textil es un potencial consumidor de bombas centrífugas ya que aún no se producen estos equipos en el Ecuador, por lo tanto existe una interesante oportunidad de mercado. Los indicadores financieros reflejan valores positivos en su evaluación, sumado a ello se ha comprobado este comportamiento en el accionar comercial de este giro de negocio hace varios años.
- El estudio de mercado realizado a la Industria textil demuestra que este proyecto es factible, el estudio financiero demuestra rentabilidad ya que la inversión inicial se recupera y existe utilidad para los socios.
- La empresa tiene grandes oportunidades de crecer, buscando nuevos nichos de mercados del sector productivos, y aportar con oportunidades de trabajo para el crecimiento económico del país.

RECOMENDACIONES

- El sector textil es un gran potencial de bombas centrífugas ya que gira en base a su producción, se recomienda mantener la forma crédito establecida en este proyecto por cuanto es un sector altamente riesgoso con una tasa del 14%, es un respaldo para inversión realizada y el proyecto.
- Se recomienda el emprendimiento de este plan de negocios en la Ciudad de Quito, ya que se determinó la factibilidad a través del estudio de mercado indica que la mayor cantidad de industrias textiles se encuentra en la ciudad de Quito, y la rentabilidad según los indicadores es positivo.
- Periódicamente realizar evaluaciones de los ingresos y gastos a través del flujo de caja, esto nos permitirá conocer la situación económica de evolución de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA

- (<http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>). (s.f.).
- Agueda, E. (2008). *Principios de marketing* (3 ed.). Madrid: Libros profesionales de empresa.
- Aite. (2012). *Historia y Actualidad de la industria textil en el Ecuador*. Quito: Aite.
- Alet, J. (1994). *Marketing Relacional*. Barcelona: Gestión 200.
- Anónimo. (2007). *Economía.WS*. Recuperado el 11 de 2014, de <http://www.economia.ws/mercado.php>
- Arellano, R., & Camino, J. (2013). *Conducta del consumidor*. España: Esic.
- Bomberos Quito. (2015). www.bomberosquito.gob.ec.
- Cáceres, E. (12 de 2014). Catástros de servicios turísticos. (S. Aguilera, Entrevistador)
- Carrillo Daniela. (2011). *Diagnostico del sector textil y de la confección*. Quito: INEC.
- Costales, B. (2003). *Diseño, elaboración y evaluación de proyectos* (3era ed.).
- Cruzado Ortiz. (2011). *Bombas y compresores*. Peru: Universidad Nacional del callao.
- Cuerpo de bomberos del distrito metropolitano de Quito. (s.f.). *Cuerpo de bomberos del distrito metropolitano de Quito*. Recuperado el 11 de 2014, de http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_jdownloads&Itemid=191&view=finish&cid=301&catid=164&m=0
- DA ROS, G. (1995). *LA CONTAMINACION DE LOS RIOS MACHANGARA Y MONJAS*. QUITO: ABYA YALA.
- Directindustry. (2015). <http://www.directindustry.com/prod/bombas-ideal/product-40807-610138.html>. Obtenido de <http://www.directindustry.com/prod/bombas-ideal/product-40807-610138.html>: <http://www.directindustry.com/prod/bombas-ideal/product-40807-610138.html>
- ekosnegocios. (2011). <http://www.ekosnegocios.com>. Obtenido de <http://www.ekosnegocios.com>
- Gabriel, B. U. (2001). *Evaluación de proyectos* (4 edición ed.). México: MacGras Hill.
- Gallego, J. (2002). *Gestión de alimentos, bares y bebidas para restaurantes*. España: Paraninfo.
- http://noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/conozca_sobre_la_licencia_metro_politana_unica_para_el_ejercicio_de_actividades_economicas_luae--9231. (s.f.).

http://noticiasquito.gob.ec/Noticias/news_user_view/conozca_sobre_la_licencia_metropolitana_unica_para_el_ejercicio_de_actividades_economicas_luae--9231.

<http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle>. (s.f.).

