



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA  
INDOAMÉRICA  
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y  
NEGOCIOS  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA:**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE  
LEASING Y COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA INDUSTRIAL  
PARA EL CANTÓN MONTUFAR, EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

---

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Licenciado(a) en  
Administración de Empresas

**Autor(a)**

Tirira Narváez Anthony Steven

**Tutor(a)**

Msc. Ivanna Sánchez

QUITO – ECUADOR

2023

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

Yo, Anthony Steven Tirira Narváez declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LEASING Y COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA INDUSTRIAL PARA EL CANTÓN MONTUFAR, EN LA PROVINCIA DEL CARCHI”, como requisito para optar al grado de Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas y 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 del 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, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 03 días del mes de agosto de 2023, firmo conforme:

Autor: Anthony Steven Tirira Narváez



Firma: .....

Número de Cédula: 1750123224

Dirección: Provincia, ciudad, Parroquia, Barrio.

Correo Electrónico: steventirira2@gmail.com

Teléfono: 0984735884

## **APROBACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LEASING Y COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA INDUSTRIAL PARA EL CANTÓN MONTUFAR, EN LA PROVINCIA DEL CARCHI”, presentado por Anthony Steven Tirira Narváez para optar por el Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas

### **CERTIFICO**

Que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte de los Lectores que se designen.

Quito, 03 de agosto del 2023

.....

Msc. Sánchez Montero Ivanna Karina

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor

Quito, 03 de agosto 2023



.....  
Anthony Steven Tirira Narváez  
175012322-4

## **APROBACIÓN LECTORES**

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LEASING Y COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA INDUSTRIAL PARA EL CANTÓN MONTUFAR, EN LA PROVINCIA DEL CARCHI”, previo a la obtención del Título de Licenciado(a) en Administración de Empresas, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 03 de agosto de 2023

.....

Eco. Mercedes Galarraga  
LECTOR

.....

PhD. Parvaneh  
Saedi  
LECTOR

## **DEDICATORIA**

*Para mis seres queridos, quienes me  
inspiran y apoyan cada día*

## **AGRADECIMIENTO**

*A mis queridos padres, en especial a mi papá por su amor, aliento y paciencia han sido fundamentales en cada paso de este viaje académico. Desde los días de estudio agotadores hasta las noches de preocupación y dudas, siempre estuvieron allí para escucharme, motivarme y recordarme la importancia de perseguir mis sueños.*

*Adicional, quiero extender mi fervoroso agradecimiento a los profesionales que me aportaron sus conocimientos para ser un gran profesional.*

## INDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	I
AUTORIZACIÓN PARA EL REPOSITORIO DIGITAL .....	II
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	III
INTRODUCCIÓN .....	1

### CAPITULO I

<b>MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN .....</b>	<b>2</b>
1.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	2
1.2 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS DEL PRODUCTO O SERVICIO .....	2
<i>Fundamentación del Servicio o Producto.....</i>	2
<i>Tabla de características del producto o servicio.....</i>	4
1.3 MERCADO .....	5
<i>Público objetivo de su producto o servicio .....</i>	5
Categorización de sujetos .....	5
Estudio de Segmentación .....	6
Plan de muestreo.....	8
Instrumentos para recopilar información.....	9
Diseño y recolección de información. ....	13
Análisis e Interpretación.....	13
1.4 DEMANDA POTENCIAL .....	21
1.5 ANALISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	22
<i>Análisis del micro ambiente.....</i>	22
<i>Análisis del macro ambiente.....</i>	24
<i>Proyección de la oferta. ....</i>	28
1.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA .....	28
1.7 DISEÑO DE MARCA (BRANDING).....	29
1.8 ESTRATEGIAS DE MARKETING .....	31
1.9 PLAN DE COMUNICACIÓN .....	31
<b>OPERACIONES.....</b>	<b>35</b>
2.1 OBJETIVO DEL CAPÍTULO.....	35
2.2 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO .....	35
<i>Descripción de instalaciones, equipos y personas.....</i>	39
<i>Tecnología a aplicar .....</i>	47
<i>Factores que afectan las operaciones.....</i>	47
2.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	48
<i>Capacidad de Producción Futura.....</i>	48
2.4 DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCION .....	49
<i>Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar. ....</i>	49

2.5	CALIDAD.....	51
	<i>Método de Control de Calidad.....</i>	<i>51</i>
2.6	NORMATIVA Y PERMISOS QUE AFECTAN LA INSTALACIÓN DEL NEGOCIO.....	52
	<i>Seguridad e higiene ocupacional.....</i>	<i>52</i>
<b>ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN.....</b>		<b>54</b>
3.1	OBJETIVO DEL CAPÍTULO .....	54
3.2	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	54
	<i>Visión de la Empresa.....</i>	<i>54</i>
	<i>Misión de la Empresa.....</i>	<i>54</i>
	<i>Objetivos y estrategias.....</i>	<i>54</i>
3.3	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA .....	57
	<i>Organización Interna.....</i>	<i>57</i>
	<i>3.4 Descripción de puestos.....</i>	<i>58</i>
3.5	CONTROL DE GESTIÓN .....	62
	<i>Indicadores de gestión.....</i>	<i>62</i>
	NECESIDADES DE PERSONAL .....	63
<b>4.</b>	<b>JURÍDICO LEGAL .....</b>	<b>64</b>
4.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	64
4.2	DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA .....	64
4.3	REGISTROS DE MARCAS .....	67
<b>5.</b>	<b>EVALUACIÓN FINANCIERA .....</b>	<b>69</b>
5.1	OBJETIVOS DEL CAPÍTULO.....	69
5.2	PLAN DE INVERSIONES .....	69
5.3	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	71
	<i>Mano de Obra.....</i>	<i>71</i>
	<i>Depreciación.....</i>	<i>71</i>
	<i>Proyección de la depreciación.....</i>	<i>72</i>
	<i>Detalle de Costos.....</i>	<i>73</i>
	<i>Proyección de Costos.....</i>	<i>74</i>
	<i>Detalle de Gastos.....</i>	<i>75</i>
	<i>Proyección Gastos.....</i>	<i>76</i>
5.4	PLAN DE FINANCIAMIENTO .....	77
	<i>Forma de financiamiento.....</i>	<i>77</i>
5.5	CÁLCULO DE INGRESOS .....	79
	<i>Proyección de Ingresos.....</i>	<i>79</i>
5.6	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	81
5.7	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	82
5.8	FLUJO DE CAJA .....	83
5.9	EVALUACIÓN FINANCIERA .....	85
	<i>Indicadores.....</i>	<i>85</i>
	<i>Valor Actual Neto (VAN).....</i>	<i>85</i>
	<i>Tasa Interna de Retorno (TIR).....</i>	<i>86</i>
	<i>Beneficio Costo.....</i>	<i>86</i>
	<i>Período de Recuperación.....</i>	<i>87</i>

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1.</b> Características del producto o servicio.....	4
<b>Tabla 2.</b> Categorización de sujetos.....	6
<b>Tabla 3.</b> Dimensión Conductual.....	6
<b>Tabla 4.</b> Dimensión Geográfica.....	7
<b>Tabla 5.</b> Dimensión Demográfica.....	7
<b>Tabla 6.</b> Variables de muestreo – Personas Jurídicas o Sociedades.....	8
<b>Tabla 7.</b> Métodos de recolección.....	9
<b>Tabla 8.</b> Métodos de Recolección.....	10
<b>Tabla 9.</b> Métodos de Recolección.....	10
<b>Tabla 10.</b> Fuentes secundarias de Información.....	11
<b>Tabla 11.</b> Instrumento de recolección de información – Cuestionario aplicado a las compañías.....	12
<b>Tabla 12.</b> ¿La empresa dentro de que categoría/tamaño se encuentra?.....	13
<b>Tabla 13.</b> ¿La empresa en que sector económico desarrolla sus actividades productivas?.....	13
<b>Tabla 14.</b> ¿La empresa posee la capacidad financiera de adquirir maquinaria industrial?.....	14
<b>Tabla 15.</b> ¿Con que frecuencia se renuevan los equipos industriales en su empresa?.....	15
<b>Tabla 16.</b> Usted considera que el leasing (arrendamiento o alquiler) de maquinaria industrial sería un gran apoyo para aquellas empresas que no se encuentran en la capacidad de adquirir un activo por su situación financiera.....	16
<b>Tabla 17.</b> ¿Conoce sociedades o empresas dedicadas al leasing (arrendamiento de activos fijos) de maquinaria industrial?.....	17
<b>Tabla 18.</b> ¿Seleccione que tipo de maquinaria utiliza para la producción de su bien o servicio?.....	17
<b>Tabla 19.</b> Estaría dispuesto a contratar un servicios de leasing para disminuir gastos inmersos en los activos fijos (depreciaciones, mantenimiento y reparaciones); para así efectuar inversiones para el desarrollo productivo del negocio.....	18
<b>Tabla 20.</b> ¿Con que frecuencia consideraría contratar los servicios de leasing?.....	19
<b>Tabla 21.</b> ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de leasing?.....	20
<b>Tabla 22.</b> Tendencia De La Demanda.....	22
<b>Tabla 23.</b> Factores Claves de Éxito.....	25
<b>Tabla 24.</b> Matriz de Perfil Competitivo (MPC).....	26
<b>Tabla 25.</b> Proyección de la Oferta - Leasing.....	28
<b>Tabla 26.</b> Demanda Potencial Insatisfecha - Empresas.....	28
<b>Tabla 27.</b> Estrategias - Producto.....	31
<b>Tabla 28.</b> Estrategias - Precio.....	32
<b>Tabla 29.</b> Estrategias - Plaza o Canal de Distribución.....	33
<b>Tabla 30.</b> Estrategias de Promoción.....	34
<b>Tabla 31.</b> Tabla de actividades – método directo leasing.....	37
<b>Tabla 32.</b> Descripción de Equipos.....	40
<b>Tabla 33.</b> Actividades - hora hombre.....	46
<b>Tabla 34.</b> Tecnología a Aplicar.....	47
<b>Tabla 35.</b> Factores que afectan las operaciones.....	47
<b>Tabla 36.</b> Capacidad Productiva.....	49
<b>Tabla 37.</b> Grado de Sustitución.....	50
<b>Tabla 38.</b> Datos Ejercicio - Herramienta de Control de la Calidad.....	51
<b>Tabla 39.</b> Tabla de Frecuencia. Herramienta de Control de la Calidad.....	51
<b>Tabla 40.</b> Matriz FODA.....	55
<b>Tabla 41.</b> Descripción de puestos - Gerente General.....	58
<b>Tabla 42.</b> Descripción de puestos - Gerente RRHH.....	59
<b>Tabla 43.</b> Permisos de funcionamiento.....	67
<b>Tabla 44.</b> Pasos para el registro de marca.....	68
<b>Tabla 45.</b> Plan de inversiones.....	69

<b>Tabla 46.</b> <i>Capital de Trabajo</i> .....	70
<b>Tabla 47.</b> <i>Rol de pagos</i> .....	71
<b>Tabla 48.</b> <i>Rol de provisiones</i> .....	71
<b>Tabla 49.</b> <i>Depreciación</i> .....	72
<b>Tabla 50.</b> <i>Proyección de depreciación</i> .....	72
<b>Tabla 51.</b> <i>Detalle de Costos</i> .....	73
<b>Tabla 52.</b> <i>Costos</i> .....	74
<b>Tabla 53.</b> <i>Proyección de Costos</i> .....	74
<b>Tabla 54.</b> <i>Gastos Administrativos</i> .....	75
<b>Tabla 55.</b> <i>Gastos de Venta</i> .....	75
<b>Tabla 56.</b> <i>Gastos Financieros</i> .....	75
<b>Tabla 57.</b> <i>Proyección de Gastos</i> .....	76
<b>Tabla 58.</b> <i>Forma de Financiamiento</i> .....	77
<b>Tabla 59.</b> <i>Tabla de Amortización</i> .....	77
<b>Tabla 60.</b> <i>Cálculo Ingresos</i> .....	79
<b>Tabla 61.</b> <i>Proyección de Ingresos</i> .....	80
<b>Tabla 62.</b> <i>Datos Punto de Equilibrio</i> .....	81
<b>Tabla 63.</b> <i>Estado de resultados Proyectado</i> .....	82
<b>Tabla 64.</b> <i>Flujo de Caja</i> .....	83

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1.</b> <i>¿La empresa dentro de que categoría/tamaño se encuentra?</i> .....	13
<b>Gráfico 2.</b> <i>¿La empresa en que sector económico desarrolla sus actividades productivas?</i> .....	14
<b>Gráfico 3.</b> <i>¿La empresa posee la capacidad financiera de adquirir maquinaria industrial?</i> ....	14
<b>Gráfico 4.</b> <i>¿Con que frecuencia se renuevan los equipos industriales en su empresa?</i> .....	15
<b>Gráfico 5.</b> <i>Usted considera que el leasing (arrendamiento o alquiler) de maquinaria industrial sería un gran apoyo para aquellas empresas que no se encuentran en la capacidad de adquirir un activo por su situación financiera</i> .....	16
<b>Gráfico 6.</b> <i>¿Conoce sociedades o empresas dedicadas al leasing (arrendamiento de activos fijos) de maquinaria industrial?</i> .....	17
<b>Gráfico 7.</b> <i>¿Seleccione que tipo de maquinaria utiliza para la producción de su bien o servicio?</i> .....	18
<b>Gráfico 8.</b> <i>Estaría dispuesto a contratar un servicio de contratar servicios de leasing para disminuir gastos inmersos en los activos fijos (depreciaciones, mantenimiento y reparaciones); para así efectuar inversiones para el desarrollo productivo del negocio</i> .....	19
<b>Gráfico 9.</b> <i>¿Con que frecuencia consideraría contratar los servicios de leasing?</i> .....	20
<b>Gráfico 10.</b> <i>¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de leasing?</i> .....	21
<b>Gráfico 11.</b> <i>Tendencia de la Demanda</i> .....	22
<b>Gráfico 12.</b> <i>Diagrama de Pareto</i> .....	52
<b>Gráfico 13.</b> <i>Organigrama Estructural</i> .....	57
<b>Gráfico 14.</b> <i>Organigrama Funcional</i> .....	58
<b>Gráfico 15.</b> <i>Punto de Equilibrio</i> .....	81

## ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1. Logotipo</i> .....	29
<i>Figura 3. Zonificación</i> .....	39

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE LEASING Y COMERCIALIZACIÓN DE MAQUINARIA INDUSTRIAL PARA EL CANTÓN MONTUFAR, EN LA PROVINCIA DEL CARCHI**

**AUTOR: Anthony Steven Tirira Narváez**

**TUTOR: Msc. Ivanna Sánchez**

**RESUMEN EJECUTIVO**

Leasing Industrial A.S.T.N S.A es un proyecto empresarial dedicado a ofertar al mercado leasing de maquinaria industrial para procesos productivos. Nuestra misión es brindar servicios de leasing de maquinaria industrial, solventando las necesidades del mercado manufacturero, orientados a la innovación, integridad, fiabilidad, relación calidad-precio y a la mejora continua para cooperar a un futuro sostenible. Leasing Industrial A.S.T.N S.A nace con la intención de potenciar un sector económico poco explotado, principalmente en la provincia del Carchi cantón Montufar. Hemos identificado un incremento en la demanda de sociedades con dificultades financieras para adquirir activos fijos (maquinaria) que aporten valor a su cadena de producción. El sector industrial cada año, experimenta un incremento considerable, es por ello que el presente proyecto se enfoca en satisfacer la demanda de aquellas sociedades que buscan producir sus productos, pero no poseen la capacidad financiera para adquirir en su totalidad maquinaria industrial que aporte al proceso productivo. El modelo de negocio se basa en la suscripción mensual, trimestral, semestral o anual; mediante un acuerdo legal (contrato de leasing) de acuerdo a las necesidades de los clientes. Donde, al final del periodo el cliente puede considerar mantener el activo fijo como propiedad, tomando las mensualidades pagadas como parte de pago del valor total del activo y la diferencia se llegará a un acuerdo de pago. Nuestra estrategia se centra en la expansión gradual a través de la ciudad, comenzando por áreas no explotadas por el sector industrial, pero con gran potencial de crecimiento. Posterior, a un análisis exhaustivo del mercado y los costos operativos que conlleva el proyecto, proyectamos alcanzar un punto de equilibrio en los primeros 12 meses y generar un flujo de caja positivo a partir del primer año de operación y recuperar la inversión en 5 años y 7 meses. La meta del proyecto es lograr una cuota de mercado en la provincia del Carchi en los próximos dos años, y así posteriormente expandirnos a nuevos mercados e incrementar la capacidad de producción. Leasing Industrial A.S.T.N S.A es una propuesta empresarial emocionante y con

gran potencial en el mercado de industrial y de la manufactura. Nuestra visión es consolidar nuestra marca y ser una empresa líder en el sector industrial, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes mediante la oferta de equipos de alta calidad y generando confianza por medio de la mejora continua en los procesos organizacionales; mediante un equipo experimentado y un sólido plan de acción, estando listos para accionar la estrategia planteada y convertirnos en la opción preferida para aquellos consumidores que buscan el crecimiento de su negocio.

**DESCRIPTORES:** leasing, maquinaria industrial, propuesta empresarial.

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA**  
**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**THEME: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF AN INDUSTRIAL MACHINERY LEASING AND MARKETING COMPANY FOR THE CANTON OF MONTUFAR IN THE PROVINCE OF CARCHI.**

**AUTHOR:** Anthony Steven Tirira Narváez

**TUTOR:** Msc. Ivanna Sanchez

**ABSTRACT**

Leasing Industrial A.S.T.N S.A is a business project dedicated to offering the market leasing of industrial machinery for production processes. Our mission is to provide industrial machinery leasing services, meeting the needs of the manufacturing market, oriented towards innovation, integrity, reliability, value for money and continuous improvement to cooperate for a sustainable future. Leasing Industrial A.S.T.N S.A was born with the intention of promoting a little exploited economic sector, mainly in the province of Carchi canton Montufar. We have identified an increase in demand from companies with financial difficulties to acquire fixed assets (machinery) that add value to their production chain. The industrial sector experiences a considerable increase every year, which is why this project focuses on satisfying the demand of those companies that seek to produce their products, but do not have the financial capacity to fully acquire industrial machinery that contributes to the process. productive. The business model is based on the monthly, quarterly, semi-annual or annual subscription; through a legal agreement (leasing contract) according to the needs of the clients. Where, at the end of the period, the client can consider keeping the fixed asset as property, taking the monthly payments paid as part of the payment of the total value of the asset and the difference will be reached in a payment agreement. Our strategy focuses on gradual expansion throughout the city, beginning in areas not exploited by the industrial sector, but with great growth potential. After an exhaustive analysis of the market and the operating costs involved in the project, we plan to reach a break-even point in the first 12 months and generate a positive cash flow from the first year of operation and recover the investment in 5 years and 7 months. The goal of the project is to achieve a market share in the province of Carchi in the next two years, and thus later expand into new markets and increase production capacity. Leasing Industrial A.S.T.N S.A is an exciting business proposal with great potential in the industrial and manufacturing market. Our vision is to consolidate our brand and be a leading company in the industrial

sector, satisfying the needs of our clients by offering high-quality equipment and generating trust through continuous improvement in organizational processes; through an experienced team and a solid action plan, being ready to activate the proposed strategy and become the preferred option for those consumers who seek the growth of their business.

**KEYWORDS:** leasing, industrial machinery, business proposal.

**(FIRMA Y SELLO DEPARTAMENTO DE IDIOMAS)**

## INTRODUCCIÓN

La industria ecuatoriana es pilar fundamental para el crecimiento económico, pues posee la capacidad de influenciar en las diferentes variables macroeconómicas de un país o región proporcionando estabilidad y mejoramiento económico; por tal razón el presente plan de negocios se enfoca en establecer una empresa dedicada al leasing y comercialización de maquinaria industrial en la provincia del Carchi, Cantón Montúfar, con la finalidad de industrializar a un sector con gran potencial de desarrollo en el sector agrícola, agropecuario, minero, farmacéuticos, alimentario, etc. (Banco Central del Ecuador, 2022)

En el Ecuador existe gran variedad de empresas que ofertan al mercado bienes o servicios clasificándose de acuerdo con el sector y actividad económica. En nuestro país, existen empresas del sector industrial dedicadas a la transformación de materias primas en productos terminados, ofreciendo al mercado productos capaces de cubrir las necesidades del consumidor. Normalmente, estas empresas poseen una inversión y capital social que les permite obtener activos fijos y acceso a maquinaria con alta tecnología, favoreciendo a la producción de bienes. (Banco Central del Ecuador, 2022)

Es por ello, que el presente plan de negocios se enfoca en otorgar el acceso a transformar la materia prima en un producto terminado, sin la necesidad de obtener activos fijos, permitiendo que ese capital sea direccionado a la inversión; evitándose inmovilizar fondos para la adquisición de bienes muebles.

El desarrollo del plan de negocios se enfoca en determinar el público objetivo y la factibilidad del proyecto, mediante análisis de la oferta – demanda, estudios de mercado y proyecciones financieras y de inversión.

# **CAPITULO I**

## **Mercado y Comercialización**

### **1.1 Objetivo del Capítulo**

Localizar clientes potenciales para la comercialización y leasing de maquinaria industrial, por medio del estudio de mercado y análisis de la Oferta y Demanda de forma que permita una segmentación óptima y factible de los futuros clientes de la organización.

### **1.2 Antecedentes investigativos del producto o servicio**

#### **Fundamentación del Servicio o Producto.**

El vocablo “leasing” se origina del verbo en inglés “to lease”, su traducción y significado es arrendar. El arrendamiento viene empleándose hace miles de años, Carlos Vidal en su obra “El Leasing una innovación en la técnica de financiación” publicada en el año de 1997 por medio del Instituto de Estudios Fiscales de Madrid, detalla que el servicio de leasing ya se ejecutaba hace 1800 años a.C en las sociedades y culturas antiguas. El modelo de leasing se utilizó en Babilonia en donde se estableció un Código Normativo denominado “Código de Hammurabi”, donde se enfatizaba reglas respecto al arrendamiento de animales y bienes para el uso para trabajos agrícolas y de construcción. (Blanco, 1977). Así mismo, en la antigua Grecia se acordaron contratos de Leasing, arrendando esclavos, embarcaciones y tierras; en los años 370 a.C se celebró un contrato de leasing entre el almirante Phormion y Pasión un conocido banquero de la época, quien era el propietario de una embarcación cediendo su activo bajo el modelo de leasing a Phormion. Por otra parte, se realizaban operaciones de Leasing de mano de obra; Jenofonte en los años 404 a.C arrendó aproximadamente a 13000 esclavos para trabajos forzados en una mina. El leasing en la sociedad griega se propagó con gran velocidad, pues otorgaba solidez económica y altas ganancias (Blázquez, López Melero, & Sayas, 1999). Otro antecedente del leasing, se deriva al Imperio Romano donde se solían alquilar barcos, terrenos y animales, con la finalidad originar un usufructo por los bienes cedidos (Gomez, 2005)

El leasing de activos se ha venido desarrollando a lo largo del tiempo pasando por la

Edad Antigua, Media hasta alcanzar la segunda revolución industrial donde los principales capitalistas arrendaban sus bienes para la extracción de minerales y así es como el servicio de leasing surge como tal en los EEUU a inicios de la década de los 50', donde este tipo de operaciones aparecen como un nuevo producto de categoría financiera, permitiendo hallar alternativas de acceso de bienes de inversión a empresas que se les imposibilitaba el uso y adquisición de activos. El leasing siendo una operación que posibilita el arrendamiento del bien inmueble, viabilizando el disponer del bien sin aplicar una inversión fuerte para su adquisición y así evitando incurrir en gastos sobre los activos fijos. (Incio Farroñan, 2019)

Entonces, en varios países se ha intentado la traducción de la palabra para especificar el uso de esta figura de tipo mercantil; en Francia, por ejemplo, desde el año 1966 se suele utilizar el término "equipment bail" (equipamiento de arriendo) (Martínez, 2002). En el Ecuador, el término usado por la legislación es "arrendamiento" y sustenta su cumplimiento mediante Código Civil y Código de Comercio. Según el autor Gustavo Abdo en su publicación "Alternativas de financiamiento a la pequeña y mediana industria en el Ecuador" de los años 1993, plantea que los servicios de leasing en nuestro país surgen en el año de 1978 durante el Gobierno de Alente. Alfredo Poveda, donde se decretó la Ley de Arrendamiento Mercantil; anteriormente el leasing en el Ecuador se manejaba bajo el método tradicional de arrendamiento y carecía de reglamentos u obligaciones. Una vez establecido ese reglamento en el año de 1979, se constituye la primera entidad de Leasing en el Ecuador siendo vigilada y controlada por la Superintendencia de Compañías, regulada por la Junta Monetaria y la Superintendencia de Bancos y Seguros. (Abdo, 1993)

Una vez detallado los antecedentes del leasing de forma global y específica, el presente plan de negocio se desarrolla con la finalidad de establecer una empresa de leasing y comercialización de maquinaria industrial en la provincia del Carchi, Cantón Montufar; empresa dedicada a ofertar el servicio de operación de tipo mercantil denominado leasing que consiste en la adquisición de forma temporal por parte del CLIENTE del bien mueble. El servicio que oferta la organización se enfoca en el leasing bajo la modalidad operativa y operativo con mantenimiento; se oferta el leasing directo y por su objeto de mobiliario encontrando principalmente gestionar el arrendamiento de maquinaria industrial de empaquetado, de procesamiento, etiquetado y envasado; para la producción en el sector farmacéutico, actividades agroindustriales, agropecuarias y alimentarias. (Fraile Bayle & Martín , 1997)

Este servicio de leasing o arrendamiento mercantil se lleva a cabo cuando el cliente o parte contratante dispone de la necesidad de utilizar el bien mueble para producir su bien y

así incrementar la rentabilidad y productividad de su negocio; las empresas pueden hacer uso del servicio, sin que les represente un desembolso de alto y ponga en riesgo su capacidad financiera y económica futura. (Valverde Quintana, 2020)

### Tabla de características del producto o servicio

*Tabla 1. Características del producto o servicio*

<b>Beneficios del leasing de maquinaria industrial</b>			
<b>Arrendador</b>	Productores, importadores y distribuidores	<b>Mantenimiento y reparación</b>	A cuenta del arrendatario
<b>Plazo del convenio</b>	Corto, mediano y largo plazo	<b>Obsolescencia</b>	A cuenta del arrendatario
<b>Tipo de convenio</b>	De arrendamiento – revocable por el arrendatario con aviso anticipado	<b>Riesgo del arrendador</b>	Ninguno
<b>Fin</b>	Ofertar un servicio	<b>Riesgo del arrendatario</b>	Técnicos y financieros
<b>Máquinas de sellado de empaquetado</b>	Máquina de embalaje y sellado automático de apertura de caja de cartón, esta máquina es principalmente adecuado para la bebida de la botella de vidrio, como cerveza, vino, champán, etc.		
<b>Selladora de tubos colapsibles</b>	Equipo ideal para sellado de tubos colapsibles de plástico, utilizados para el envasado de diversos productos como pasta de dientes, cosméticos, aceite, alimentos, suministros industriales, etc.		
<b>Máquina de llenado y sellado de agua de bolsas de plástico</b>	Esta serie se utiliza ampliamente en el embalaje de bolsas de leche, leche de soja, todo tipo de bebidas, soja, vinagre, vino amarillo, etc. Todos los procedimientos de embalaje: esterilización por rayos ultravioletas, moldeo de bolsas, impresión de fechas, llenado con cantidad fija, sellado, corte y numeración es lo que realiza esta máquina.		
<b>Máquina de moldeo por soplado</b>	Máquina completamente automática de moldeo por soplado, adecuada para la producción de PET (Tereftalato de polietileno) /PE (Polietileno) y PP (Polipropileno) de envases de plástico y botellas de todas formas.		

- 
- Posibilita efectuar inversiones para el desarrollo productivo del negocio.
  - Aporta la posibilidad de disfrutar del activo fijo sin desembolsar capital que ponga en riesgo al negocio por endeudamiento.
  - Al no ser un activo fijo propio, no se refleja en el balance de situación financiera.
  - No incurre en gastos inmersos en los activos fijos. (mantenimiento, reparaciones, depreciaciones)
  - Los gastos de alquiler son totalmente deducibles beneficiándose tributaria y fiscalmente.
  - Los cargos de mantenimiento corren bajo la entidad o compañía encargada de ofrecer el servicio de leasing.
  - En caso de que la maquinaria pose las características que requiere el cliente, este podrá adquirirlo bajo ciertas condiciones.
- 

*Elaborado por: El Autor*

### **1.3 Mercado**

#### **Público objetivo de su producto o servicio**

Acorde a lo analizado el público objetivo que se pretende abarcar en este plan de negocio, se enfoca al sector industrial específicamente a empresas pertenecientes al Régimen Único de Contribuyentes (RUC) con estructura esquemática de Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIU), tipo A (Agricultura, Ganadería, Silvicultura Y Pesca), tipo B (Explotación De Minas Y Canteras), tipo C (Industrias Manufactureras) y tipo H (Transporte y Almacenamiento); que desarrollen sus actividades productivas en la provincia del Carchi, cantón Montufar. Sociedades que estén en búsqueda de alternativas productivas rentables, con bajo riesgo e inversión.

#### **Categorización de sujetos**

Los clientes potenciales para el servicio de leasing de maquinaria industrial serán las personas jurídicas con estructura esquemática de Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIU) detallada anteriormente. (Tipos A, B, C y H) que requieran necesariamente un bien mueble para la producción de sus bienes y que no posean la capacidad financiera suficiente para adquirir maquinaria industrial.

*Tabla 2. Categorización de sujetos*

<b>Categoría</b>	<b>Sujeto</b>
<b>¿Quién compra?</b>	Personas Jurídicas
<b>¿Quién usa?</b>	Personas Jurídicas con estructura esquemática de Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU) detallada anteriormente. (Tipos A, B, C y H)
<b>¿Quién decide?</b>	Juntas Directivas - Junta de accionistas
<b>¿Qué influye?</b>	Capacidad financiera

*Elaborado por: El Autor*

Una vez realizada la categorización de sujetos, se lleva a cabo la dimensión conductual, primero detallando que tipo de necesidad buscamos cubrir con el servicio que se ofrece, por lo que, tomando como base la Pirámide de Maslow se ha definido que la necesidad que se busca cubrir es la de reconocimiento, pues toda compañía está en búsqueda de incrementar su producción, ventas y con ello su reputación; y el servicio de leasing se vincula a este tipo de necesidad permitiendo incrementar el reconocimiento, respeto y autoestima al poseer la capacidad de satisfacer las necesidades del mercado.

Por otra parte, se determina que tipo de compra llevará a cabo el cliente del servicio de leasing de maquinaria industria, definiendo que, el tipo de compra será por comparación, debido a que, muchas de las veces los consumidores buscan la conveniencia de los precios y se inclinan por que producto o servicio les otorga mayor rentabilidad.

La relación con la marca es nula, pues la marca recién esta en la etapa de planeación buscando definir el rumbo para ingresar de manera óptima al mercado; siendo un servicio donde los consumidores ven con buenos ojos y con actitud positiva el adquirir el servicio de leasing para poder producir su producto.

### **Estudio de Segmentación**

*Tabla 3. Dimensión Conductual*

<b>Variable</b>	<b>Descripción</b>
<b>Tipo De Necesidad:</b>	Reconocimiento
<b>Tipo De Compra:</b>	Comparación
<b>Relación Con La Marca:</b>	No
<b>Actitud Frente Al Producto:</b>	Positiva

*Elaborado por: El Autor*

El leasing se enfoca en otorgar al cliente el activo fijo en su totalidad siendo operado por el personal propio, mediante un contrato de leasing que es celebrado normalmente en bimestres, cuatrimestres, semestres y de forma anual; donde se le otorga el bien mueble con la opción de comprarlo, tomando como forma de abono al precio final los pagos generados durante el servicio de leasing.

Una vez claro este tema, se procede a realizar la segmentación geográfica, enfocados en las sociedades, de la provincia de Carchi, Cantón Montufar, lugar donde se busca implementar el presente proyecto.

*Tabla 4. Dimensión Geográfica*

<b>Variable</b>	<b>Descripción</b>	<b>No Empresas</b>
<b>País</b>	Ecuador	270.509
<b>Provincia</b>	Carchi	595
<b>Cantón</b>	Montufar	99

*Elaborado por: El Autor*

*Fuente: Instituto de Estadística y Censos (INEC)*

En la dimensión demográfica la segmentación para las personas jurídicas o sociedades será para aquellas empresas vinculadas a la estructura esquemática de Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU) detallada anteriormente (Tipos A, B, C y H); siendo indiferente el tipo de sociedad y el tamaño de la misma.

*Tabla 5. Dimensión Demográfica*

<b>Variable</b>	<b>Descripción</b>	<b>No Empresas</b>
<b>Tamaño</b>	Grande, Mediana, pequeña y micro empresa	595
<b>Tipo De Sociedad</b>	Cia. Ltda, S.A, etc.	595
<b>Ocupación</b>	Vinculados a la rama de actividad tipo A, Tipo C, Tipo H y Tipo Q	99

*Elaborado por: El Autor*

*Fuente: Instituto de Estadística y Censos (INEC) – Catastro Servicio de Rentas Internas (SRI)*

## Plan de muestreo

Para aplicar la técnica de muestreo se toma los datos ya identificados de las empresas o personas jurídicas que desarrollan actividades productivas de acuerdo con estructura esquemática de Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU), tipo A (Agricultura, Ganadería, Silvicultura Y Pesca), tipo B (Explotación De Minas Y Canteras), tipo C (Industrias Manufactureras) y tipo H (Transporte y Almacenamiento). (Servicio de Rentas Internas, 2023)

Según la Super Intendencia de Compañías y el Servicio de Rentas Internas el total de entidades constituidas y con establecimiento en la provincia del Carchi son 595 (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2023); y empresas vinculadas a la estructura esquemática de Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIIU) de tipo A (Agricultura, Ganadería, Silvicultura Y Pesca), tipo B (Explotación De Minas Y Canteras), tipo C (Industrias Manufactureras) y tipo H (Transporte y Almacenamiento); son 99 en el cantón Montufar. (Servicio de Rentas Internas, 2023)

Teniendo claro estos datos estadísticos se plantea la técnica de muestreo.

**Tabla 6.** Variables de muestreo – Personas Jurídicas o Sociedades

Variable	Equivalencia De Datos	Descripción
N=	99	Población
E=	0,05	Error Muestral (0,05 - 0,07)
P =	0,50	Probabilidad Ocurrencia De Éxito
Q=	0,50	Probabilidad Ocurrencia De Fracaso
Z =	1,96	Nivel De Confianza

*Elaborado por: El Autor*

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

$$n = \frac{(1,96) * (0,50) * (0,50) * (99)}{(0,05)^2 * (99 - 1) + (1,96)^2 * (0,50) * (0,50)}$$

$$n = \frac{48,51}{1,20}$$

$$n = 40,43 = 40 \text{ Empresas}$$

Por lo tanto, las sociedades que serán tomadas como muestra son 40 empresas de una población de 99 sociedades.

### **Instrumentos para recopilar información**

Con la finalidad de alcanzar los objetivos planteados en los capítulos del presente plan de negocios, se determina de donde se extrae información primaria y secundaria verídica que posea la capacidad de sustentar con veracidad el presente proyecto.

Las fuentes de información secundarias permitirán ser un apoyo para el desarrollo del plan de negocios, mediante esta fuente de información se puede determinar metodologías, conceptos, herramientas, base de datos, entre otros; aplicadas por otros autores. Y en base a las fuentes investigativas como son las bases de datos, libros, ensayos, artículos científicos, etc, podemos complementar y sustentar mediante documentos con validez científica.

**Tabla 7. Métodos de recolección**

*Objetivo Específico:* Analizar la viabilidad y factibilidad de la creación de una empresa de leasing de maquinaria industria en la Provincia del Carchi, Cantón Montúfar, mediante una investigación comercial, y así determinar la posibilidad de constituir una empresa con este giro de negocio.

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuente</b>	<b>Instrumentos</b>
Conceptos del leasing	Secundaria	Libros, enciclopedias, base de datos, revistas	Bancos de datos de otras organizaciones
Organismos de Control	Secundaria	Base de datos (Supercias, Sri, MPCEIP)	Bancos de datos de otras organizaciones

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla 8. Métodos de Recolección**

*Objetivo Específico:* Delimitar la demanda potencial e insatisfecha, por medio de proceso de segmentación con la finalidad de obtener datos con índice de confianza elevada y así desarrollar un plan de negocios cercano y con objetividad acorde a la realidad del mercado.

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Segmentación de Mercado	Secundaria	INEC, Servicio de Rentas Internas	Servicios agrupados
Rentabilidad del sector	Secundaria	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca	Bancos de datos de otras organizaciones
Factores críticos para el sector	Secundaria	Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca	Bancos de datos de otras organizaciones
Gustos y preferencias de los consumidores	Primaria	Personas y sociedades de actividades productivas vinculadas al sector industrial	Encuesta

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla 9. Métodos de Recolección**

*Objetivo Específico:* Definir estrategias a cumplir con el plan de comunicación, enfocado a la aplicación de herramientas vinculadas a los cuatro elementos del marketing mix (4P), para de esta forma, definir posibilidades de ingreso y aceptación en el mercado.

<b>Necesidades de información</b>	<b>Tipo de información</b>	<b>Fuentes</b>	<b>Instrumentos</b>
Términos conceptuales	Secundaria	Libros, revistas indexadas, y artículos científicos	Terminología y formas de marketing
Herramientas de mercadotecnia	Secundaria	Libros, revistas indexadas, y artículos científicos	Herramientas y técnicas de atracción de clientes

*Elaborado por: El Autor*

## Desarrollo de instrumentos

### Información Secundaria

*Tabla 10. Fuentes secundarias de Información*

Tipo de fuente	Autor	Año	Detalle
Libros Académicos	Instituto de Investigaciones Socio - económicas y Tecnológicas (INSOTEC).	1993	Alternativas de financiamiento a la pequeña y mediana industria en el Ecuador
	Blanco, C.	1997	El leasing una innovación en la técnica de la financiación
	Fraile Bayle, S., & Martín , S.	1997	El leasing y el renting
Revistas Científicas	Gomez, O. R.	2005	Leasing y Arrendamiento Financiero. Contribuciones a la Economía
	Incio Farroñan, S. P.	2019	Leasing para adquirir maquinarias y mejorar la productividad de una empresa de confecciones
	Martínez, Á. M.	2002	La transición del Leasing Financiero - Leasing Operativo - Renting ¿Una consecuencia de las medidas de política económica?: El caso del Sector Automoción en España, 1981 - 2000.
	Valverde Quintana, E. A.	2020	El leasing y su relación con la rentabilidad en las empresas industriales del Callao 2019.

*Elaborado por: El Autor*

## Información Primaria

*Tabla 11. Instrumento de recolección de información – Cuestionario aplicado a las compañías*

<b>Cuestionario</b>	
<b>¿La empresa dentro de que categoría/tamaño se encuentra?</b>	<input type="checkbox"/> Grande <input type="checkbox"/> Mediana <input type="checkbox"/> Pequeñas <input type="checkbox"/> Microempresa <input type="checkbox"/> Agricultura, Ganadería, Silvicultura Y Pesca <input type="checkbox"/> Explotación De Minas Y Canteras.
<b>¿La empresa en que sector económico desarrolla sus actividades productivas?</b>	<input type="checkbox"/> Industrias Manufactureras <input type="checkbox"/> Transporte Y Almacenamiento <input type="checkbox"/> Actividades De Atención De La Salud Humana Y De Asistencia Social <input type="checkbox"/> Otra
<b>¿La empresa posee la capacidad financiera de adquirir maquinaria industrial?</b>	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
<b>¿Con que frecuencia se renuevan los equipos industriales en su empresa?</b>	<input type="checkbox"/> 10 años <input type="checkbox"/> 15 años <input type="checkbox"/> 20 años <input type="checkbox"/> 25 años
<b>Usted considera que el leasing (arrendamiento o alquiler) de maquinaria industrial sería un gran apoyo para aquellas empresas que no se encuentran en la capacidad de adquirir un activo por su situación financiera</b>	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
<b>¿Conoce sociedades o empresas dedicadas al leasing (arrendamiento de activos fijos) de maquinaria industrial?</b>	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
<b>¿Seleccione que tipo de maquinaria utiliza para la producción de su bien o servicio?</b>	<input type="checkbox"/> Equipo de procesamiento de alimentos <input type="checkbox"/> Equipos de envasado y empaquetamiento <input type="checkbox"/> Equipo de refrigeración <input type="checkbox"/> Equipo de etiquetado <input type="checkbox"/> Otro. Especifique:
<b>Estaría dispuesto a contratar un servicio de contratar servicios de leasing para disminuir gastos inmersos en los activos fijos (depreciaciones, mantenimiento y reparaciones); para así efectuar inversiones para el desarrollo productivo del negocio.</b>	<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No
<b>¿Con que frecuencia consideraría contratar los servicios de leasing?</b>	<input type="checkbox"/> Trimestral <input type="checkbox"/> Semestral <input type="checkbox"/> Anual
<b>¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de leasing?</b>	<input type="checkbox"/> \$20 por hora <input type="checkbox"/> \$25 por hora <input type="checkbox"/> Más de \$30 por hora

*Elaborado por: El Autor*

## Diseño y Recolección de información

### Pregunta 1.

Tabla 12. ¿La empresa dentro de que categoría/tamaño se encuentra?