<http://www.proecuador.gob.ec/>. (s.f.). Obtenido de <http://www.proecuador.gob.ec/>

<http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/textiles-y-confecciones/>. (s.f.). <http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/textiles-y-confecciones/>.

<http://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>. (s.f.).
<http://www.quito-turismo.gob.ec/nuestros-servicios/obtenga-la-luae>.

<http://www.smsecuador.ec/crear-una-empresa-en-ecuador/>. (s.f.).

<http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>. (s.f.). <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>.
Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/10138/92>

<http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica>. (s.f.).

<http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>. (s.f.).

<http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>. (s.f.).

<http://www.trabajo.gob.ec/>. (s.f.). <http://www.trabajo.gob.ec/>. Obtenido de
<http://www.trabajo.gob.ec/>

<https://pam.quito.gob.ec>. (s.f.). <https://pam.quito.gob.ec>. Obtenido de
<https://pam.quito.gob.ec>

<https://registro.propiedadintelectual.gob.ec/solicitudes/>. (s.f.).

Huilcatoma Rosa. (2006). *“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE una empresa DE CONFECCIÓN DE ROPA PARA*. Latacunga: ESPE.

INEC. (2010). *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos*. Recuperado el 11 de 2014, de
<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp->

Kotler, A. (2004). *Marketing, Décima Edición*. En A. Kotler, *Marketing, Décima Edición*. (pág. 758). EEUU: Pearson Educación.

Ma, O. E. (s.f.).

Ministerio de trabajo. (2015). www.trabajo.gob.ec/seguridad-y-salud-en-el-trabajo.

Ministerio de Salud Pública. (s.f.). *Ministerio de Salud Pública*. Recuperado el 11 de 2014, de <http://www.salud.gob.ec/programas-y-servicios/>

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (s.f.). *Servicios ciudadanos*. Recuperado el 11 de 2014, de <https://pam.quito.gob.ec/SitePages/ResultadoBusqueda.aspx?k=luae&cs=Este%20sitio&u=https%3A%2F%2Fpam.quito.gob.ec>

necesidades que cubre las bombas de agua en la industria textil. (s.f.).

proecuador. (5 de noviembre de 2013).

<http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/textiles-y-confecciones/>. Obtenido de

<http://www.proecuador.gob.ec/compradores/oferta-exportable/textiles-y-confecciones/>

ROS, G. D. (1995). LA CONTAMINACION DE LOS RIOS MACHANGARA Y MONJAS. En G. D. ROS, *LA CONTAMINACION DE LOS RIOS MACHANGARA Y MONJAS* (pág. 113). QUITO.

Sapag, C. (s.f.). *Preparación y evaluación de proyectos* (4 ed.). Mc Graw Hill.

Supercompañías. (2015). www.Supercompañías.gob.ec. Obtenido de www.Supercompañías.gob.ec

Superintendencia de compañías y valores. (s.f.). *Superintendencia de compañías y valores*. Recuperado el 11 de 2014, de <http://www.supercias.gob.ec/portalinformacion/porta/index.php>

Telegrafo. (17 de Diciembre de 2014). El sector textil nacional produce alrededor de \$ 600 millones anuales (Infografía). *El telegrafo*.

Wilo, P. I. (2005). *Principios fundamentales de la tecnología de bombas centrifugas*. Alemania: Dortmund.

www.bomberosquito.gob.ec. (s.f.). www.bomberosquito.gob.ec. Obtenido de www.bomberosquito.gob.ec

www.proecuador.gob.ec. (s.f.). www.proecuador.gob.ec.

Zubicaray, M. V. (s.f.).

ANEXOS

ANEXO 1 (ENCUESTA)

¿Utiliza en su Industria Bombas centrífugas de Agua?

SI	
NO	

¿ Con que frecuencia compra bombas de agua?

Una vez al año	
Dos veces al año	
Tres veces al año	

3) Qué tipo de potencia prefiere en bombas centrífugas?

Bomba 5HP	
Bomba 7HP	
Bomba 10HP	

4)¿Qué tipo de material prefiere para las bombas centrífugas?