	Frecuencia	%	(% acu)
Pequeña	11	28%	28%
Microempresa	9	23%	50%
Mediana	17	43%	93%
Grande	3	8%	100%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	

Elaborado por: El Autor

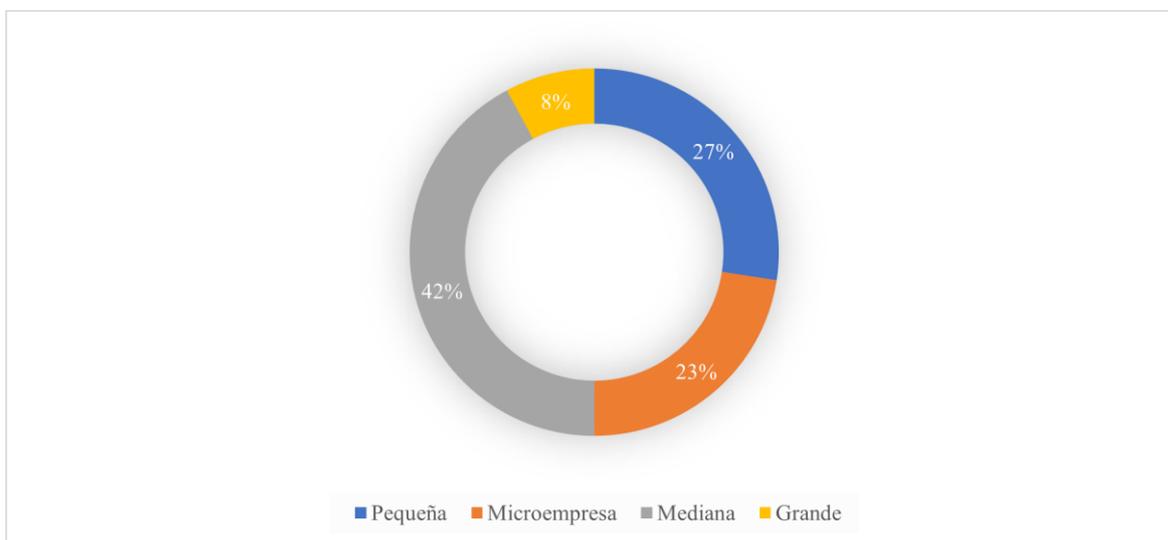


Gráfico 1. ¿La empresa dentro de que categoría/tamaño se encuentra?

Elaborado por: El Autor

### Análisis e Interpretación

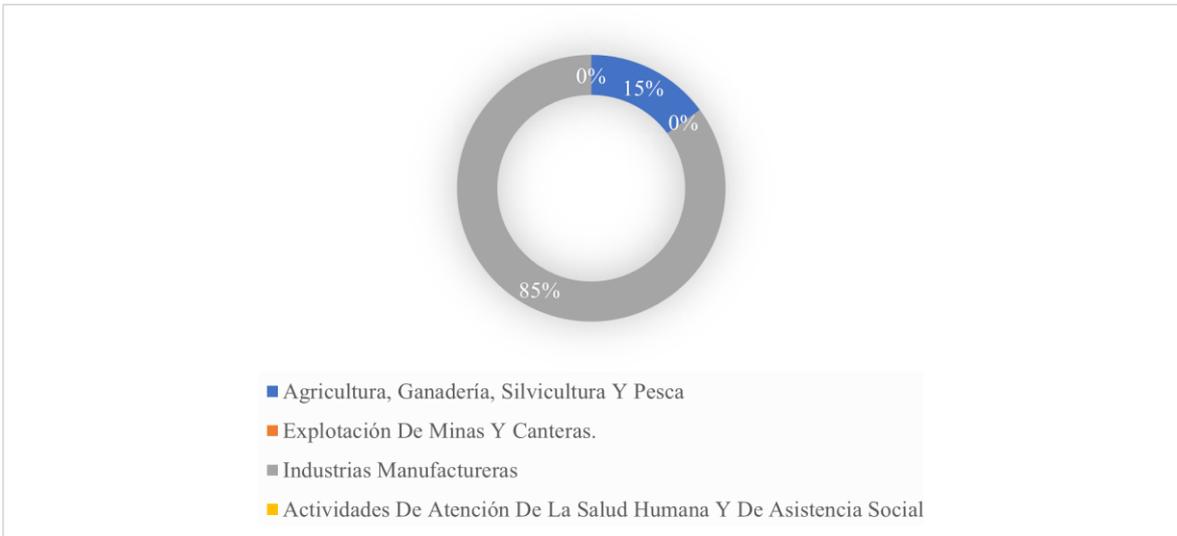
Luego de aplicar la encuesta, la primera pregunta arroja la siguiente información, de las 40 empresas encuestadas, un 43% empresas son medianas sociedades, el 28% pequeñas empresas, 23% microempresas y el 8% grandes empresas.

### Pregunta 2.

Tabla 13. ¿La empresa en que sector económico desarrolla sus actividades productivas?

	Frecuencia	%	(% acu)
Agricultura, Ganadería, Silvicultura Y Pesca	6	15%	15%
Explotación De Minas Y Canteras.	0	0%	
Industrias Manufactureras	34	85%	85%
Actividades De Atención De La Salud Humana Y De Asistencia Social	0	0%	
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	

Elaborado por: El Autor



**Gráfico 2.** ¿La empresa en que sector económico desarrolla sus actividades productivas?

*Elaborado por: El Autor*

### Análisis e Interpretación

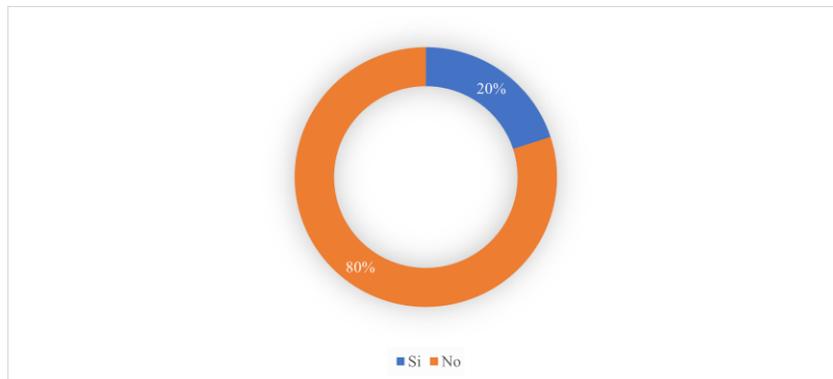
De las 40 empresas que fueron sometidas al análisis, el 85% desarrollan sus actividades productivas en sector industrial manufacturero y con un 15% se presenta el sector de la agricultura, ganadería, silvicultura y pesca.

### Pregunta 3.

**Tabla 14.** ¿La empresa posee la capacidad financiera de adquirir maquinaria industrial?

	Frecuencia	%	(% acu)
Si	8	20%	20%
No	32	80%	100%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	

*Elaborado por: El Autor*



**Gráfico 3.** ¿La empresa posee la capacidad financiera de adquirir maquinaria industrial?

*Elaborado por: El Autor*

### Análisis e Interpretación

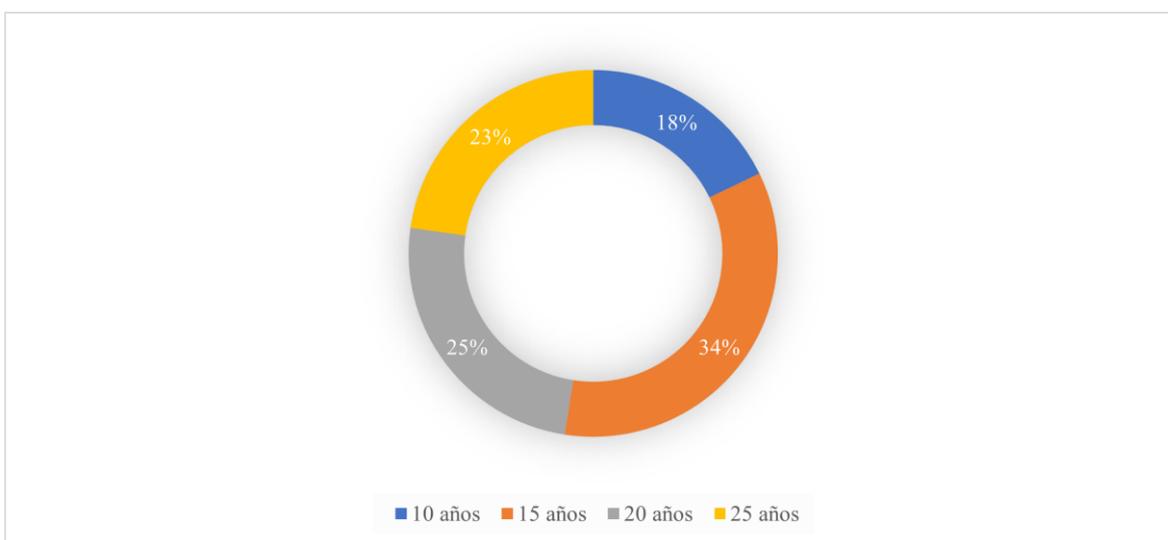
De las 40 empresas encuestadas el 80% comentó que no posee la capacidad financiera para adquirir activos, mientras que la diferencia del 20% comentó que poseen la capacidad económica para la compra o adquisición de maquinaria industrial.

#### Pregunta 4.

*Tabla 15. ¿Con que frecuencia se renuevan los equipos industriales en su empresa?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>(% acu)</b>
10 años	7	18%	18%
15 años	14	35%	53%
20 años	10	25%	78%
25 años	9	23%	100%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	

*Elaborado por: El Autor*



*Gráfico 4. ¿Con que frecuencia se renuevan los equipos industriales en su empresa?*

*Elaborado por: El Autor*

### Análisis e Interpretación

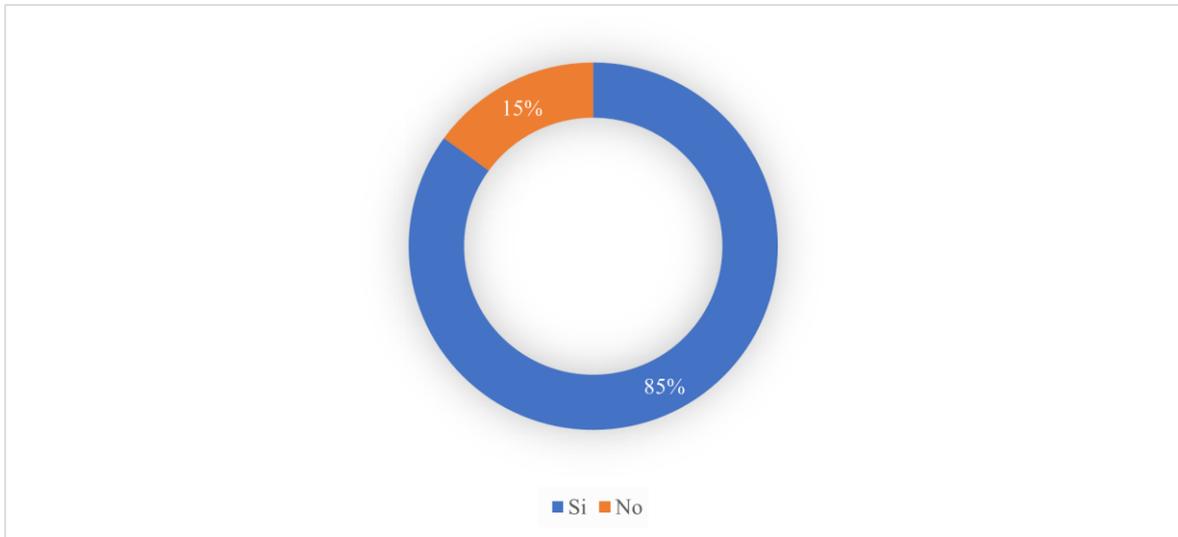
El 35% de las empresas encuestadas comentaron que renuevan sus equipos cada 15 años, el 25% y 23% de las empresas reemplazan sus activos en 20 y 25 años respectivamente; y solamente el 18% de las empresas renueva su maquinaria a los 10 años.

### Pregunta 5.

**Tabla 16.** *Usted considera que el leasing (arrendamiento o alquiler) de maquinaria industrial sería un gran apoyo para aquellas empresas que no se encuentran en la capacidad de adquirir un activo por su situación financiera*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>(% acu)</b>
Si	34	85%	85%
No	6	15%	100%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	

*Elaborado por: El Autor*



**Gráfico 5.** *Usted considera que el leasing (arrendamiento o alquiler) de maquinaria industrial sería un gran apoyo para aquellas empresas que no se encuentran en la capacidad de adquirir un activo por su situación financiera*

*Elaborado por: El Autor*

### **Análisis e Interpretación**

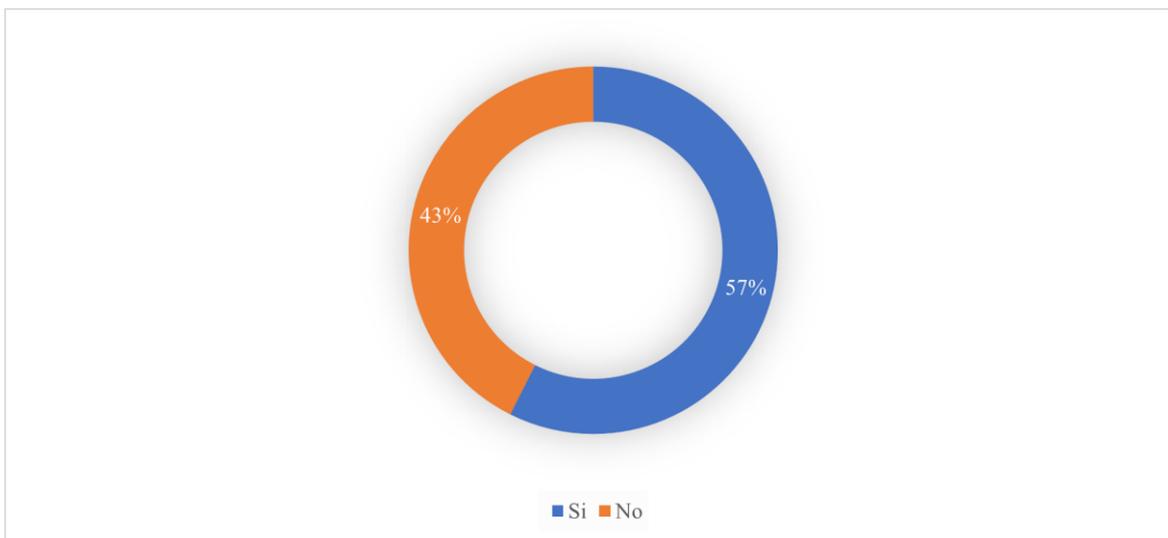
El 85% de las empresas encuestadas están a favor de que el leasing (arrendamiento o alquiler) de maquinaria industrial sería un gran apoyo para aquellas empresas que no se encuentran en la capacidad de adquirir un activo por su situación financiera, mientras que el 15% restante dice lo contrario.

### Pregunta 6.

**Tabla 17.** ¿Conoce sociedades o empresas dedicadas al leasing (arrendamiento de activos fijos) de maquinaria industrial?

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>(% acu)</b>
Si	23	58%	58%
No	17	43%	100%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	

*Elaborado por: El Autor*



**Gráfico 6.** ¿Conoce sociedades o empresas dedicadas al leasing (arrendamiento de activos fijos) de maquinaria industrial?

*Elaborado por: El Autor*

### Análisis e Interpretación

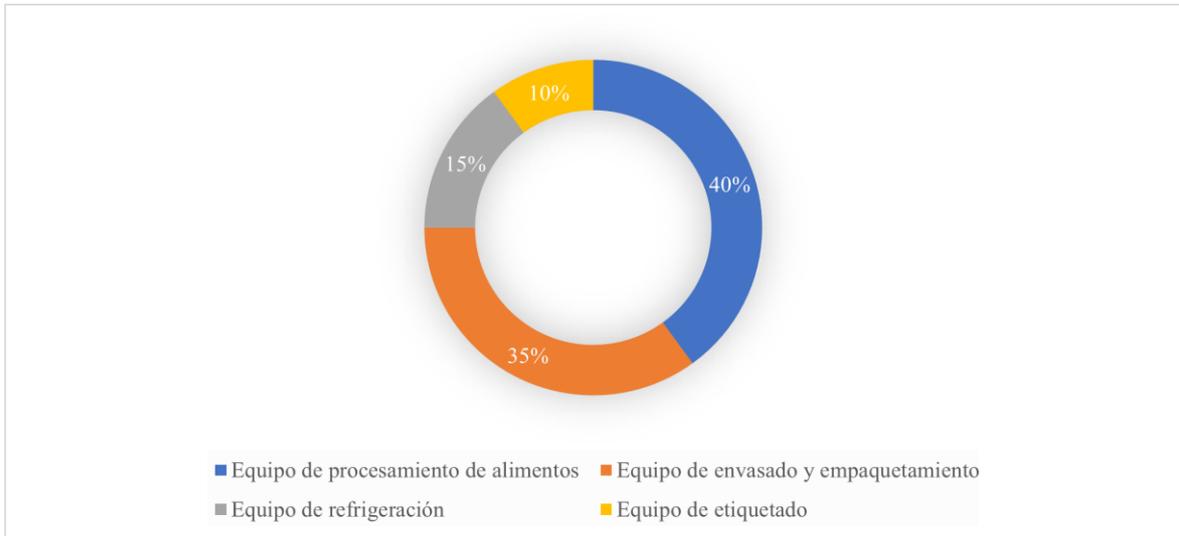
El 63% de las empresas encuestadas determinaron que no conocen sociedades o empresas dedicadas al leasing (arrendamiento de activos fijos) de maquinaria industrial, y el 37% restante comentó que conoce sociedades con este giro de negocio.

### Pregunta 7.

**Tabla 18.** ¿Seleccione que tipo de maquinaria utiliza para la producción de su bien o servicio?

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>(% acu)</b>
Equipo de procesamiento de alimentos	16	40%	40%
Equipo de envasado y empaquetamiento	14	35%	75%
Equipo de refrigeración	6	15%	90%
Equipo de etiquetado	4	10%	100%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	

*Elaborado por: El Autor*



**Gráfico 7.** ¿Seleccione que tipo de maquinaria utiliza para la producción de su bien o servicio?

*Elaborado por: El Autor*

### **Análisis e Interpretación**

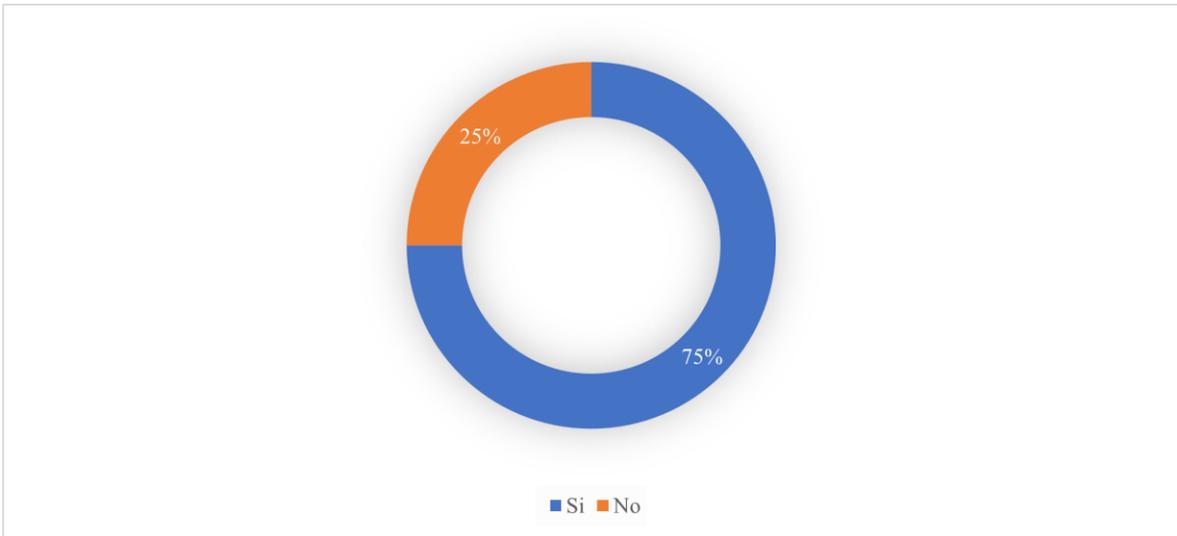
De las 40 empresas encuestadas el tipo de maquinaria que más se utiliza para la producción del bien se utiliza equipo de procesamiento de alimento con un 40%, con un 35% el equipo de envasado y empaquetado ocupa el segundo lugar, en el tercer lugar están los equipos de refrigeración con un 15% y el 10% restante pertenece equipo a los equipos de etiquetado.