Acero Inoxidable	
Hierro Fundido	

5)¿Al comprar una bomba de agua que considera lo más importante?

Calidad	
Precio	
Modelo	

6)¿En dónde prefiere comprar una bomba centrífuga?

Centros Ferreteros	
Comercializadoras	
Distribuidores	

7)¿Prefiere asesoría personalizada?

SI	
NO	

8)¿Desea que los equipos se entreguen instalados?

SI	
NO	

9)¿Le gustaría servicio postventa?

SI	
NO	

10)¿Prefiere empresas que presten servicio técnico?

SI	
NO	

ANEXO 2 (COTIZACIÓN MUEBLES Y ENSERES)



COTIZACIÓN 008498

Quito, 8 Abril 2016

CLIENTE: Sra. Mirna Solórzano

3	Escritorio	300,00	900,00
3	Silla oficina	90,00	270,00
1	Sillon Tripersonal-Visitas	200,00	200,00
3	Archivador Escritorio	200,00	600,00
1	Mesa para sala de reuniones	80,00	80,00
3	Silla reuniones	70,00	210,00
2	Vitrina de Exhibición	200,00	400,00

ANEXO 3 (PÁGINA WEB)

PÁGINAS WEB QUITO				
	INICIO	PÁGINAS WEB	PRECIOS	CONTÁCTENOS
	\$149	\$349	\$449	\$549
✓ Secciones : 1 (one page)	✓ Secciones principales: 3	✓ Secciones principales: 4	✓ Secciones principales: 5	
✗ Subsecciones	✓ Subsecciones : 3	✓ Subsecciones : 4	✓ Subsecciones : 5	
✓ Dominio (.com, .org, .net) *	✓ Dominio (.com, .org, .net) *	✓ Dominio (.com, .org, .net) *	✓ Dominio (.com, .org, .net) *	
✓ Hosting : 2GB *	✓ Hosting : 3GB *	✓ Hosting : 4GB *	✓ Hosting : 5GB *	
✓ Cuentas de correo : 2 *	✓ Cuentas de correo : 3 *	✓ Cuentas de correo : 4 *	✓ Cuentas de correo : 5 *	
✓ Banner animado	✓ Banner animado	✓ Banner animado	✓ Banner animado	
✓ Galería de imágenes	✓ Galería de imágenes	✓ Galería de imágenes	✓ Galería de imágenes	
✓ Hoja de contacto	✓ Hoja de contacto	✓ Hoja de contacto	✓ Hoja de contacto	
✓ Mapa de ubicación	✓ Mapa de ubicación	✓ Mapa de ubicación	✓ Mapa de ubicación	
✓ Administración contenido *	✓ Administración contenido *	✓ Administración contenido *	✓ Administración contenido *	
✗ Productos	✓ Productos : Máximo 10	✓ Productos : Máximo 20	✓ Productos : Máximo 30	
✗ Personalización Fanpage	✗ Personalización Fanpage	✓ Personalización Fanpage	✓ Personalización Fanpage	
✗ Chat en vivo	✗ Chat en vivo	✗ Chat en vivo	✓ Chat en Vivo	



innovator solutions

Innovando Soluciones... Diseñando el Futuro.

Somos especialistas en Tiendas Virtuales.

enlace@enlacetech.com

01(55)6641-4199

Recuperar NDF Estor

¿Tiene dudas sobre nuestros servicios? [Chat en Vivo](#) [EN LINEA](#)

Estudio I. REPAN

Me gusta esta página

Si el primero de tus amigos en indicar que te gusta esto

Gracias a su preferencia contamos con clientes en todo México y América Latina.