### **Pregunta 8.**

**Tabla 19.** *Estaría dispuesto a contratar un servicios de leasing para disminuir gastos inmersos en los activos fijos (depreciaciones, mantenimiento y reparaciones); para así efectuar inversiones para el desarrollo productivo del negocio.*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>(% acu)</b>
Si	30	75%	75%
No	10	25%	100%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	

*Elaborado por: El Autor*



**Gráfico 8.** *Estaría dispuesto a contratar un servicio de contratar servicios de leasing para disminuir gastos inmersos en los activos fijos (depreciaciones, mantenimiento y reparaciones); para así efectuar inversiones para el desarrollo productivo del negocio*

*Elaborado por: El Autor*

### **Análisis e Interpretación**

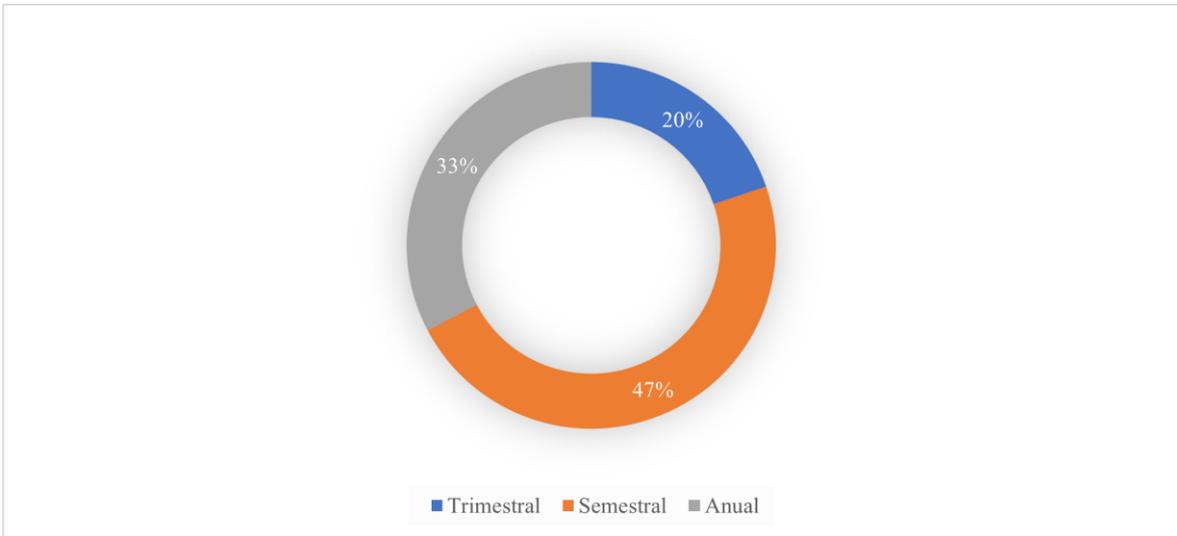
En la presente pregunta se plantea si las empresas encuestadas estarían dispuestas a contratar un servicio de contratar servicios de leasing para disminuir gastos inmersos en los activos fijos (depreciaciones, mantenimiento y reparaciones); obteniendo un 75% de respuestas favorables y el 25% de respuestas negativas.

### **Pregunta 9.**

**Tabla 20.** *¿Con que frecuencia consideraría contratar los servicios de leasing?*

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>(% acu)</b>
Trimestral	8	20%	20%
Semestral	19	48%	68%
Anual	13	33%	100%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	

*Elaborado por: El Autor*



**Gráfico 9.** ¿Con que frecuencia consideraría contratar los servicios de leasing?

*Elaborado por: El Autor*

### **Análisis e Interpretación**

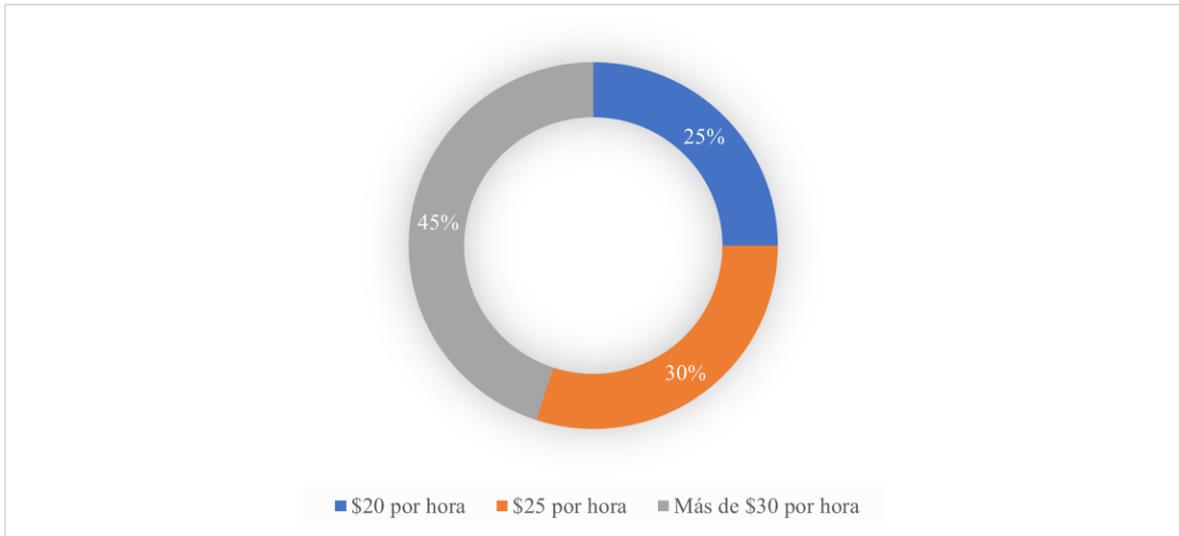
Se consulta a los encuestados con qué frecuencia consideraría contratar los servicios de leasing obteniendo que, la frecuencia con mayor tendencia es la semestral con 36%, en segundo lugar, se encuentra la frecuencia de uso de contratación anual con un 33% y por último la frecuencia de uso trimestral con un porcentaje del 20%.

### **Pregunta 10.**

**Tabla 21.** ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de leasing?

	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>	<b>(% acu)</b>
\$20 por hora	10	25%	25%
\$25 por hora	12	30%	55%
Más de \$30 por hora	18	45%	100%
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>100%</b>	

*Elaborado por: El Autor*



*Gráfico 10. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de leasing?*

*Elaborado por: El Autor*

### **Análisis e Interpretación**

La última pregunta del cuestionario se enfoca en determinar el pvp ideal para los potenciales clientes, por lo tanto, se plantea que precio estaría dispuesto a pagar por el servicio de leasing; obteniendo que, con un 45% las 40 empresas escogen el precio de “\$30 por la hora de servicio”, en un 30% se elige la opción de “25 por hora” y la última opción con un 25% es la opción de “20 por hora de servicio”.

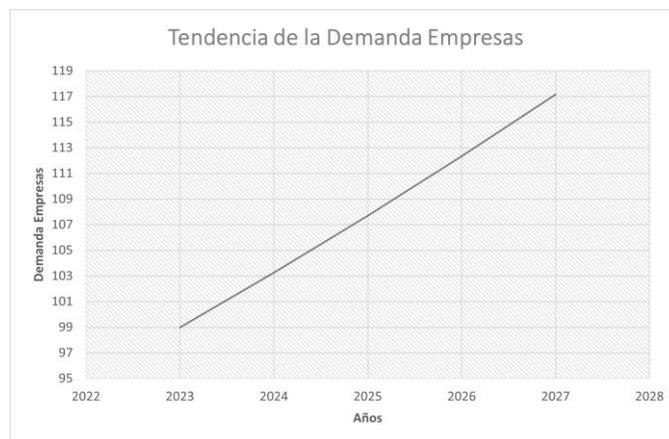
### **1.4 Demanda Potencial**

Una vez aplicado el instrumento de recolección de información denominado encuesta se determina que existe un porcentaje de aceptación del 75%, donde las empresas encuestadas pertenecientes a la provincia del Carchi, Cantón Montúfar y que desarrollan actividades económicas ya especificadas con anterioridad están de acuerdo en adquirir servicios leasing de maquinaria industrial para la producción de sus bienes; por lo tanto, se consideran 79 sociedades, con estos valores de la demanda se pretende realizar una proyección a 5 años, basándose en el valor porcentual del crecimiento del sector industrial del 4,30%. (Arévalo Chávez, Arévalo Chávez, Guadalupe Lanas, & Palacio Fierro, 2018)

**Tabla 22. Tendencia De La Demanda**

Años	Tasa De Crecimiento (Sector Industrial)	Demanda Empresas	Demanda en Horas	Demanda horas - Mes	Demanda horas Dia
2023		99	209088	17424	572,84
2024	4,30%	103	218079	18173	597,48
2025		108	227456	18955	623,17
2026		112	237237	19770	649,96
2027		117	247438	20620	677,91

*Elaborado por: El Autor*



**Gráfico 11. Tendencia de la Demanda**

*Elaborado por: El Autor*

## 1.5 Análisis del Macro y Micro Ambiente

### Análisis del micro ambiente

Las fuerzas de Porter permitirán definir las fuerzas competitivas más intensas que intervienen en el intercambio de productos y servicios, determinando así la rentabilidad de un sector económico. Estos elementos son indispensables a tomar en cuenta para el diseño y elaboración de una estrategia corporativa. Es por ello, que es relevante analizar la estructura del sector, tomando en cuenta aspectos técnicos y económicos, para así determinar la fortaleza competitiva de cada fuerza y aplicar acciones que conlleven a la rentabilidad y posibiliten disminuir el riesgo de vulnerabilidad. (Porter, 2008)

### Amenaza de Nuevos entrantes.

Como nuevo plan de negocio se busca introducir al mercado el servicio de leasing con el deseo de adquirir participación en el mercado. El sector industrial crece a pasos

agigantados y las grandes empresas buscan desalentar a los nuevos competidores incrementando paulatinamente la inversión. Estas empresas proponen barreras de entrada, pues poseen una estructura consolidada respecto a los nuevos entrantes.

Por lo tanto, para ingresar al mercado se ha propuesto un mecanismo diferente al que las economías industriales de escala han venido desarrollando, por lo que, el presente plan de negocios se origina con el enfoque de potenciar a los pequeños productores que buscan la forma de transformar su materia prima en un producto terminado y ofrecerlo al mercado, así pues, se propone un mecanismo o método que permita a los productores hacer uso de maquinaria industrial sin desembolsar una fuerte inversión, evitándose poner en riesgo el futuro de su negocio o emprendimiento.

### **El poder de los proveedores**

El servicio de leasing que se pretende ofrecer al mercado por el método indirecto implica tener contacto con una serie de proveedores, pues los insumos de empaquetado, envasado y etiquetado requerirá de materiales directos e indirectos para la transformación del producto. El sector industrial es gigante y crece de forma paulatina, por lo tanto existe alta competencia a la hora de ofrecer insumos, limitando a que proveedores esten en la capacidad de imponer precios o condiciones para la distribución de su producto.

### **El poder de los compradores**

El segmento de la manufactura y la transformación de materia prima posee gran demanda, donde los clientes potenciales tienen limitado poder de negociación debido a que el servicios de leasing en el país es limitado y los clientes no podrán hallar un producto similar o equivalente.

### **Amenaza de los sustitutos**

El sector industrial es un segmento de mercado altamente atractivo y el servicio de leasing pueden ser replicado y sustituido. Las empresas con gran capital de inversión pueden inmiscuirse en este giro de negocio y potenciar aún más el desarrollo de sectores económicos.

### **La rivalidad entre competidores**

Es complicado entrar a un mercado donde los rivales se encuentran bien posicionados. En razón de lo mencionado, es por ello que el presente plan de negocio se enfoca en llevar la industrialización a una zona que poco desarrollo tiene en ese sector, como es el caso de

la provincia del Carchi, Cantón Montúfar; donde se encuentra escaso el desarrollo industrial, en una zona con gran potencial de desarrollo pues se encuentran sectores económicos que son aporte esencial para el incremento o decremento del PIB o producción nacional.

### **Análisis del macro ambiente**

El conocer a la competencia es un paso importante para conquistar, convencer e identificar las necesidades y exigencias de los consumidores. En el mundo actual las organizaciones, contemplan la competencia más ardua de toda la historia, por lo que, se encuentran obligadas a ser expertas no solo en la gestión de productos sino también en las relaciones con el cliente o consumidor ofreciendo una ventaja competitiva. Y en base a este análisis, se cree pertinente detallar cual es la competencia directa e indirecta de la empresa que se pretende constituir con el presente plan de negocios. El servicio que se oferta, se centra en ofrecer servicios de leasing directo e indirecto de maquinaria industrial enfocado a los procesos de empaquetado, envasado y etiquetado; de modo que, se puede detallar que en nuestro país hay variedad de empresas enfocado a este sector, convirtiéndose en una competencia indirecta (satisface las mismas necesidades pero con diferentes características); sin embargo, el servicio ofertado de leasing de maquinaria industrial es la ventaja competitiva, por la razón de que, las organizaciones de leasing constituidas en el país, manejan otro segmento de mercado y no satisfacen las mismas o similares necesidades.

Por lo tanto, es necesario identificar y analizar los factores críticos de éxito de la competencia, precisando sus fortalezas y debilidades de modo que se pueda identificar oportunidades de mejora y crecimiento. A causa de esto, se llevará a cabo un análisis a través de la Matriz de Perfil Competitivo (MPC), con el objetivo de conocer las características de la competencia y su posición en el mercado, reconociendo los puntos altos y bajos de los competidores.

**Tabla 23. Factores Claves de Éxito**

<b>Factores Claves de Éxito</b>		
<b>Factores Críticos para el Éxito</b>	<b>Especificación</b>	<b>Calificación</b>
<b>Reconocimiento o participación en el mercado</b>	La organización es reconocida sobre su competencia por sus clientes actuales y potenciales.	<b>5</b>
<b>Competitividad de precios</b>	La organización está en la capacidad de ofrecer productos a un precio que le permite solventar los costos de producción y obtener un margen de beneficio sobre el capital invertido.	<b>4</b>
<b>Calidad de producto</b>	La organización ofrece productos que cumplen estándares de calidad, y además satisfacen las necesidades y exigencias del consumidor final.	<b>4</b>
<b>Calidad del servicio</b>	La organización ofrece servicios capaces de cumplir estándares de calidad satisfaciendo las necesidades y exigencias del consumidor final.	<b>4</b>
<b>Experiencia en el sector industrial y en el giro de negocio</b>	La organización presenta alto conocimiento del sector productivo donde desarrolla su actividad económica.	<b>4</b>
<b>Retención de empleados</b>	La organización presenta un ambiente laboral favorable y cumple con todos los beneficios de ley, reteniendo a la fuerza laboral.	<b>4</b>
<b>Capacidad tecnológica</b>	La organización está en vanguardia con los tiempos actuales, en constante innovación y adquiriendo tecnología para aumentar la productividad, competitividad y rentabilidad.	<b>4</b>
<b>Posicionamiento Financiero</b>	La organización presenta un posicionamiento financiero estable o satisfactorio. Sin riesgo a la quiebra y exento de elevados valores en pasivos.	<b>5</b>
<b>Prestigio o perspectiva de la organización</b>	La organización presenta una percepción de calidad y excelencia ante todos los clientes.	<b>5</b>
<b>Tiempos de entrega</b>	La organización cumple a cabalidad con los tiempos de entrega acordados.	<b>3</b>
<b>Garantía del producto</b>	La organización ofrece y cumple con la garantía de sus productos.	<b>2</b>
<b>Cumplimiento de los contratos</b>	La organización satisface lo acordado en los contratos de compraventa. Características, formas de pago, tiempo de entrega, etc.	<b>3</b>
<b>Nivel académico de los profesionales en la organización</b>	La organización presenta colaboradores de alto nivel de conocimiento profesional.	<b>4</b>
<b>Formas de Pago</b>	La organización maneja y cumple con las facilidades o formas pago otorgadas a los clientes.	<b>2</b>
<b>Relaciones con los proveedores</b>	La organización cumple económicamente con lo proveedores y mantienen una relación de confianza y transparencia.	<b>3</b>
<b>Relaciones con los distribuidores</b>	La organización cumple económicamente con los distribuidores y mantienen una relación de confianza y transparencia.	<b>3</b>
<b>Efectividad publicitaria</b>	La organización presenta eficiencia en sus estrategias publicitarias, atrayendo consigo nuevos clientes.	<b>2</b>
<b>Gama de productos</b>	La organización diversifica su portafolio de producto y permanentemente se encuentra incorporando nuevos productos que ofertar	<b>3</b>
<b>Infraestructura tecnológica</b>	La organización gestiona una página web que ofrezca seguridad, eficacia en las ventas, agilidad, etc.	<b>4</b>

<b>Alianzas y convenios</b>	La organización maneja convenios nacionales e internacionales como alianzas estratégicas de crecimiento.	<b>3</b>
<b>Metodología de entrega o distribución</b>	La metodología de distribución se enfoca en entregar el producto sin malograrse y por rutas eficaces de comercialización.	<b>3</b>
<b>Lealtad del cliente</b>	La organización al ofrecer su producto o servicio, atrae al cliente convirtiéndolo en leal y convenciéndolo de adquirir sus mismos productos.	<b>3</b>
<b>Estandarizado bajo Normas Internacionales de Calidad</b>	La organización se encuentra certificada bajo normas internacionales de calidad como: ISO, SGS, IAF, ENAC, etc.	<b>4</b>

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla 24. Matriz de Perfil Competitivo (MPC)**

<b>Matriz de Perfil Competitivo</b>										
<b>Factores Críticos para el Éxito</b>	<b>Importe</b>	<b>Importe Ponderado</b>	<b>“Proindserv CIA LDTA”</b>		<b>“KMC del Ecuador”</b>		<b>“Sufec S.A.”</b>		<b>“Astimec S.A.”</b>	
			Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado	Calificación	Peso ponderado
			Reconocimiento o participación en el mercado	<b>5</b>	<b>0,062</b>	3	0,19	7	0,43	3
Posicionamiento Financiero	<b>5</b>	<b>0,062</b>	7	0,43	7	0,43	3	0,19	7	0,43
Prestigio o perspectiva de la organización	<b>5</b>	<b>0,062</b>	3	0,19	7	0,43	3	0,19	3	0,19
Competitividad de precios	<b>4</b>	<b>0,049</b>	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,15
Calidad de producto	<b>4</b>	<b>0,049</b>	7	0,35	7	0,35	3	0,15	7	0,35
Calidad del servicio	<b>4</b>	<b>0,049</b>	3	0,15	3	0,15	3	0,15	3	0,35
Experiencia en el sector industrial y en el giro de negocio	<b>4</b>	<b>0,049</b>	3	0,15	7	0,01	3	0,15	7	0,35
Retención de empleados	<b>4</b>	<b>0,049</b>	3	0,15	3	0,15	3	0,15	7	0,35
Capacidad tecnológica	<b>4</b>	<b>0,049</b>	7	0,35	7	0,35	3	0,15	7	0,35
Nivel académico de los profesionales en la organización	<b>4</b>	<b>0,049</b>	7	0,35	7	0,35	7	0,35	7	0,35
Infraestructura tecnológica	<b>4</b>	<b>0,049</b>	7	0,35	7	0,35	3	0,15	7	0,35

Estandarizado bajo Normas Internacionales de Calidad	4	0,049	7	0,35	7	0,35	3	0,15	7	0,35
Tiempos de entrega	3	0,037	3	0,11	3	0,11	3	0,11	3	0,11
Cumplimiento de los contratos	3	0,037	3	0,11	7	0,26	7	0,26	7	0,26
Gama de productos	3	0,037	3	0,11	7	0,26	3	0,11	7	0,26
Relaciones con los proveedores	3	0,037	3	0,11	7	0,26	3	0,11	7	0,26
Relaciones con los distribuidores	3	0,037	3	0,11	7	0,26	3	0,11	3	0,11
Alianzas y convenios	3	0,037	3	0,11	7	0,26	3	0,11	7	0,26
Metodología de entrega o distribución	3	0,037	3	0,11	7	0,26	3	0,11	3	0,11
Lealtad del cliente	3	0,037	3	0,11	7	0,26	3	0,11	7	0,26
Garantía del producto	2	0,025	3	0,07	3	0,07	3	0,07	3	0,07
Formas de Pago	2	0,025	3	0,07	3	0,07	3	0,07	3	0,07
Efectividad publicitaria	2	0,025	3	0,07	3	0,07	1	0,02	1	0,02
<b>TOTAL</b>	<b>81</b>	<b>1</b>		<b>4,23</b>		<b>5,62</b>		<b>3,30</b>		<b>5,52</b>

**Nota: Los valores de calificación son los siguientes: (1) No Cumple, (3) Cumple parcialmente y (7) Cumple completamente**

**Elaborado por: El Autor**

Una vez llevado a cabo el análisis mediante la Matriz de Perfil Competitivo (MPC) se determina que existe un factor indispensable a tomar en cuenta, la competitividad en los precios. De tal manera que, el plan de negocios que se pretende plantear debe establecer estrategias para ser más competente en los precios y de esta manera integrarse con mayor fuerza al reconocimiento y posicionamiento en el mercado.

Del mismo modo, factores de éxito como la lealtad del consumidor, garantía del producto y relaciones con los distribuidores; son claves ya que, al ofrecer satisfacción al cliente por medio de diversas variables, la calidad del servicio, la seguridad y bienestar del producto; logra vincular y fidelizar al consumidor con la organización.

### Proyección de la oferta.

Al disponer de data histórica se hará uso de esta para determinar la proyección de la oferta. El indicador que se prevé implementar es la tasa de crecimiento del sector industrial, que es de 4,30% según la Cámara la Cámara de Industrias y Producción. (Camara de Industrias y de Producción, 2022)

**Tabla 25.** Proyección de la Oferta - Leasing

Año	Tasa De Crecimiento (Sector Industrial)	Oferta de servicios	Oferta en Horas	Oferta horas - Mes
2023		22	46464	3872,00
2024	4,30%	23	48462	4038,50
2025		24	50546	4212,15
2026		25	52719	4393,27
2027		26	54986	4582,18

*Elaborado por: El Autor*

*Fuente: Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca*

### 1.6 Demanda Potencial Insatisfecha

Es el resultado de la diferencia entre la demanda y la oferta, debe tomar en cuenta que para realizar el cálculo debe estar expresado en la misma unidad de medida, mostrada en el siguiente cuadro:

**Tabla 26.** Demanda Potencial Insatisfecha - Empresas

Año	Demanda Empresas	Demanda Horas	Oferta Empresas	Oferta Horas	DPI /Año (Empresas)	DPI /Año (Horas)	DPI/ Día
2023	198	209088	22	46464	176	162624	445,55
2024	207	218079	23	48462	184	169617	464,70
2025	215	227456	24	50546	191	176910	484,69
2026	225	237237	25	52719	200	184518	505,53
2027	234	247438	26	54986	208	192452	527,27

*Elaborado por: El Autor*

## 1.7 Diseño de marca (branding)

Se pretende constituir una empresa especializada en el leasing otorgando soluciones industriales para la automatización de procesos de producción, envasado y empaçado. Ofertando el servicio con el objetivo de aportar a la automatización de procesos, orientada a satisfacer los requerimientos de procesamiento, envasado y empaçado de productos alimenticios, químicos, farmacéuticos y cualquier otro producto que requiera de un envase y un empaçado final para una mejor conservación, presentación y agilidad de comercialización.

Es por ello que, dentro de la vida comercial de cualquier producto o servicio es necesario implantar uno de los activos más relevantes dentro de toda empresa, el activo intangible de la marca. En este sentido, con la finalidad de gestionar correctamente el valor del proyecto, se ha implementado una marca que posea características capaces de diferenciarse de la competencia. El proyecto debe poseer la capacidad de causar impacto, otorgando un toque único y diferente a otros proyectos, además debe poseer características relacionadas al giro de negocio, por lo que, el nombre de proyecto será Leasing Industrial ASTN, nombre que especifica el giro de negocio y además las iniciales del nombre completo del responsable de la creación de la compañía; el nombre está pensado para que inmediatamente entre en la mente del consumidor y atraiga la expectativa del consumidor.

- Nombre de la marca  
“Leasing Industrial ASTN S.A.”
- Logotipo



*Figura 1. Logotipo  
Elaborado por. El Autor*

- Eslogan  
“Tecnología al alcance de todos”

- Percepción y posicionamiento

El principal del presente proyecto es diseñar una oferta capaz de satisfacer en plenitud las necesidades del consumidor y así constituir una imagen corporativa que permita colocarse en un lugar distintivo en el pensamiento del cliente. La principal finalidad, es que los clientes ubiquen a la organización de leasing de maquinaria industrial que otorgue un servicio de calidad. Para lograr lo mencionado, es necesario crear credibilidad; partiendo de una cultura corporativa que genere una propuesta de valor y genere una diferenciación en la oferta para así entregar mayor valor al consumidor. Así mismo, el proceso de posicionamiento debe estar acompañada de un una planificación y un proceso estructurado de mercadotecnia para que así la marca posea una imagen clara, distintiva y de deseo frente a otras empresas competidoras.

- Diferenciación

En nuestro país existen muy pocas empresas de leasing, y las pocas que existen desarrollan sus actividades en sectores diferentes al industrial, es por ello, que el servicio de leasing que se pretende ofertar al mercado es el de maquinaria industrial altamente calificada para la producción, envasado, etiquetado y embalado. Otorgando al cliente, la oportunidad de desarrollar sus actividades de producción mediante el uso de un bien mueble, beneficiando a su producción y ventas; conllevando al aumento de su rentabilidad y reconocimiento.

El servicio además de otorgarle mayor productividad y rentabilidad, limita al cliente a incurrir en demás gastos que trae consigo la compra o adquisición de bienes muebles o activos fijos, aportando la posibilidad de disfrutar del activo fijo sin desembolsar capital que ponga en riesgo al negocio por endeudamiento, evitará los gastos inmersos en los activos fijos (mantenimiento, reparaciones, depreciaciones) pues estos gastos corren bajo la entidad o compañía encargada de ofrecer el servicio de leasing y los gastos de alquiler son totalmente deducibles beneficiándose tributaria y fiscalmente.

## 1.8 Estrategias de marketing

Para el presente proyecto se prevé aplicar estrategias de marketing vinculados a la mezcla del marketing o marketing mix. El marketing mix es un conjunto de herramientas que vincula a 4 elementos o también conocidas como las 4P del marketing (precio, producto, promoción y plaza), donde la organización realiza una combinación para desarrollar una respuesta para el mercado objetivo.

## 1.9 Plan de comunicación

El servicio de leasing es el punto de partida del se integrará, diseñará y se desarrollará las estrategias a fin de cumplir las metas empresariales, este es el elemento fundamental para elaborar una oferta de mercado y establecer estrategias de mercadotecnia capaz de otorgar valor a los consumidores. Es por ello que, a continuación se desarrolla el plan de acción de primer elemento del mix del marketing.

*Tabla 27. Estrategias - Producto*

Objetivo	Estrategia	Proyectos Estratégicos	Presupuesto Tiempo	Responsable	Indicador
Capacitación del personal vinculado a la atención al cliente	El poseer colaboradores capaces de ofrecer un servicio óptimo es la clave para fidelizar al cliente, por esa razón se prevé otorgar capacitaciones sobre el funcionamiento de la maquinaria, y así trasladar no solo un producto sino una experiencia de aprendizaje. De manera que, la organización, en conjunto con sus profesionales implemente programas de capacitación para generarle el conocimiento al cliente final sobre el correcto y adecuado funcionamiento del activo.	Programas de capacitación para los colaboradores	de El presupuesto para programas de capacitación es de \$50. El tiempo es de 2 horas.	Proveedor	Indicador de Conocimientos (Evaluación de conocimientos)
Asesoramiento Digital para asegurar la fidelización del cliente	En el mundo actual globalizado, presentando un gran desarrollo en las TIC's es necesario elaborar una plataforma online vanguardista dedicada al asesoramiento directo para las pequeñas y medianas empresas. Desarrollando un chatbot capaz de resolver inquietudes de precios, características, especificaciones, etc; tamizando a los clientes realmente interesados para así establecer una posterior comunicación y venta. Con ello, la organización se ahorraría procedimientos	Desarrollo de software (pagina web)	de El presupuesto para software o página web es de \$350.	Profesionales en Tic's	Indicadores de rendimiento (interacciones, visualizaciones, etc)

---

	innecesarios y captaría a los consumidores que deseen generar propiamente una compra. Por otra parte, un asesoramiento digital post venta, de igual manera con un chatbot que le genere información valiosa del producto o servicio adquirido, contribuyendo a generar un vínculo con el cliente al sentir la calidad del servicio.			
Brindar mantenimiento y ayuda técnica especializada en procesos de producción	El otorgar ese plus de un servicio aumentado a través de la ayuda técnica y mantenimiento durante la producción, va a generar que los clientes establezcan un vínculo con la organización, porque todos los procesos van a estar auditados tanto por profesionales como por el cliente que adquirió el producto, causando que el proceso productivo se desarrolle bajo altos estándares de calidad y de satisfacción tanto para el cliente como para la organización.	Planes de acción de mantenimiento asesoría personalizada	El presupuesto es de \$ 1000.	Profesionales: Indicadores En producción, de gestión de la producción calidad u otros vinculados.

---

*Elaborado por: El Autor*

El segundo elemento del mix del marketing es el precio, este elemento es el único del mix capaz de generar ingresos, pues el resto solamente generan costos. En este caso, el servicio que se pretende entregar al mercado será valuado por \$20 la hora; el servicio puede ser adquirido por periodos diarios, semanales, mensuales, semestrales o anuales.

**Tabla 28. Estrategias - Precio**

Objetivo	Estrategia	Indicador
Establecer precios de descuentos y bonificaciones	Aplicar reducciones en el precio total de la venta, para aquel cliente regular con el servicio, pues de esta manera se retribuirá la confianza, aumentando la fidelización y vínculo con el cliente.	Indicador de Consumo

---

*Elaborado por: El Autor*

Toda organización que esté dispuesta a desarrollar sus actividades productivas en el giro empresarial está en la necesidad de contar con canales o plazas de distribución que haga llegar el servicio hasta el cliente. En el caso de los servicios es muy común que su comercialización sea de manera directa y así mismo el tercerizar el servicio es también una posibilidad de hacer llegar el servicio al cliente.

**Tabla 29. Estrategias - Plaza o Canal de Distribución**

Objetivo	Estrategia	Proyectos Estratégicos	Presupuesto Tiempo	Responsable	Indicador
Desarrollar plazas o canales indirectas	Los vínculos estratégicos con agentes o intermediarios como brokers, comisionistas y agentes comerciales, sería una estrategia para atraer clientes ya que estos solamente actúan por cuenta del comprador o del vendedor, limitándose a ponerlos en contacto, cobrando por comisión. Lo que aportaría a aumentar la cartera de clientes y además incrementar las ventas.	Programas de capacitación para los colaboradores	Se cancelaría comisión por venta, del 0,05% por cada hora de servicio vendido.	Brokers, comisionistas y agentes comerciales,	Indicador en Ventas
Implementar software para inconveniente s en los canales de distribución	Con elementos tecnológicos como Zendesk, puede aportar a solucionar de manera integral los requerimientos de los clientes, manteniéndose en perfecta sintonía con el cliente. Ya que, el software le proporciona soporte en cualquier lugar, le aporta con un sistema integrado de ubicación (gps) para que el cliente observe el estado de su pedido, además de un análisis e informes sobre las necesidades de los clientes, etc. Todas estas mediciones pueden aportar a mejorar y aumentar la generación de valor en los servicios que se oferta.	Implementación de Zendesk	El presupuesto para software \$350.	Profesionales en Tic's	Indicadores de rendimiento y sistema integrado GPS.

**Elaborado por:** El Autor

El último elemento del mix del marketing es el de la promoción, las estrategias que en este elemento apliquemos jugarán un papel fundamental en la retención del consumidor; la promoción nos permitirá comunicar y fortalecer la decisión de compra del cliente es por ello que dentro de este elemento se desglosan las siguientes herramientas: la publicidad, promoción en ventas, relaciones públicas, merchandising, entre otras,

**Tabla 30. Estrategias de Promoción**

<b>Objetivo</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Tipo De Publicidad</b>	<b>Presupuesto Tiempo</b>	<b>Responsable</b>	<b>Indicador</b>
	Hacer uso del correo electrónico para oferta el servicio, pues muchas de las corporaciones utilizan este medio para estar comunicados, permitiendo así, utilizar instrumentos como diseños de newsletter que aporten a la optimización y envió de correos personalizados.	Email Marketing	\$30 mensual	Área de mercadotecnia	CRM
Ofertar el servicio al nicho de mercado	Elaborar una estrategia de promoción – publicidad para llegar al público objetivo, siendo estos el comprador industrial y los comerciantes (mayoristas, minoristas y agentes). Por lo que, la estrategia de elaboración de anuncios en páginas web enfocadas al sector industrial permitirá a la organización publicitarse en plataformas web muy recurridas y utilizadas por este tipo de entidades	Banners y Pop-ups	\$25 mensual	Área de mercadotecnia	CRM

**Elaborado por:** El Autor

## **CAPITULO II**

### **Operaciones**

#### **1.1 Objetivo del Capítulo**

Detallar los procesos estratégicos, operativos y de apoyo mediante el uso de mapa de procesos y flujogramas; y así llevar de manera controlada y coordinada las actividades en búsqueda de maximizar la eficiencia y productividad de la empresa.

#### **1.2 Descripción del proceso**

El servicio de leasing que pretende proporcionar al mercado el presente plan de negocios comienza con la elección del tipo de maquinaria industrial que se pretende utilizar, analizando características técnicas y específicas. Una vez realizado los respectivos análisis el bien mueble, se lleva a cabo un contrato de arrendamiento a plazos definidos con acuerdos y condiciones por cumplir, celebrado el contrato del bien mueble es transportado al lugar donde indique el cliente; aprobada la operación de arrendamiento la empresa de leasing cede el uso del activo, a cambio de un pago o contraprestación de capital, el cual obligatoriamente será cancelado en el tiempo especificado en el contrato cuyos gastos incurridos será cancelado por el arrendador. Al final y al terminar el convenio se determina si el arrendatario decide devolver el bien o adquirirlo en su totalidad teniendo como parte de pago las cuotas canceladas por el arrendamiento del bien mueble.

Es así como el siguiente mapa de procesos se plantea con la finalidad de reconocer los procesos estratégicos, claves y de apoyo; que aporten a la consecución de objetivos empresariales.

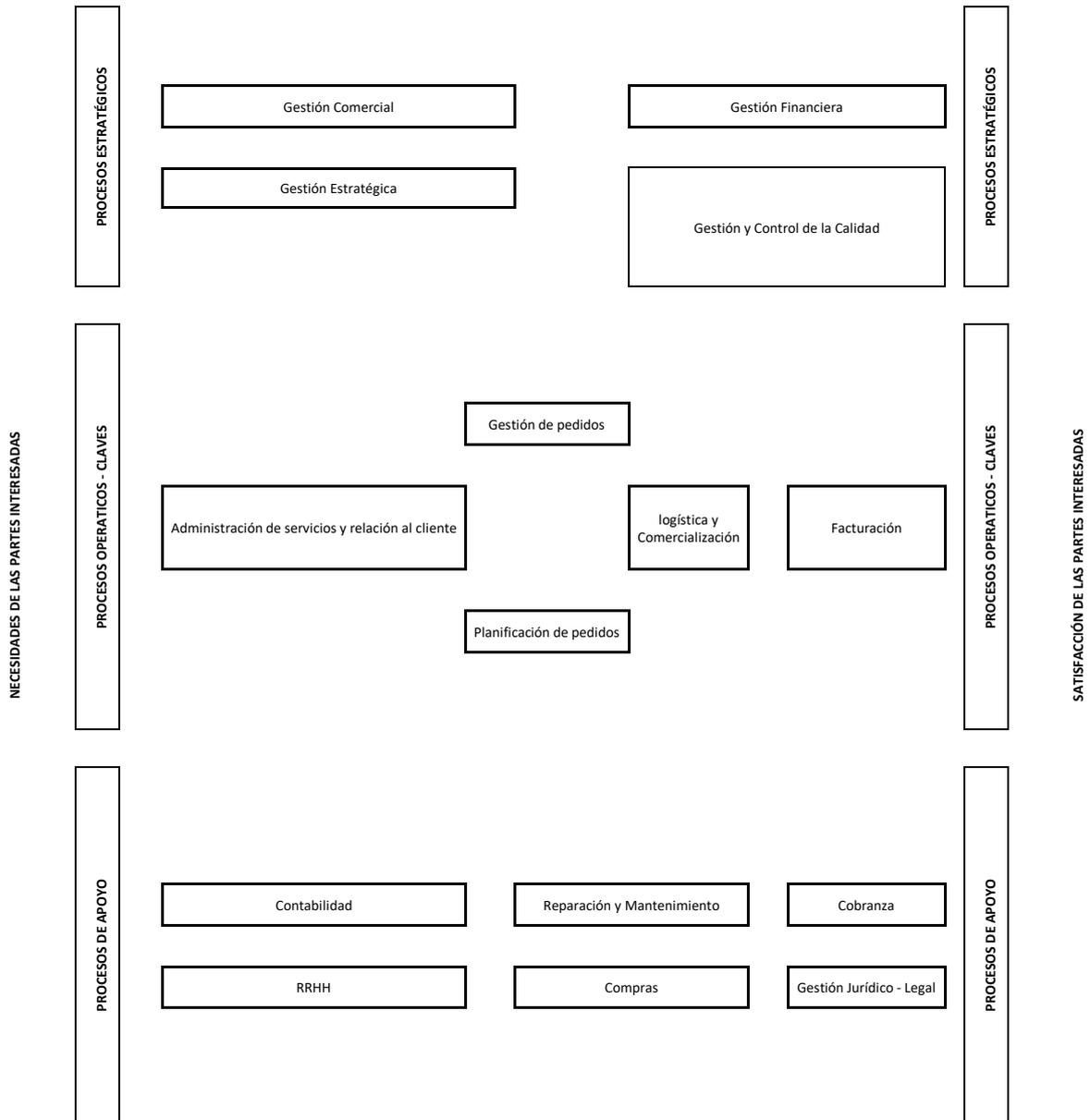
Dentro de los procesos estratégicos tenemos la gestión comercial, encargada de las actividades de mercadotecnia y comunicación para la atracción de clientes potenciales; por otro lado, tenemos la gestión estratégica orientada a la toma de decisiones teniendo en cuenta los recursos humanos, financieros, económicos y materiales de la empresa; así mismo dentro de los procesos estratégicos se encuentra la gestión financiera enfocada en gestionar y controlar las finanzas corporativas para la eficiencia, sostenibilidad y rentabilidad del proyecto; y por último el de la gestión y control de la calidad proceso establecido con la finalidad de controlar y establecer indicadores para el mejoramiento continuo.

Los procesos operativos o claves que se pretende desarrollar se encaminan a la

generación de valor partiendo desde la administración de servicios y relación al cliente, pasando por la parte de gestión - planificación de pedidos y logística y comercialización hasta llegar al proceso de facturación o ventas, donde se consume el proceso operativo.

Y los procesos de apoyo se centran en proveer de los recursos necesarios para el correcto desenvolvimiento de los procesos estratégicos y claves de la organización.

A continuación, se plantea el mapa de procesos propuesto para el presente plan de negocios.