o arme su propio plan de diseño web conforme a sus necesidades

- La cotización inicia a partir de la estructura (Imagen Empresarial): **MXN \$1500.00**
- ¿Cuántas páginas o secciones internas desea para su sitio web? Ejemplo: Inicio, Servicios, Productos, Nuestra Empresa, Contacto.
Páginas: 1 (MXN \$200.00 CAJ)
- ¿Requiere un catálogo de productos en su Sitio Web, ordenados por categoría(subcategoría) (incluye panel de control para altas y bajas)? Puede seleccionar el carrito de compras para que sus clientes puedan hacerle llegar un pedido por e-mail.
 - Sin Catálogo
 - Catálogo S/Carrito de Compras(MXN \$2787.00)
 - Catálogo C/Carrito de Compras(MXN \$3550.00)
 - Catálogo, Carrito C/Pago PayPal(MXN \$4030.00)
- ¿Cuántos formularios de contacto desea para su sitio web? (incluye 1 gratis)Ejemplo: solicitud de información, presupuesto, pedido. Máx. 15 campos c/u??.
Formularios: 0 (MXN \$289.00 C/U)
- ¿Desea que su sitio Web cuente con una Introducción (animación con imágenes y texto que se muestra antes de la página principal)?
Introducción: Si (MXN \$079.00) No
- ¿Requiere que su sitio web tenga una sección de noticias que pueda ser desplegada en la página principal y donde usted pueda introducir información mediante un panel de control administrado por un nombre de usuario y contraseña?
Sección de noticias: Si (MXN \$750.00) No

Descripción del Sitio web:

ANEXO 4 (INFORMACIÓN SENAE)



IMPORTADOR	DISTRITO	SUBPARTIDA	DESCRIPCIÓN ARANCELARIA	PAÍS ORIGEN	PESO NETO (Kg)	CANTIDAD FÍSICA	TIPO UNIDAD FÍSICA
ALMACENES BUENHOGAR E.W. CIA.LTDA.	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CN-CHINA	26,46	36	11-NUMERO DE UNIDADES
CECUAMAQ, CORPORACION ECUATORIANA INDUSTRIAL	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	BR-BRASIL	136,67	20	11-NUMERO DE UNIDADES
GOMEZ NARANJO JHONATHAN ALEXANDER	055-QUITO	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	US-ESTADOS UNIDOS	19,92	2	11-NUMERO DE UNIDADES
PRODUCTOS AVON ECUADOR S.A.	073-TULCAN	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CO-COLOMBIA	155,2	8000	11-NUMERO DE UNIDADES
TIGRE ECUADOR S.A. ECUATIGRE	055-QUITO	8414100000	BOMBAS DE VACIO	AT-AUSTRIA	50,38	1	11-NUMERO DE UNIDADES
GRUPO TRANSBEL S.A.	073-TULCAN	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CO-COLOMBIA	98,58	5878	11-NUMERO DE UNIDADES
QUIMIPAC S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	CN-CHINA	7,21	1	11-NUMERO DE UNIDADES
ECUAEX S.A.	028-GUAYAQUIL	8413400000	BOMBAS PARA HORMIGON	BR-BRASIL	808,57	1	11-NUMERO DE UNIDADES
EUROVEHICULOS S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	DE-ALEMANIA	1,93	1	11-NUMERO DE UNIDADES
IMPORFRIOSERVIS S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	CN-CHINA	43,708	12	11-NUMERO DE UNIDADES
CHINA15TH METALLURGICAL CONSTRUCTION GROUP	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CN-CHINA	24,63	3	11-NUMERO DE UNIDADES
MEGAFRIO S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	CN-CHINA	3,67	1	11-NUMERO DE UNIDADES
LA LLAVE S.A. DE COMERCIO	028-GUAYAQUIL	8413110000	BOMBAS PARA DISTRIBUCION DE CARBURANTES O LUBRICANTES, DEL TIPO DE LAS UTILIZADAS EN LOS AUTOMOVILES	US-ESTADOS UNIDOS	15,909	1	11-NUMERO DE UNIDADES
MEXICHEM ECUADOR S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	CO-COLOMBIA	68	6	11-NUMERO DE UNIDADES
CECUAMAQ, CORPORACION ECUATORIANA INDUSTRIAL	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	BR-BRASIL	683,34	100	11-NUMERO DE UNIDADES
NEGOCIOS INDUSTRIALES REAL N.I.R.S.A. S.A.	019-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	US-ESTADOS UNIDOS	16,47	1	11-NUMERO DE UNIDADES
COMDERE S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	US-ESTADOS UNIDOS	10,123	4	11-NUMERO DE UNIDADES
LA LLAVE S.A. DE COMERCIO	019-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CN-CHINA	1,174	1	11-NUMERO DE UNIDADES
ALMACENES BUENHOGAR E.W. CIA.LTDA.	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	CN-CHINA	27,68	48	11-NUMERO DE UNIDADES
IGLESIAS TAPIA JORGE ANTONIO	028-GUAYAQUIL	8413110000	BOMBAS PARA DISTRIBUCION DE CARBURANTES O LUBRICANTES, DEL TIPO DE LAS UTILIZADAS EN LOS AUTOMOVILES	US-ESTADOS UNIDOS	637	2	11-NUMERO DE UNIDADES
UNIVERSIDAD DE CUENCA	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	ES-ESPAÑA	24,9	1	11-NUMERO DE UNIDADES
UNIVERSIDAD DE CUENCA	028-GUAYAQUIL	8413200000	BOMBAS MANUALES, EXCEPTO LAS DE LAS SUBPARTIDAS NOS 8413.11.00 U 8413.19.00	ES-ESPAÑA	3,69	1	11-NUMERO DE UNIDADES
RECOR DENTAL Y QUIMEDIC S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	CN-CHINA	91,17	4	11-NUMERO DE UNIDADES
COMERPOINT NEGOCIOS S.A.	028-GUAYAQUIL	8414100000	BOMBAS DE VACIO	US-ESTADOS UNIDOS	47,061	60	11-NUMERO DE UNIDADES