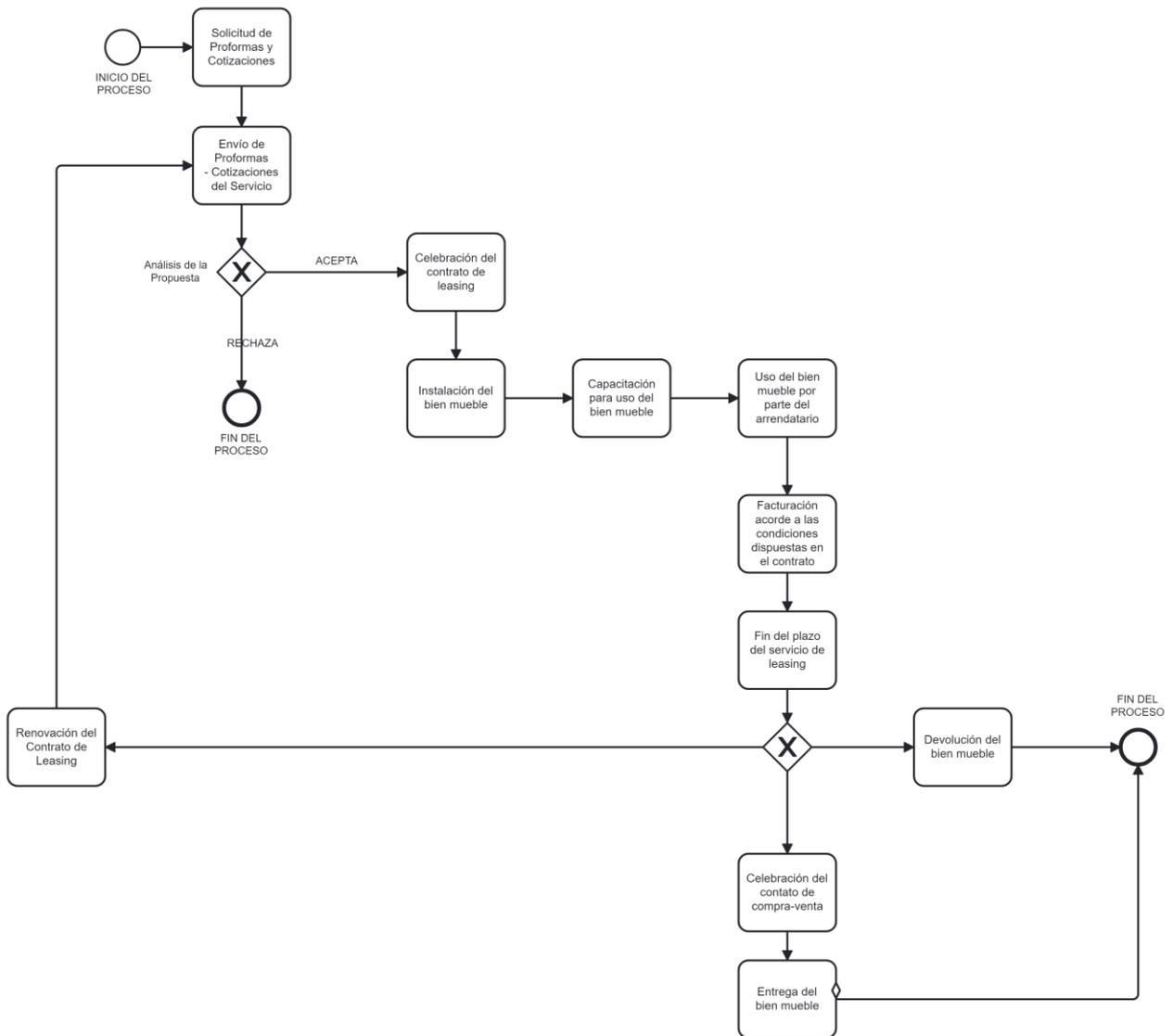
Como ya se ha detallado con anterioridad, el servicio de leasing que se pretende ofrecer se basa en otorgar el bien mueble al cliente para el desarrollo de sus actividades productivas; las actividades y tiempos que se pretender seguir bajo esta modalidad son las siguientes:

**Tabla 31. Tabla de actividades – método directo leasing**

Área	Actividad	Descripción de actividad	Documento	Tiempo / Duración
Atención al cliente	Solicitud de cotizaciones y proformas de servicio	El cliente solicita información referente al servicio que se oferta	Proforma - Cotizaciones	10 min
Área Jurídica	Celebración del contrato de leasing o arrendamiento	Si la propuesta es aceptada, se procede a firmar el contrato de arrendamiento, especificando acuerdos y condiciones por cumplir	Contrato por leasing	20 min
Área de logística y comercialización	Instala el bien mueble	Una vez celebrado el contrato de leasing, se desarrolla la logística para que el bien mueble sea instalado en el lugar requerido por el cliente, asegurándose de que todos los mecanismos técnicos, electrónicos y de funcionamiento operen correctamente	Hoja de verificación – Guía de remisión	60 min
Área de Capacitación	Se capacita para el manejo óptimo del bien mueble	Se envía a un experto para que proceda a explicar a los operarios de la maquinaria como es el funcionamiento de la maquinaria	Informe de programa de capacitación	60 min
Área comercial	Facturación	Acorde a lo estipulado en el contrato se procede a facturar por los servicios prestados	Factura	10 min
<b>Finalización del contrato de leasing</b>				
Área comercial y Reparación y Mantenimiento	Verificación mecánica y de uso	Se certifica que el bien mueble se encuentre en buenas condiciones de uso, verificando que se cumplieron todos los acuerdos y condiciones de uso acordados en el contrato de leasing	Informe de cumplimiento de acuerdos y condiciones	60 min

Área Jurídico	Renovación, terminación o compra – venta del bien mueble	Una vez analizado el estado de maquinaria se reúnen las partes para determinar si el bien mueble entra en renovación por el servicio de leasing o se aplica la cláusula de compraventa tomando a los pagos por renta como forma de pago por el activo.	Contrato de renovación o compra venta	20 min
---------------	--	--	---------------------------------------	--------

*Elaborado por: El Autor*



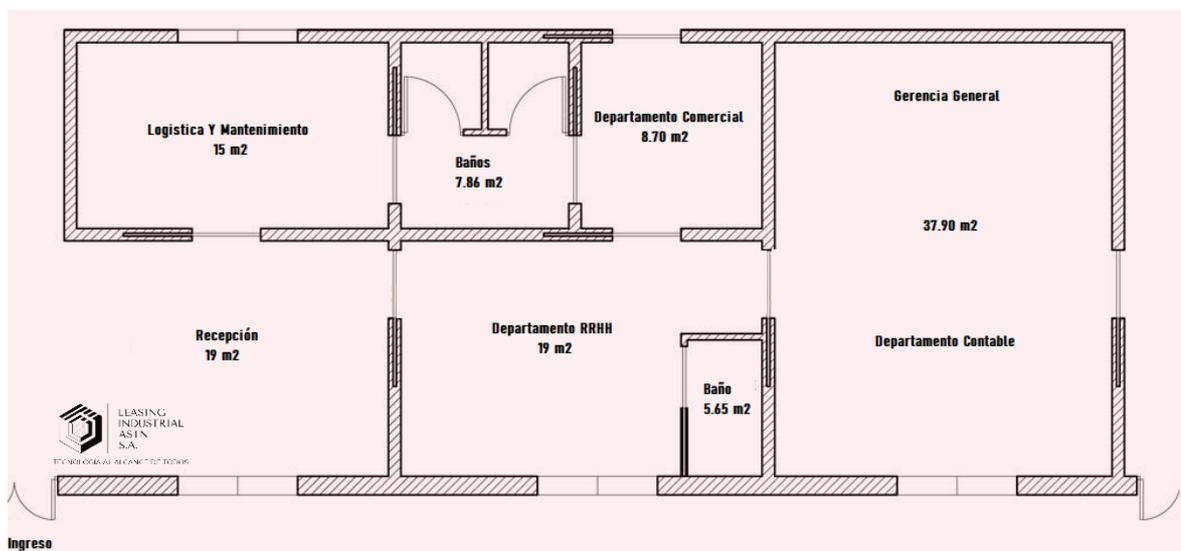
**Figura 2.** Flujograma – Servicio de leasing de maquinaria industrial

*Elaborado por: El Autor*

## Descripción de instalaciones, equipos y personas.

### Distribución de instalaciones

La infraestructura física fue desarrollada en función a las necesidades que requiere el giro de negocio, por lo que, se detalla las dimensiones y espacios asignados para cada una de las áreas funcionales de la empresa, espacios lo suficientemente aptos para el desarrollo óptimo de los procesos que llevará a cabo cada uno de los colaboradores. Por lo tanto, a continuación, se presenta un croquis especificando y detallado de cada una de las áreas de la organización.



*Figura 2. Zonificación*

*Elaborado por: El Autor*

## Descripción de equipos

Una vez determinada, la infraestructura e instalaciones de la organización, se procede a detallar y describir cada equipo indispensable para el desarrollo de las actividades dentro de la organización

*Tabla 32. Descripción de Equipos*

Cantidad	Equipo	Detalle	Fotografía	Características (ver ficha técnica)																						
3	Equipos de Computo	Laptop		<table border="1"> <tr> <td><b>Modelo</b></td> <td>DELL (Inspiron 3511)</td> </tr> <tr> <td><b>Pantalla</b></td> <td>Pantalla WVA de borde estrecho no táctil con retroiluminación LED antirreflejo FHD (1920 x 1080) de 15,6 pulgadas</td> </tr> <tr> <td><b>Procesador</b></td> <td>Intel® Core™ i5-1135G7   11.<sup>a</sup> generación</td> </tr> <tr> <td><b>Almacenamiento</b></td> <td>SSD 256 GB M.2</td> </tr> <tr> <td><b>RAM</b></td> <td>8GB DDR4</td> </tr> <tr> <td><b>OS</b></td> <td>Windows 11 Home</td> </tr> <tr> <td><b>Cámara</b></td> <td>Cámara HD de 1280 x 720 a 30 fps Micrófonos de matriz dual</td> </tr> <tr> <td><b>Batería</b></td> <td>Batería de 4 celdas, 54 Wh (integrada)</td> </tr> <tr> <td><b>Peso</b></td> <td>Peso inicial: 3.6 lb (1.633 kg)</td> </tr> <tr> <td><b>Dimensiones</b></td> <td>Alto (frontal): 0.57 “(14.6 mm) Alto (trasero): 0.71” (17.99 mm) Ancho: 14.02 “(356.06 mm) Profundidad: 9.01” (228.9 mm)</td> </tr> <tr> <td><b>Precio</b></td> <td>\$ 560</td> </tr> </table>	<b>Modelo</b>	DELL (Inspiron 3511)	<b>Pantalla</b>	Pantalla WVA de borde estrecho no táctil con retroiluminación LED antirreflejo FHD (1920 x 1080) de 15,6 pulgadas	<b>Procesador</b>	Intel® Core™ i5-1135G7   11. <sup>a</sup> generación	<b>Almacenamiento</b>	SSD 256 GB M.2	<b>RAM</b>	8GB DDR4	<b>OS</b>	Windows 11 Home	<b>Cámara</b>	Cámara HD de 1280 x 720 a 30 fps Micrófonos de matriz dual	<b>Batería</b>	Batería de 4 celdas, 54 Wh (integrada)	<b>Peso</b>	Peso inicial: 3.6 lb (1.633 kg)	<b>Dimensiones</b>	Alto (frontal): 0.57 “(14.6 mm) Alto (trasero): 0.71” (17.99 mm) Ancho: 14.02 “(356.06 mm) Profundidad: 9.01” (228.9 mm)	<b>Precio</b>	\$ 560
<b>Modelo</b>	DELL (Inspiron 3511)																									
<b>Pantalla</b>	Pantalla WVA de borde estrecho no táctil con retroiluminación LED antirreflejo FHD (1920 x 1080) de 15,6 pulgadas																									
<b>Procesador</b>	Intel® Core™ i5-1135G7   11. <sup>a</sup> generación																									
<b>Almacenamiento</b>	SSD 256 GB M.2																									
<b>RAM</b>	8GB DDR4																									
<b>OS</b>	Windows 11 Home																									
<b>Cámara</b>	Cámara HD de 1280 x 720 a 30 fps Micrófonos de matriz dual																									
<b>Batería</b>	Batería de 4 celdas, 54 Wh (integrada)																									
<b>Peso</b>	Peso inicial: 3.6 lb (1.633 kg)																									
<b>Dimensiones</b>	Alto (frontal): 0.57 “(14.6 mm) Alto (trasero): 0.71” (17.99 mm) Ancho: 14.02 “(356.06 mm) Profundidad: 9.01” (228.9 mm)																									
<b>Precio</b>	\$ 560																									

1

**Impresora**



<b>Modelo</b>	HP LaserJet Pro M426dw
<b>Funciones/Compatible con tareas múltiples</b>	Pantalla táctil color de uso intuitivo de 3" (7,5 cm)
<b>Resolución de impresión</b>	Negro (óptima): 600 x 600 dpi, Hasta 4.800 x 600 dpi mejorada
<b>Velocidad de impresión</b>	Carta: Hasta 40 ppm Negro; Primera página impresa: Hasta apenas 5,4 segundos; Hasta apenas 12,9 segundos (100 V) Negro;
<b>Panel de control</b>	Pantalla táctil color de 3" (7,5 cm)
<b>Batería</b>	Batería de 4 celdas, 54 Wh (integrada)
<b>Peso</b>	28,35 lb
<b>Dimensiones</b>	Ancho x fondo x alto: 16,54 x 15,35 x 12,72 pulg <sup>2</sup> ; Máximo: 16,93 x 25 x 12,8 pulg
<b>Precio</b>	\$ 130

2

Computadora de Escritorio



<b>Modelo</b>	Dell Optiplex 3020
<b>Pantalla</b>	Intel® Core™ i5 (4690)
<b>Procesador</b>	Intel® Core™ i5 (4690)
<b>Almacenamiento</b>	Hasta 8 GB SDRAM DDR3 a 1600 MHz - - 2 DIMMS
<b>RAM</b>	8GB DDR4
<b>OS</b>	Windows 11 Home
<b>Cámara</b>	Cámara HD de 1280 x 720 a 30 fps Micrófonos de matriz dual
<b>Batería</b>	Batería de 4 celdas, 54 Wh (integrada)
<b>Peso</b>	6 Kg
<b>Dimensiones</b>	Hasta 8 GB SDRAM DDR3 a 1600 MHz - - 2 DIMMS
<b>Precio</b>	\$ 660

2

Suministros de Seguridad Sistema de Seguridad



<b>Marca</b>	Dzees
<b>Nombre del modelo</b>	CG6
<b>Tecnología de conectividad</b>	Wi-Fi
<b>Características especiales</b>	Resolución HD, Detector de movimiento, Audio bidireccional, Visión nocturna, Luz incorporada
<b>Precio</b>	\$ 99,99

2

**Máquinas de  
sellado  
empaquetad  
o**



<b>Modelo</b>	GD-ZX10
<b>Capacidad</b>	4 cajas (3x4) 20 cajas/min
<b>2 cajas (4x6) 10 cajas/min</b>	
<b>Tipo de embalaje</b>	Caja de cartón
<b>Tamaño de botella adecuado</b>	200ml - 1500ml
<b>Número de capa</b>	Una Capa
<b>Tamaño de la máquina</b>	Largo 2500 x Ancho 2000 x Altura 2500 mm
<b>Energía</b>	5.0 KW
<b>Aire comprimido</b>	0.4 – 0.6 Mpa – 30 L/min
<b>Peso</b>	3000 kg
<b>Precio</b>	\$ 8000

## Maquinaria

2

**Selladora de  
tubos  
colapsibles**



<b>Modelo</b>	ASA-TOP EX-SELM1
<b>Fuente de alimentación</b>	220VAC, 1 fase, 60 Hz.
<b>Potencia ultrasónica</b>	2.000 W.
<b>Frecuencia ultrasónica</b>	20 kHz.
<b>Diámetro máximo de envase</b>	50 mm.
<b>Altura máxima de envase</b>	200 mm.
<b>Tamaño de la máquina</b>	Ancho 850 mm x fondo 600 mm x alto 650 mm
<b>Peso de la máquina</b>	Aprox. 100 Kg.
<b>Precio</b>	\$ 5200

2

**Máquina de llenado y sellado de agua de bolsas de plástico**



<b>Modelo</b>	SJ-1000
<b>Longitud de la bolsa (mm)</b>	50 – 150 mm
<b>Ancho de la bolsa (mm)</b>	65 – 150 mm
<b>Ancho de película de embalaje (mm)</b>	150 – 320 mm
<b>Volumen de embalaje (ml)</b>	50 – 550 ml
<b>Capacidad de producción (bolsas/h)</b>	1300 – 1500 bolsas/h
<b>Potencia (kw)</b>	1,52 KW
<b>Suministro de aire (MPa)</b>	0,65 Mpa
<b>Consumo de Gas (L/min)</b>	180 L/min
<b>Dimensión (mm)</b>	1050 X 750 X 1900 mm
<b>Peso (kg)</b>	650 kg
<b>Precio</b>	\$ 3700

2

**Máquina de moldeo por soplado**



<b>Modelo</b>	<b>Ítem</b>	<b>GD-A2</b>
<b>Productividad</b>	Dependiente del diseño de la botella	1800 – 2700 pcs/h
<b>Especificación de la botella</b>	Volumen de la botella (L)	0.1 – 2.0L
<b>Especificación de la botella Molde</b>	Diámetro del cuerpo / altura / diámetro del cuello	≤100 mm/ ≤310 mm / 28 mm,38 mm
	Cavidades / Espesor del molde / Volumen del molde	2 / 240 mm / 260x240x360mm

	<b>Potencia de la máquina principal</b>	Potencia nominal / Potencia de uso	25 KW / 6.5 KW
	<b>Sistema de Aire</b>	Compresor de aire HP / compresor de aire LP	3.0 Mpa / 1.0 Mpa
Tanque de aire / Secador		3.0 Mpa / 3.0 Mpa	
<b>Máquina de soplado principal</b>	Tamaño (l x a x h)	1900 x 1280 x 1930	
	Peso	2000 kg	
<b>Posicionamiento de preformas</b>	Tamaño (l x a x h)	2000 x 950 x 2480 mm	
	Peso	250 kg	

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla 33. Actividades - hora hombre**

<b>Actividad</b>	<b>Tiempo</b>	<b>No. Personas</b>	<b>Horas- hombre</b>
<b>(por actividad)</b>			
Solicitud de cotizaciones y proformas de servicio	10 min	1 persona (Asesor Comercial)	10 min 7 horas
Celebración del contrato de leasing o arrendamiento	20 min	1 persona (Abogado)	20 min 7 horas
Logística de transporte del bien mueble	60 min	5 personas (Logística y mantenimiento)	60 min 7 horas
Instala el bien mueble	60 min	5 personas (Logística y mantenimiento)	60 min 7 horas
Se capacita para el manejo óptimo del bien mueble	60 min	1 personas (Especialista en producción u operaciones)	60 min 7 horas
Facturación	10 min	1 personas (Contador)	10 min 7 horas
Verificación mecánica y de uso	60 min	2 personas (Logística y mantenimiento)	60 min 7 horas
Renovación, terminación o compra – venta del bien mueble	20 min	1 persona (Abogado)	20 min 7 horas

**Elaborado por: El Autor**

### Tecnología a aplicar

La tecnología que se prevé implementar es un sistema de información gerencial capaz de satisfacer las necesidades de las áreas funcionales de la organización, un SIG capaz de conglomerar datos de tipo contable, inventarios, financieros, informes gerenciales, CRM, etc.

El SIG que se pretende implementar es el sistema kapital, desarrollado por la empresa ecuatoriana Kapital Company.

A continuación, se detalla especificaciones y el costo de implementación.

*Tabla 34. Tecnología a Aplicar*

<b>Sistema de Información Gerencial</b>	
<b>KAPITAL COMPANY</b>	<b>Sistema de Información Gerencial más completo del país</b>
	Sistema de control presupuestario y de activos
	Sistema de facturación y procesamiento de requisiciones
	Sistema de contabilidad general
	Sistema de control y gestión del talento humano
	Sistema de Ventas
	Sistema de control de inventarios
	Sistema de control de sucursales
	\$ 450

*Elaborado por: El Autor*

### Factores que afectan las operaciones

Los temas que pueden llegar a afectar las operaciones pueden ser factores externos e internos, se detalla a continuación:

*Tabla 35. Factores que afectan las operaciones*

<b>Factores</b>	<b>Afectan las operaciones</b>
Factores Externos	Incremento en tributos (impuesto a la renta, impuesto al valor agregado, etc), puede limitar de manera negativa al proyecto, pues los márgenes de beneficio verían una disminución, afectando a las inversiones previstas.

	Factores externos relacionadas con variables macroeconómicas (inflación, tasa de desempleo, etc)
	Fallas en el suministro eléctrico.
Factores Internos	Caída del sistema de información gerencial Ausencia de los colaboradores, sea por enfermedad, calamidad, entre otros. Complicaciones mecánicas el equipos o maquinaria industrial  Pérdida de conexión de internet.

---

*Elaborado por: El Autor*

### **1.3 Capacidad de Producción**

#### **Capacidad de Producción Futura.**

Mediante el estudio de mercado y la aplicación del instrumento de recolección de datos se ha podido extraer un aproximado de servicios. La pregunta número 9 de la encuesta aplicada plantea ¿Con que frecuencia consideraría contratar los servicios de leasing?, donde del total de la muestra de 40 entidades del sector societario, 23 de ellas comentaron que considerarían contratar servicios de leasing de manera semestral, por lo tanto, el servicio por leasing será facturado por hora y como es un proyecto recién en constitución la capacidad de producción es de 8 máquinas, pues son estas serán sometidas al servicio de leasing.

Por lo tanto, teniendo claro estos datos se plantea llevar cabo un cálculo que permita conocer la capacidad de producción futura. Teniendo en cuenta que, la maquinaria que se plantea poner a disposición del servicio es la siguiente:

**Tabla 36. Capacidad Productiva**

Año		Capacidad De Servicios (En horas)			
		Horas	Mensual	Semestral	Anual
2023	1	28	616	3696	7392
2024	2	29	642	3855	7710
2025	3	30	670	4021	8041
2026	4	32	699	4194	8387
2027	5	33	729	4374	8748

*Elaborado por: El Autor*

La capacidad productiva que se estima es de 4 máquinas operativas y 7 horas a la semana, con una visión a futuro de proyectar hacia la compra más maquinaria y de la misma forma involucrar en el giro de negocio la oferta del servicio de leasing indirecto.

#### **1.4 Definición de Recursos Necesarios para la producción**

##### **Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.**

En el servicio de leasing el bien necesario para producir el servicio será la maquinaria industrial, por ende, el grado de sustitución es media pues las diferentes maquinas pueden variar en características y especificaciones dependiendo el fabricante.

Los principales proveedores es la empresa ecuatoriana Astimec S.A y la compañía Servipack, empresas metalmecánicas dedicadas a la elaboración, importación y comercialización de maquinaria manufacturera para procesos productivos del sector alimentario, farmacéutico, cosmetológico, manufacturero, etc.

En el exterior, se tiene conocimiento de diferentes empresas chinas que ofrecen maquinaria industrial de gran calidad, sin embargo, se tiene una visión a futuro de contactar empresas extranjeras para llevar a cabo el proceso de importación de la maquinaria.