ANEXO 5 (COMPROMISOS PROVEEDOR)

1. Introducción:

Esta garantía está sujeta a las condiciones y limitaciones establecidas a continuación y ampara únicamente el equipo y sus componentes, cuyo modelo y serie están anotadas en este documento. Previo a la venta, Maquinarias Henriques C.A. garantiza, evalúa y verifica que el Equipo esté libre de defectos de fabricación. El comprador será el único responsable de adaptar el producto a un uso no recomendado y MAQUINARIAS HENRIQUES C.A. no comparte dicha responsabilidad, ni sus consecuencias directas o indirectas. La garantía limitada es exclusiva. No hay otras garantías, implícitas o reglamentarias, incluyendo no limitándose a cualquier garantía implícita de idoneidad comercial o adecuación para un fin determinado. Esta garantía no se ve afectada de ninguna manera por el hecho de que Maquinarias Henriques C.A. provea asistencia técnica o consejos al usuario.

2. Duración de la Garantía:

Maquinarias Henriques garantiza éste equipo en todos sus componentes por DOCE MESES contados a partir de la fecha factura, comprobable con la factura de venta, contra cualquier defecto de fabricación y/o mala construcción del equipo, por los que el equipo no preste el servicio normal, pertinente y de él esperado técnicamente según su diseño y capacidad. Esta garantía limitada no es transferible y se aplica únicamente al cliente y usuario original del producto por el tiempo que el producto le pertenezca a este cliente y usuario original.

3. Requisitos y Condiciones para Hacer Válida la Garantía:

EL EQUIPO DEBE HABER SIDO PUESTO EN MARCHA TENIENDO COMO MÍNIMO LAS PROTECCIONES GENERALES SIGUIENTES: CONTACTOR, BREAKER, RELÉ TÉRMICO DE SOBRECARGAS, SUPERVISOR DE FASE, Y ESTAR CORRECTAMENTE ATERRIZADO.

EN EL CASO DE MOTORES SUMERGIBLES Y BOMBAS, DEBE TENER ADEMÁS DE LAS PROTECCIONES GENERALES ANTES CITADAS, UN RELÉ DE CONTROL DE NIVEL.