*Tabla 37. Grado de Sustitución*

**Máquinas de  
sellado  
empaquetado**



**Selladora de  
tubos  
colapsibles**



**Máquina de  
llenado y  
sellado de  
agua de bolsas  
de plástico**



**Máquina de  
moldeo por  
soplado**



*Elaborado por: El Autor*

## 1.5 Calidad

### Método de Control de Calidad.

La herramienta de control de Calidad que se utilizará es el Diagrama de Pareto, pues es una herramienta de control que permite detectar problemas que tienen más relevancia sobre otros. Aplicando el principio de Pareto (pocos vitales, muchos triviales). Este gráfico es muy útil ya que permite identificar rápidamente los problemas vitales a los que hay que prestar atención, para así enfocar y llevar a cabo acciones que puedan solucionar el problema sin malgastar recursos y esfuerzos. Esta herramienta al ser un gráfico de barras puede ser utilizado para analizar causas, estudiar resultados y planear la mejora continua. (Verdoy, Mateu Mahiques, & Sagasta Pellicer, 2006)

A continuación, se plantea un breve ejemplo de como se puede llegar a ocupar esta herramienta del control de la calidad dentro del presente proyecto.

Supongamos que dentro de un año, se desea evaluar la atención al cliente, por lo tanto, se implementa un programa de opinión al azar de los clientes a fin de determinar formas para mejorar el servicio. A continuación, se detalla un resumen de las quejas del primer año.

**Tabla 38.** Datos Ejercicio - Herramienta de Control de la Calidad

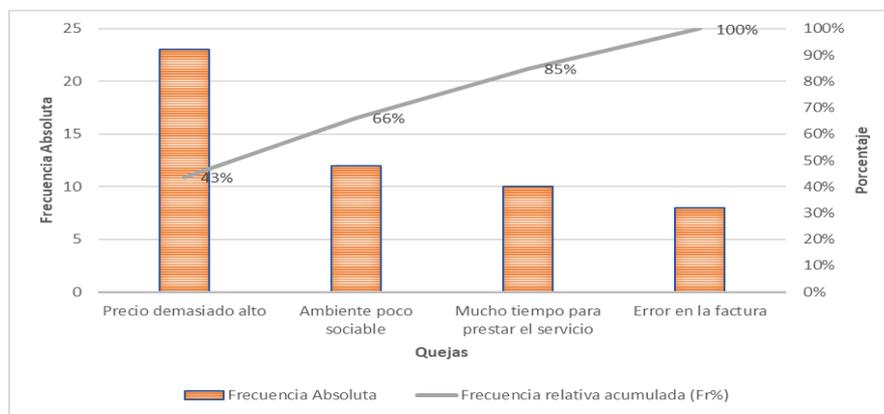
Queja	Frecuencia
Error en la factura	8
Ambiente poco sociable	12
Precio demasiado alto	23
Mucho tiempo para prestar el servicio	10

*Elaborado por: El Autor*

**Tabla 39.** Tabla de Frecuencia. Herramienta de Control de la Calidad

Queja	Total de queja	Frecuencia relativa (fr%)	Frecuencia relativa acumulada (Fr%)
Precio demasiado alto	23	43%	43%
Ambiente poco sociable	12	23%	66%
Mucho tiempo para prestar el servicio	10	19%	85%
Error en la factura	8	15%	100%
	53		

*Elaborado por: El Autor*



**Gráfico 12. Diagrama de Pareto**

*Elaborado por: El Autor*

Después del respectivo análisis se puede concluir que, se deberá eliminar los problemas del precio demasiado alto y ambiente poco sociable pues ocasiona más del 66% de quejas de los clientes.

Cabe recalcar que es un pequeño ejercicio, de cómo se puede manejar la mejora continua y el control de la calidad en el presente proyecto.

## **1.6 Normativa y Permisos que afectan la Instalación del negocio**

### **Seguridad e higiene ocupacional**

#### **Acuerdos Internacionales**

- Decisión 584. Instrumento Andino De Seguridad Y Salud En El Trabajo
- Resolución 957. Reglamento Del Instructivo Andino De Seguridad Y Salud En El Trabajo

#### **Leyes Nacionales**

- Código de trabajo
- Ley De Comercialización Y Empleo De Plaguicidas
- Ley Orgánica De Discapacidades, (LOD)
- Ley De Defensa Contra Incendios
- Decreto Ejecutivo 860. Sistema Nacional De Cualificaciones Y Capacitación Profesional
- Decreto Ejecutivo 2393. Reglamento De Seguridad Y Salud De Los Trabajadores
- Am 13. Reglamento De Riesgos De Trabajo En Instalaciones Eléctricas

- Am 82. Normativa Erradicación De La Discriminación En El Ámbito Laboral
- CPE-20 – Código De Practica Para Limpieza, Desinfección
- GPE-7 – GUÍA PARA LA PRESENTACIÓN DE LOS AVISOS SOBRE ACCIDENTES DE TRABAJO
- NTE INEN 146 – Cascos De Seguridad Para Uso Industrial. Requisitos E Inspección
- NTE INEN 731 – Extintores Portátiles Y Estacionarios Contra Incendios. Definiciones Y Clasificación
- NTE INEN 733 – Prevención De Incendios. Ventanas Cortafuegos. Determinación De La Resistencia Al Fuego
- NTE INEN 737 – Extintores Portátiles. Muestreo
- NTE INEN 738 – Extintores Portátiles. Métodos De Ensayo
- NTE INEN 739 – Extintores Portátiles. Inspección, Mantenimiento Y Recarga
- NTE INEN 743 – Prevención De Incendios. Clasificación De Los Materiales Explosivos
- NTE INEN 744 – Equipo Contra Incendios. Vestimenta Resistente Al Calor Y A La Llama. Métodos De Ensayo
- NTE INEN 745 – Equipo Contra Incendios. Determinación De La Resistencia A La Llama De Materiales Textiles Y Laminados. Método De Ensayo
- NTE INEN 754 – Prevención De Incendios. Puertas Cortafuego. Requisitos Generales
- NTE INEN 757 – Prevención De Incendios. Determinación Del Potencial Calorífico De Los Materiales De Construcción. Método De Ensayo
- NTE INEN 758 – Prevención De Incendios. Techos. Determinación De La Resistencia A La Exposición Externa Al Fuego. Método De Ensayo
- NTE INEN 801 – Extintores Portátiles. Requisitos Generales.
- NTE INEN 802 – Extintores Portátiles. Selección Y Distribución En Edificaciones Nte Inen 803 – Equipo Contra Incendios. Vestimenta Resistente Al Calor. Requisitos
- NTE INEN 804 – Prevención De Incendios. Determinación De La Resistencia Al Fuego De Elementos Constructivos. Método De Ensayo
- NTE INEN 805 – Prevención De Incendios. Puertas Cortafuegos Abisagradas. Requisitos

## **CAPITULO III**

### **Organización y Gestión**

#### **1.1 Objetivo del capítulo**

Definir la planeación y organización del presente proyecto, mediante el uso de herramientas y matrices que permitan establecer una guía a seguir hacia la consecución de los objetivos organizacionales.

#### **1.2 Análisis Estratégico y Definición de Objetivos**

##### **Visión de la Empresa**

Consolidar nuestra marca y ser una empresa líder en el sector industrial, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes mediante la oferta de equipos de alta calidad y generando confianza por medio de la mejora continua en los procesos organizacionales.

##### **Misión de la Empresa**

Brindamos servicios de leasing de maquinaria industrial, solventando las necesidades del mercado manufacturero, orientados a la innovación, integridad, fiabilidad, relación calidad-precio y a la mejora continua para cooperar a un futuro sostenible.

##### **Objetivos y estrategias**

Para proceder a establecer los objetivos estratégicos en búsqueda de alcanzar nuestra misión empresarial, se desarrolla un análisis interno y externo a fin de analizar la situación de la organización, mediante el uso de la matriz FODA, se generará una perspectiva sobre las características como fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Por lo tanto, una vez desarrollada la matriz se obtendrá un panorama del proyecto y se plantearán los objetivos estratégicos que se buscan alcanzar con el paso del tiempo.

**Tabla 40. Matriz FODA**

		<b>Interno</b>	<b>Externo</b>
<b>Negativo</b>	<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flujo de efectivo y recursos limitados.</li> <li>• Capacidad productiva limitada.</li> <li>• Oferta escasamente diversificada y centrado plenamente a la oferta local.</li> </ul>	<b>Amenazas</b>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inflación, al presenciar la inflación la capacidad adquisitiva podría disminuir, generando que se evite adquirir el servicio de leasing de maquinaria industrial.</li> <li>• El aumento en los aranceles o tributos a la importación de maquinaria industrial puede atraer el alza de costos para la organización.</li> <li>• El incremento en tributos (impuestos a la renta, IVA, etc), puede limitar de forma negativa a la entidad pues los márgenes de beneficio serían menores y afectaría a las inversiones previstas por la empresa.</li> <li>• El sector es altamente competitivo.</li> </ul>
<b>Positivo</b>	<b>Fortalezas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La privilegiada ubicación geográfica, el establecimiento principal se encuentra en un lugar de fácil acceso, seguro y con gran fluencia de persona.</li> <li>• Profesionales de alta calidad, conocedores de metodologías e instrumentos de trabajo lo que le otorga rentabilidad y productividad en todos los procesos internos de la organización.</li> <li>• Productos de alta calidad.</li> <li>• Alianza estratégica con empresa industrial constituida en la ciudad de Quito.</li> <li>• Socios con vasta experiencia en el sector donde se desarrollará la idea de negocio.</li> </ul>	<b>Oportunidades</b>
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tasas de interés bajas, permitiendo que la entidad acceda a financiación para potenciar su actividad económica.</li> <li>• Incremento del PIB, denotando que existe un aumento de la producción ocasionando que aumente la inversión y el consumo generando que las actividades económicas estén en crecimiento.</li> <li>• El riesgo país se estabilice y se incentive la creación de empresas y de emprendimientos, con la capacidad de convertirse en clientes potenciales.</li> <li>• Poca competencia en la zona donde se prevé implementar la idea de negocio.</li> <li>• Alto desarrollo de empresas dedicadas al sector manufacturero industrial.</li> </ul>

*Elaborado por: El Autor*

**Misión**  
Brindamos servicios de leasing de maquinaria industrial, solventando las necesidades del mercado manufacturero, orientados a la innovación, integridad, fiabilidad, relación calidad-precio y a la mejora continua para cooperar a un futuro sostenible.

**Objetivo Año 1**  
Ofertar servicios de leasing con valor agregado y capaz de satisfacer las necesidades del consumidor

**Objetivo Año 2**  
Establecer una imagen corporativa, con reconocimiento y posicionamiento

**Objetivo Año 3**  
Incrementar el portafolio de maquinaria industrial a disposición del servicio de leasing

**Objetivo Año 4**  
Ofertar todo tipo de leasing al mercado

**Objetivo Año 5**  
Expandir los servicios de leasing al territorio nacional

**Visión**  
Consolidar nuestra marca y ser una empresa líder en el sector industrial, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes mediante la oferta de equipos de alta calidad y generando confianza por medio de la mejora continua en los procesos organizacionales.

**Política**  
Desarrollar capacitaciones permanentes para que el servicio sea de calidad y otorgue diferenciación frente a la competencia

**Estrategia**  
Elaborar planes, programas, proyectos anuales de capacitación, fortaleciendo al conocimiento del capital humano para que alcance la eficiencia y eficacia en el desarrollo de las actividades.

**Política**  
Establecer una cultura organizacional fundamentada en la integridad, respeto y transparencia.

**Estrategia**  
Llevar a cabo planes de comunicación, cuidado la reputación y la filosofía corporativa.

**Política**  
Diversificar el portafolio de maquinaria industrial

**Estrategia**  
Generar alianzas estratégicas con entidades nacionales e internacionales.

**Política**  
Aumentar los servicios de leasing.

**Estrategia**  
Implementar servicios de leasing, indirecto, financiero, lease back, entre otros.

**Política**  
Ampliar los servicios de leasing a diferentes partes del país.

**Estrategia**  
Una vez posicionado en el mercado donde se constituyó la organización, establecer un plan de marketing con el fin de atraer clientes potenciales de todos los lugares del país.

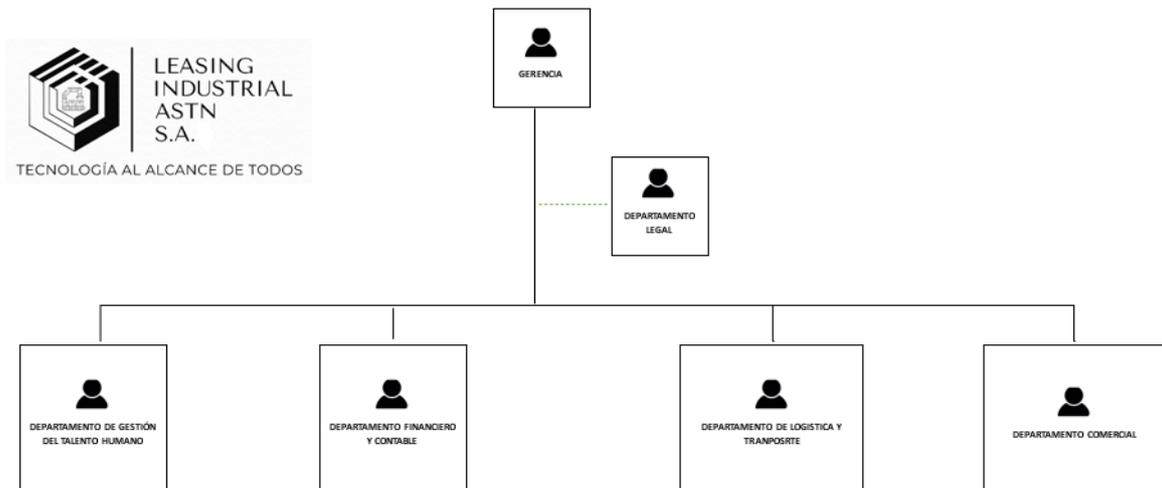
## 1.3 Organización Funcional de la Empresa

### Organización Interna

Se procede a determinar la organización del presente proyecto, a fin de controlar y dirigir los departamentos para crear un sistema organizado para la consecución de objetivos. Se desarrollará el organigrama de la organización a fin de atribuir responsabilidades, centro de mando, jerarquización, división del trabajo, coordinación y flexibilidad en los procesos organizacionales. Dentro de toda organización, aunque sea pequeña, existen funciones que se deben realizar.

### EMPRESA “Leasing Industrial ASTN S.A”

#### Organigrama Estructural

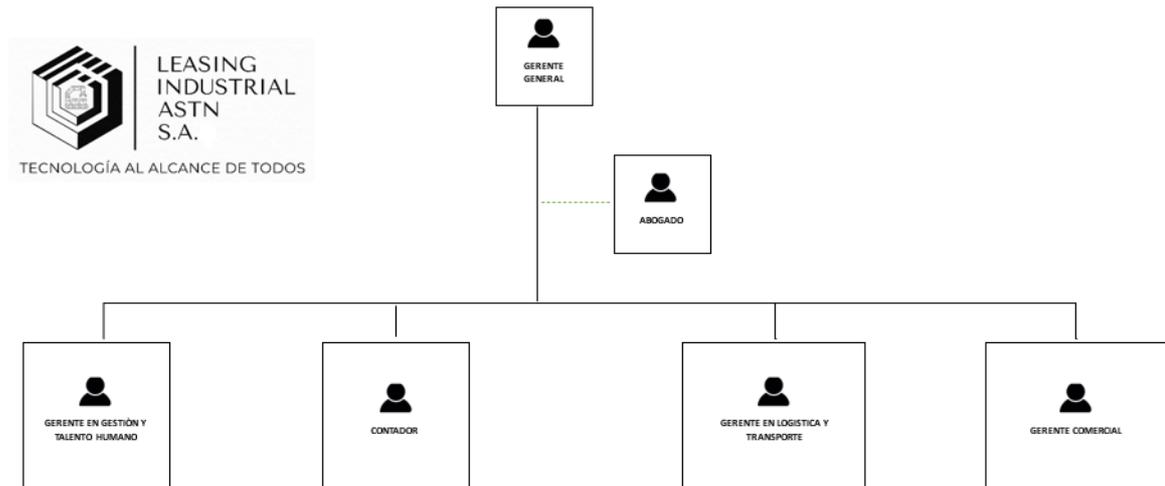


*Gráfico 13. Organigrama Estructural*

*Elaborado por: El Autor*

## EMPRESA “Leasing Industrial ASTN S.A”

### Organigrama Funcional



*Gráfico 14. Organigrama Funcional*

*Elaborado por: El Autor*

#### 1.4 Descripción de puestos.

Se debe describir brevemente las funciones de cada uno de los puestos que se encuentran en cada una de las Unidades Administrativas diagramadas en el organigrama

*Tabla 41. Descripción de puestos - Gerente General*

---

#### **I. Información Básica:**

*Puesto. Gerente General*

*Jefe inmediato superior. No posee*

*Supervisa a. Gerencia de Talento Humano, Gerente Financiero, Gerente de Mantenimiento y Reparaciones, Gerente de logística y Transporte y Gerente Comercial*

---

#### **II. Objetivo Del Puesto:**

*Controlar, vigilar y administra las actividades de la empresa, en búsqueda de implementar estrategias para agilizar procesos e incrementar la rentabilidad del negocio.*

---

#### **III. Funciones**

---

- 
- *Planificar y coordinar las actividades empresariales*
  - *Llevar a cabo estrategias para incrementar la rentabilidad*
  - *Llevar un liderazgo para la consecución de objetivos organizacionales*
  - *Establecer metas a corto, mediano y largo plazo de las compañías.*
- 

#### **IV. Requisitos Mínimos Para El Puesto:**

**Título profesional.** *Administrador de Empresas, Economista, Ingeniero Industrial, entre otras relacionadas.*

**Experiencia.** *Contar con experiencia en el sector manufacturero.*

**Habilidades.** *Liderazgo, persuasión, trabajo en equipo.*

**Formación.** *Administrador de Empresas, Economista, Ingeniero Industrial, entre otras relacionadas.*

*Elaborado por: El Autor*

---

*Tabla 42. Descripción de puestos - Gerente RRHH*

#### **I. Información Básica:**

**Puesto.** *Gerente en Gestión y Talento Humano*

**Jefe inmediato superior.** *Gerente General*

**Supervisa a.** *Auxiliar RRHH*

---

#### **II. Objetivo Del Puesto:**

*Tiene la responsabilidad primordial de conducir el proceso de selección de personal, inducirlo, capacitarlo y velar por su bienestar económico y social, sea este funcionario, ejecutivo, empleado u obrero.*

---

#### **III. Funciones**

- 
- *Planificar o programar con su equipo, la capacitación del personal a través de cursos, seminarios u otros, que lleven a cabo empresas o instituciones profesionales, dedicadas a estas acciones*
  - *Su responsabilidad es el desarrollo personal a través de la elaboración de un plan de capacitación, controlarlo y hacer seguimiento.*
  - *Llevar acciones de rotación, contratación, transferencias, promociones, ascensos y despidos de los colaboradores*
  - *Registros y control de personal, incluyendo su documentación e historial laboral.*
-

- 
- *Prevé los accidentes de trabajo, cuida la salud y seguridad de los colaboradores.*
  - *Lleva a cabo la nómina de los trabajadores y todo lo referente a seguridad social.*
- 

#### **IV. Requisitos Mínimos Para El Puesto:**

---

**Título profesional.** *Talento Humano*

**Experiencia.** *Contar con experiencia en el carácter laboral. (normativas, leyes y obligaciones de los trabajadores)*

**Habilidades.** *Liderazgo, persuasión, trabajo en equipo.*

**Formación.** *Talento Humano.*

---

*Elaborado por: El Autor*

---

*Tabla 33. Descripción de puestos – Contabilidad*

---

#### **I. Información Básica:**

---

**Puesto.** *Contador*

**Jefe inmediato superior.** *Gerente Financiero*

**Supervisa a.** *No posee*

---

#### **II. Objetivo Del Puesto:**

*Captura los datos y registro de movimientos contables, posee al día todo lo relacionado a la contabilidad.*

---

#### **III. Funciones**

---

- *Facturación*
  - *Conciliaciones Bancarias*
  - *Registros Contables*
  - *Declaraciones tributarias*
- 

#### **IV. Requisitos Mínimos Para El Puesto:**

---

**Título profesional.** *Contador y/o experto tributario.*

**Experiencia.** *Experiencia en áreas tributarias y contables.*

**Habilidades.** *Liderazgo, persuasión, trabajo en equipo.*

**Formación.** *Contador y/o experto tributario.*

---

*Elaborado por: El Autor*

---

*Tabla 34. Descripción de puestos – Gerente de Logística y Distribución*

---

**I. Información Básica:**

---

**Puesto.** Gerente de Logística y Distribución

**Jefe inmediato superior.** Gerente General

**Supervisa a.** Operarios

---

**II. Objetivo Del Puesto:**

*Coordinar y realizar adecuadamente la entrega del producto, cerciorándose que el activo o bien inmueble este totalmente operativo para el proceso productivo en el cual será sometido.*

---

**III. Funciones**

- *Gestionar guías de remisión para el transporte del bien.*
  - *Verificar el correcto desenvolvimiento del bien mueble.*
- 

**IV. Requisitos Mínimos Para El Puesto:**

**Título profesional.** Ingeniero En Logística o canales de distribución

**Experiencia.** Experiencia en el sector manufacturero y en el sector logístico.

**Habilidades.** Liderazgo, persuasión, trabajo en equipo.

**Formación.** Ingeniero En Logística o canales de distribución

---

*Elaborado por: El Autor*

*Tabla 35. Descripción de puestos – Gerente Comercial*

---

**I. Información Básica:**

---

**Puesto.** Gerente Comercial

**Jefe inmediato superior.** Gerente General

**Supervisa a.** Operarios

---

**II. Objetivo Del Puesto:**

*Coordinar y realizar adecuadamente planes de marketing y de comunicación para posicionar a la organización dentro del mercado.*

---

**III. Funciones**

- *Gestionar planes a fin de dar a conocer la marca que conlleve a la atracción de clientes.*
-

---

## IV. Requisitos Mínimos Para El Puesto:

---

**Título profesional.** *Mercadotecnia*

**Experiencia.** *Experiencia en el sector manufacturero y amplia experiencia en desarrollo de planes de marketing.*

**Habilidades.** *Liderazgo, persuasión, trabajo en equipo.*

**Formación.** *Mercadotecnia*

---

*Elaborado por: El Autor*

### 1.5 Control de Gestión

#### Indicadores de gestión

Enliste y justifique los indicadores de gestión que puede utilizar en las áreas de su empresa, cuando inicie la operación.