EN EL CASO DE CONVERTIDORES DE FRECUENCIA, DEBE TENER ADEMÁS DE LAS PROTECCIONES GENERALES ANTES CITADAS, FUSIBLES DE DISPARO ULTRA RÁPIDO A LA ENTRADA CUANDO EL CASO LO AMERITE. EL CONVERTIDOR TAMBIÉN DEBE ESTAR DEBIDAMENTE PROTEGIDO CONTRA EXCESOS DE HUMEDAD, CALENTAMIENTO O INTEMPERIE, ES DECIR, DENTRO DE UN GABINETE METÁLICO, O CUMPLIR CON LA NORMA IP54.

4. Pasos para Regresar un Equipo por Garantía y Pautas para Reemplazo o Reparación:

- El comprador debe presentar en nuestras bodegas la factura original del equipo, junto con el equipo.
- Personal de Maquinarias Henriques C.A. llenará en presencia del Comprador o de quien lo represente, una forma de "Requisición de Servicio" y se le asignará un número.
- El equipo es ingresado a Maquinarias Henriques C.A. y sometido a una evaluación técnica que determine si aplica o no garantía.
- Si la garantía es aplicable, Maquinarias Henriques C.A. se reserva el derecho de honrarla de cualquiera de las siguientes maneras: reparando el equipo, reemplazando partes averiadas, entregando un equipo nuevo, o asignando un crédito por el valor que a juicio de Maquinarias Henriques C.A. cubra los componentes defectuosos del mismo para dejarlo operativo.
- Nuestro departamento técnico contactará al Comprador para informarle acerca de la resolución del caso y acordar detalles.

5.- Restricciones y Excepciones:

- La garantía no aplica a los datos del equipo consignados en la factura original no coinciden con los del equipo, han sido alterados o el equipo carezca del número de serie.
- La garantía no aplica cuando el producto hubiese sido alterado o reparado por personas no autorizadas por Maquinarias Henriques C.A.
- La garantía no cubre gastos de movilización, hospedaje y alimentación del personal técnico que deba desplazarse fuera de Guayaquil o Quito.
- La garantía no cubre daños resultantes de siniestros tales como incendios, fenómenos naturales o variaciones excesivas de voltaje.
- La garantía no ampara daños causados a cualquier otro dispositivo o equipo, incluso si Maquinarias Henriques C.A. ha sido informado de esta posibilidad.
- El monto invertido por Maquinarias Henriques C.A. en la garantía no rebasará bajo ninguna circunstancia el precio contratado por los bienes objeto del reclamo por garantía.
- El equipo debe haber sido usado con dispositivos que se ajusten a los estándares recomendados por la industria. Maquinarias Henriques C.A. no será responsable, en ningún evento, por cualquier daño directo o indirecto, pérdida de ganancias, pérdida de inversiones de negocios, pérdidas comerciales o interferencia con relaciones de negocios como resultado de mal funcionamiento del Equipo, ni horarios de abogados. Maquinarias Henriques C.A. tampoco es responsable por daños causados a cualquier otro dispositivo o equipo, incluso si Maquinarias Henriques C.A. ha sido informado de esta posibilidad.

6.- Esta garantía no es válida en los siguientes casos:

- Cuando el producto se hubiese utilizado en condiciones distintas a las normales.
- Cuando el producto no hubiese sido operado de acuerdo con el instructivo de uso que se la acompaña.
- Cuando los daños sufridos en el Equipo son resultado de accidente, abuso mal manejo, Instalación inadecuada, modificaciones o alteraciones, catástrofes naturales, uso erróneo o problemas con la energía eléctrica.

Equipo entregado y revisado por:

ACEPTACION DEL COMPRADOR:

ANEXO 6 (COMPARACIÓN COMPRAS VENTAS)

COMPRAS - PROYECCION						
AÑOS	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PROYECCIÓN MENSUAL	COMPRA UNIDADES ANUAL	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	
1	BOMBAS CENTRIFUGAS	8	96	16.961,51	203.538,12	
2	BOMBAS CENTRIFUGAS	11	132	24.569,10	294.829,26	
3	BOMBAS CENTRIFUGAS	14	168	32.671,60	392.059,14	
4	BOMBAS CENTRIFUGAS	15	180	37.589,25	451.071,02	
5	BOMBAS CENTRIFUGAS	17	204	42.689,47	512.273,69	
VENTAS PROYECCIÓN						
AÑOS	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	PROYECCIÓN MENSUAL	VENTAS UNIDADES ANUAL	VALOR VENTAS MENSUAL	VENTAS ANUAL	
1	BOMBAS CENTRIFUGAS	8	96	24.478,13	293.737,55	
2	BOMBAS CENTRIFUGAS	11	132	35.415,27	424.983,22	
3	BOMBAS CENTRIFUGAS	14	168	45.854,76	550.257,12	
4	BOMBAS CENTRIFUGAS	15	180	52.598,30	631.179,63	
5	BOMBAS CENTRIFUGAS	17	204	59.882,15	718.585,84	
AÑOS	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	CANT. ANUAL (BOMBAS C.	INGRESO MENSUAL	COSTO MENSUAL	MARGEN	%
1	Bombas Centrífugas	96	293.737,55	203.538,12	90.199,43	30,71
2	Bombas Centrífugas	132	424.983,22	294.829,26	130.153,97	30,63
3	Bombas Centrífugas	168	550.257,12	392.059,14	158.197,98	28,75
4	Bombas Centrífugas	180	631.179,63	451.071,02	180.108,61	28,54
5	Bombas Centrífugas	204	718.585,84	512.273,69	206.312,15	28,71

ANEXO 6 (PASIVOS CIRCULANTES)

PASIVOS CIRCULANTES						
	Pasivos circulantes	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO	AÑO
		1	2	3	4	5
(+)	Pago del principal	0	0	0	0	0
(+)	Costos de Ventas	208.736,52	300.027,66	397.257,54	454.669,42	515.872,09
(+)	Costos Administrativos	65.556,66	69.427,91	71.788,12	74.115,61	76.538,40
(+)	Costos de Produccion	0	0	0	0	0
(+)	Costos Financieros	0	0	0	0	0
(-)	Depreciaciones	5.198,40	5.198,40	5.198,40	3.598,40	3.598,40
(=)	TOTAL ANUAL	60.358,26	64.229,51	66.589,72	70.517,21	72.940,00

ANEXO 7 (CÁLCULO COSTOS EQUIPO UNITARIO)

		COSTO DE VENTA						
CANTIDAD	PRECIO COMPRA	COMISION C/U	TOTAL	TRANSPORTE	SUELDO BASICO	COSTO	COSTO UNITARIO	
		2%	COMISIÓN	80,00	366,00	TOTAL		
2	1.252,89	25,06	50,12	26,67	122,00	198,79	1.451,68	
2	2.100,00	42,00	84,00	26,67	122,00	232,67	2.332,67	
2	3.451,42	69,03	138,06	26,67	122,00	286,73	3.738,15	
			272,17	80,01	366,00	718,18	7.522,49	

ANEXO 8 (ANÁLISIS FINANCIERO)

b) RAZONES

LIQUIDEZ =	* Activo Corriente

	** Pasivo Corriente
LIQUIDEZ =	293737,55

LIQUIDEZ =	208736,52

LIQUIDEZ =	1,44

La empresa por cada dólar \$ 1 de deuda de pago inmediato, cuenta con \$ 1.44 disponibles de forma inmediata para pagar esa deuda.

* Activo Corriente =	Todos los ingresos generados durante el ejercicio	
** Pasivo Corriente =	Todas las obligaciones generadas durante el ejercicio	
INDICE DE ENDEUDAMIENTO TOTAL =	Total Pasivo	

INDICE DE ENDEUDAMIENTO TOTAL =	0,00	

INDICE DE ENDEUDAMIENTO TOTAL =	0,00	0,00

ANEXO 9 (RENTABILIDAD)

RENTABILIDAD =	Utilida Neta	
	Ventas	
RENTABILIDAD =	18090,02	
	85001,03	
RENTABILIDAD =	21%	21,28
La ganancia de la empresa es el 21,28% de las ventas totales.		