**Tabla 37.** *Indicadores de gestión*

Áreas	Indicador	INDICADORES
Financiera y contable	Capital de Trabajo	$\text{Capital de Trabajo} = \text{Activo corriente} - \text{Pasivo Corriente}$
	Razón Corriente	$\text{Razón corriente} = \text{Activo corriente} / \text{Pasivo Corriente}$
	Razón Rápida	$\text{Razón rápida} = \text{Activo corriente} - \text{inventarios} / \text{Pasivo Corriente}$
	Razón de Deuda	$\text{Razón de Deuda} = \text{Pasivo} / \text{Activo}$
	Razón de Patrimonio	$\text{Razón de Patrimonio} = \text{Total de pasivo} / \text{Total de patrimonio}$
	Razón de margen de utilidad bruta	$\text{Razón de margen de utilidad bruta} = \text{Utilidad Bruta} / \text{Ventas}$
	Razón Utilidad Operacional	$\text{Razón Utilidad Operacional} = \text{Utilidad Operacional} / \text{Ventas}$
	Razón Utilidad Neta	$\text{Razón Utilidad Neta} = \text{Utilidad del Ejercicio} / \text{Ventas}$
Comercial	Coste de atracción de clientes	$\text{Coste de atracción de clientes} = \text{Gastos publicitarios} / \text{Nuevos Clientes}$
	Índice de reclamaciones	$\text{Índice de reclamaciones} = \text{Reclamaciones} / \text{compras}$
	Índice de fidelización	$\text{Índice de fidelización} = \# \text{de clientes} / \# \text{total de compras}$
	Participación en el mercado	$\text{Participación en el mercado} = \text{Ventas de la empresa} / \text{Ventas totales del mercado}$
	Crecimiento en ventas	$\text{Crecimiento en ventas} = \text{Ventas del periodo actual} - \text{Ventas del periodo anterior} / \text{Ventas del periodo anterior}$
Gestión y Talento Humano	Rotación de Personal	$\text{Rotación de Personal} = \text{Personas Contratadas Despedidas o que Renunciaron} / \# \text{ Promedio de personas Contratadas}$

	Gastos por capacitación	Gastos por capacitación = Coste de programas de capacitación / # total de empleados
Logística y Distribución	Costo de Distribución sobre las ventas	Costo de Distribución sobre las ventas = Coste total de logística y distribución / Ventas

*Elaborado por: El Autor*

## Necesidades De Personal

*Tabla 38. Necesidades de Personal*

Cargo	Objetivo de Puesto	Funciones	Requisitos Mínimos
Gerente Financiero	Se encarga de la obtención de fondos y del suministro del capital que se utiliza en el funcionamiento de la empresa, procurando disponer con los medios económicos necesarios para cada uno de los departamentos, con el objeto de que puedan funcionar debidamente.	Llevar a cabo análisis financieros para conocer la rentabilidad, endeudamiento, entre otros del negocio.	Profesional en Economía, Finanzas o afines. Experiencia en el sector financiero. (mercado de valores, bancos y seguros) Habilidades de liderazgo, persuasión, trabajo en equipo. Título profesional en Contabilidad, Cobranza o afines.
Crédito Y Cobranzas	Coordinar, planear y supervisar los pagos de proveedores y gastos directos e indirectos de la empresa.	Llevar a cabo procesos de cuentas por pagar y por cobrar a los clientes y proveedores.	Con experiencia en el manejo de cartera y captación de clientes. Habilidades de Liderazgo, persuasión, trabajo en equipo. Título profesional de Ingeniería en Metalmecánica o mecánico
Gerente de Mantenimiento y Reparación	Desarrolla métodos adecuados para el mantenimiento y reparación del producto, supervisa procesos de capacitación para el manejo del activo y siempre se asegura del buen funcionamiento de los equipos.	Procesos de capacitación para el manejo del activo y llevar a cabo procesos de mantenimiento y reparación del activo fijo.	Experiencia en el sector manufacturero. Habilidades de Liderazgo, persuasión, trabajo en equipo. Título profesional o tecnología en Asesor comercial o afines.
Asesores Comerciales	Llevar a cabo procesos de ventas, entregando al cliente detalles sobre el servicio que se oferta.	Ofrecer un servicio al cliente de calidad, capaz de satisfacer las necesidades del consumidor.	Experiencia en el comercial y ventas. Habilidades. Liderazgo, persuasión, trabajo en equipo.

*Elaborado por: El Autor*

## **CAPITULO IV**

### **Jurídico Legal**

#### **2.1 Objetivos del capítulo**

Definir la personería jurídica mediante el análisis de la legislación vigente, de modo que posibilite el desarrollo de las actividades productivas y económicas de manera controlada y regular.

#### **2.2 Determinación de la forma jurídica**

Tomando como base la normativa de la “Ley de Compañías” expedida y publicada en el Registro Oficial N. 312 el 05 noviembre de 1999 con su última modificación el 29 de diciembre del 2017, se pretende que el presente proyecto sea constituido bajo la personalidad jurídica de sociedad anónima o compañía anónima.

Este tipo de personería jurídica es una sociedad donde el capital, se encuentra dividido por acciones negociables, y se conforma por la aportación de los accionistas que responden al monto de sus acciones. Se ha tomado la decisión de constituir una empresa bajo esta personería jurídica acorde al giro de negocio, pues se prevé aplicar una fuerte inversión entre varios socios.

En el artículo 146 de la Ley de Compañías, expedita que la Compañía Anónima, deberá constituirse por medio de escritura pública y esta será inscrita en el registro mercantil del cantón del establecimiento principal de la sociedad. Una vez inscrita la compañía ya poseerá personalidad jurídica, sin embargo, podrá empezar a operar y desarrollar su actividad económica cuando obtenga el Registro Único de Contribuyentes (RUC) en el Servicio de Rentas Internas.

Otorgada la escritura de constitución de la sociedad, se presentará tres copias notariadas al Registro Mercantil del lugar de constitución, juntamente con los nombramientos para la inscripción y registro.

Por ende, el presente proyecto como una idea que pretende ingresar al mercado y se encuentra aún en su etapa de introducción, no sería un problema el no poder ingresar al mercado de valores.

Por lo que, para la constitución de la sociedad por acciones simplificadas se procederá a la elaboración de un documento constitutivo cumpliendo una serie de requisitos.

**Tabla 39. Pasos para la elaboración del documento constitutivo**

N#	Paso
1	Lugar y fecha de la celebración del acto unilateral
2	Nombre, nacionalidad, identificación, correo electrónico y domicilio de los accionistas.
3	Razón social, seguida por la tipología S.A. (Sociedad Anónima)
4	Establecimiento principal de la compañía.
5	El plazo de duración, si no se estipulase el mismo se da por entendido que la sociedad es constituida por tiempo indefinido.
6	Conceptualización clara y puntual de las actividades a desarrollar en su objeto social.
7	Importe de capital social, detallando el porcentaje de participación y datos de los accionistas.
8	Indicaciones de acuerdo a la ley, de lo que cada accionista suscribe (capital, muebles, inmuebles o intangibles)
9	Medio de administración y fiscalización de la compañía.
10	Formas de deliberación en la junta de accionistas, forma de convocatoria y constitución.
11	Normas de reparto de utilidades.
12	La declaración bajo juramento, de la autenticidad y veracidad de la información y documentación proporcionada.

**Elaborado por:** El autor

**Fuente:** Ley de Compañías

Una vez detallada la información a presentar para la creación de una Sociedad Anónima S.A, se procede a desglosar los pasos a seguir para su registro y respectiva constitución.

**Tabla 40. Registro y Constitución**

N#	Paso	Descripción
1	Certificado del accionista (firma electrónica/manuscrita)	<ul style="list-style-type: none"><li>• Obtener certificados electrónicos mediante entidades de certificación como el Banco Central del Ecuador, Security Data, Anfac Autoridad De Certificación Ecuador C.A. o el Consejo de la Judicatura</li><li>• Ingresar al portar web <a href="http://www.supercias.gob.ec/">http://www.supercias.gob.ec/</a></li><li>• Ingresar al portal de Trámites del Sector de Compañías</li><li>• Ingresar clave y usuario, escoger la opción Reserva de Denominación</li></ul>
2	Reserva de denominación	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Para obtener su clave y usuario es necesario registrarse en el siguiente link: <a href="https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/res_usu.zul">https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/guiasUsuarios/res_usu.zul</a></li><li>• Escoja la Opción Constitución</li><li>• Cumpla con los pasos indicados en el proceso, seleccionando la personalidad jurídica S.A.</li></ul>

3	Contrato privado o escritura y nombramiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Concluya el proceso e imprima la reserva de denominación.</li> <li>• Ingresar al portar web <a href="http://www.supercias.gob.ec/">http://www.supercias.gob.ec/</a></li> <li>• Descargue los formatos y documentos requeridos</li> <li>• Complete la información solicitada</li> <li>• Si el proceso de constitución es electrónico, complete los datos en el sistema y proceda a firmar, aceptar y enviar la información.</li> </ul>
4	4. Realizar la petición de inscripción, cumpliendo con los siguientes datos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de solicitante</li> <li>• Nombre completo</li> <li>• Identificación</li> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Teléfono celular y/o convencional</li> <li>• Provincia</li> <li>• Ciudad</li> <li>• Dirección</li> </ul>
5	5. Copia(s) de la cedula de identidad o pasaporte	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Copia de cédula o documento de identidad a color y legible</li> </ul>

*Elaborado por: El autor*

*Fuente: Ley de Compañías*

**Tabla 41. Registro de Actividades Económicas**

N#	Paso
1	Cédula original o pasaporte para verificación de información
2	Formulario de inscripción, firmado por el contribuyente o representante legal (sociedades)
3	Acuerdo de responsabilidad y uso de medios electrónicos.
4	Copia u original de una planilla de servicios básicos donde ejecuta la actividad económica, o contrato de arrendamiento legalizado.
5	Presentación del RUC del contribuyente

*Elaborado por: El autor*

*Fuente: Servicio de Rentas Internas*

**Tabla 42. Obtención del RUC**

N#	Paso
1	Cédula o Pasaporte
2	Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
3	Documentos de Registro de Actividades Económicas
4	Planilla de servicios básicos
5	Presentación del RUC del contribuyente

*Elaborado por: El autor*

*Fuente: Servicio de Rentas Internas*

**Tabla 43. Permisos de funcionamiento**

N#	Paso
1	Solicitud de inspección dirigida a la Jefatura del Cuerpo de Bomberos
2	Informe técnico de inspección favorable
3	Copia de RUC o RISE
4	Extintor de 10 libras de polvo químico seco (ABC) uno por cada 50m2, instalado a 1,50 de altura y con la respectiva señalética de uso y manejo (art.29 Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio)
5	Letrero del ECU 911 (Norma de la Secretaria de Gestión de Riesgos)
6	Plan de emergencias y evacuación, debidamente firmada por un profesional del área de Seguridad Industrial y/o Gestión de Riesgos
7	Si el establecimiento es considerado de alto riesgo debido a los productos de comercialización y/o cargas caloríficas se deberá realizar un Plan de Emergencias y Evacuación
8	Copia del contrato de arrendamiento (debidamente registrado en la Jefatura de Avalúos y Catastros)

**Elaborado por:** El autor

**Fuente:** Reglamento de Prevención, Mitigación y Prevención Contra Incendio

### **2.3 Registros de marcas**

Para distinguir el presente proyecto de otros que pertenecen al mismo sector, rama o clase; se pretende registrar la marca para así otorgar al proyecto un derecho exclusivo de manejo de su marca, evitando que exista la comercialización con la misma marca y limitando a que existan marcas similares que puedan conllevar a la confusión.

El proceso de registro de marcas se lleva a cabo mediante la SENADI - Servicio Nacional de Derechos Intelectuales, donde el trámite para la concesión del derecho de marca es \$208, y la protección tiene una duración de 10 años; el trámite de renovación debe realizarse seis meses antes de la fecha de vencimiento.

El proceso de registro es el siguiente:

**Tabla 44. Pasos para el registro de marca**

N#	Paso	N#	Paso
1	Ingresar al sitio web: <a href="http://www.derechosintelectuales.gob.ec">www.derechosintelectuales.gob.ec</a>	14	Acérquese al Banco del Pacífico a pagar el valor de \$16. (El pago puede realizarse en línea)
2	Escoja la opción Programa/Servicios	15	Escanee el baucher o comprobantes de pago (El emitido por el sistema y el baucher emitido por la institución financiera)
3	Ingrese a la opción Casillero Virtual	16	Vía correo electrónico (foneticoquito@senadi.gob.ec), envíe el nombre exacto de la marca que se desea registrar.
4	Complete los que se solicitan en el Casillero Virtual	17	El informe de búsqueda se enviará al correo.
5	Una vez completo el paso anterior, llegará al correo el usuario y contraseña; obteniendo su casillero Virtual.	18	Una vez verificado el listado de marcas, cerciorándose no esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
6	Posteriormente, regresar a la página principal; e ingresar Solicitudes En Línea.	19	Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña
7	Ingresar con su usuario y contraseña	20	Escoja la Opción registro.
8	Ingrese a la opción Pagos	21	Se desplegará un listado, deberá escoger la opción Solicitud De Signos Distintivos.
9	Escoja la opción Tramites No En Línea	22	Complete la plantilla con los datos de su marca y guarde la información.
10	Seleccione la opción Generar Comprobante	23	Escoja el ítem Vista Previa y proceda a generar el comprobante de pago de un valor de \$208.
11	Una vez completo, complete la plantilla que se le despliega.	24	Cancele valor generado en el Banco del Pacífico
12	Ingrese los datos y Botón Generar Comprobante.	25	Seleccione la opción Inicio De Proceso.
13	Imprima el comprobante		

**Elaborado por:** El autor

**Fuente:** SENADI - Servicio Nacional de Derechos Intelectuales

## CAPITULO V

### Evaluación Financiera

#### 3.1 Objetivos del capítulo

Analizar y valorar la rentabilidad del proyecto mediante el análisis de datos y la interpretación de análisis de costos y gastos, de estados financieros, flujos de caja y otros indicadores económicos y financieros relevantes; a fin de determinar la rentabilidad y factibilidad del negocio.

#### 3.2 Plan de inversiones

*Tabla 45. Plan de inversiones*

Plan Inversión			
Descripción	Cantidad	V. Unitario	Total (Usd)
<b>Activos Fijos</b>			<b>\$ 68.133,05</b>
<b>Muebles y enseres</b>			<b>\$ 1.103,06</b>
Escritorio Cubic 900 Blanco	5	\$ 54,01	\$ 270,05
Escritorio Nilo Blanco	1	\$ 99,01	\$ 99,01
Silla Oficina Julia Negro	6	\$ 74,00	\$ 444,00
Sillon Aux Dorana	2	\$ 100,00	\$ 200,00
Mesa de centro Bonito - Nogueira	1	\$ 90,00	\$ 90,00
<b>Equipos de Computación</b>			<b>\$ 3.130,00</b>
Laptop	3	\$ 560,00	\$ 1.680,00
Impresora	1	\$ 130,00	\$ 130,00
Computadora de Escritorio	2	\$ 660,00	\$ 1.320,00
<b>Equipos de Oficina</b>			<b>\$ 99,99</b>
Sistema de Seguridad	1	\$ 99,99	\$ 99,99
<b>Maquinaria</b>			<b>\$ 63.800,00</b>
Máquinas de sellado empaquetado	2	\$ 8.000,00	\$ 16.000,00
Selladora de tubos colapsibles	2	\$ 5.200,00	\$ 10.400,00
Máquina de llenado y sellado de agua de bolsas de plástico	2	\$ 3.700,00	\$ 7.400,00
Máquina de moldeo por soplado	2	\$ 15.000,00	\$ 30.000,00
<b>Activos Diferidos</b>			<b>\$ 733,00</b>
<b>Gastos de Constitución</b>			<b>\$ 733,00</b>
Registro de marca	1	\$ 208,00	\$ 208,00
Patente Municipal	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Constitución SA	1	\$ 500,00	\$ 500,00
<b>Capital de trabajo (3 meses)</b>			<b>\$ 82.872,04</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 152.738,09</b>

*Elaborado por: El autor*

**Tabla 46.** Capital de Trabajo

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor Mensual</b>	<b>Valor Trimestral</b>
<b>COSTOS DIRECTOS</b>		<b>\$ 660,00</b>
Costos de operación	\$ 220,00	\$ 660,00
<b>COSTOS INDIRECTOS</b>		<b>\$ 2.392,50</b>
Seguros sobre activo	\$ 638,00	\$ 1.914,00
Mantenimiento y Reparaciones	\$ 159,50	\$ 478,50
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>		<b>\$ 79.138,43</b>
Suministros de Oficina	\$ 78,50	\$ 63.800,00
Sueldos y Salarios	\$ 4.304,01	\$ 12.912,03
Servicios Profesionales (Asesoría Legal)	\$ 500	\$ 1500
Gasto Arriendo	\$ 350,00	\$ 1.050,00
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 58,80	\$ 176,40
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>		<b>\$ 1.186,11</b>
Intereses Bancarios		\$ 1.186,11
<b>GASTOS DE VENTA</b>		<b>\$ 195,00</b>
Comisiones (Asesores Comerciales)	\$ 896,00	\$ 2.688,00
Publicidad	\$ 65,00	\$ 195,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.308,81</b>	<b>\$ 83.872,04</b>

*Elaborado por: El autor*

El capital de trabajo se estimó una proyección trimestral, donde se toma en cuenta aquellos costos que incurrirán directamente en el proceso productivo del servicio y otros costos que son necesarios pagar sin tener en cuenta la producción. Dentro de los costos directos, planteamos al asesor legal y costos de operación; los mismos que variaran acorde a los servicios solicitados por los consumidores. Por otra parte, tenemos los costos indirectos siendo aquellos que se incurrirá en el negocio pese a que no se produzca como los seguros sobre activos y el mantenimiento y reparaciones de la maquinaria industrial.

Dentro de los gastos administrativos se tendrá en cuenta gastos como el arriendo de las oficinas donde se desarrolla la actividad, pago servicios básicos, sueldos y salarios y los insumos corrientes relacionados con los suministros de oficina.

Además, como el proyecto analiza solicitar a la banca u otras entidades financieras un crédito productivo para cubrir la inversión, se tomará en cuenta los gastos incurridos por intereses o comisiones bancarias.

Y finalmente, los gastos de venta donde se prevé contratar comisionistas y así mismo gestionar mensualmente publicidad que pueda aportar a ampliar la imagen corporativa.

### 3.3 Cálculo de Costos y Gastos

#### Mano de Obra

Tabla 47. Rol de pagos

Rol De Pagos																		
Nº	Cargo	Días Laborados	Horas Extras		Sueldos	Ingresos		Beneficios		Fondo De Reserva	Total Ingresos	Deducciones				Total Deducciones	Liquido A Recibir	Firma
			Suplem	Extraord		Valor De La Hora	13's	14's	Iess			Prestamo Quirografario	Anticipo	Retención Judicial				
1	Gerente	20	0	0	\$1.000,00	\$4,17	\$83,33	\$35,42	\$0,00	\$1.118,75	\$94,50				\$94,50	\$1.024,25		
2	Gestión Del Talento Humano	20	0	0	\$600,00	\$2,50	\$50,00	\$35,42	\$0,00	\$685,42	\$56,70				\$56,70	\$628,72		
3	Coordinador De Operaciones	20	0	0	\$550,00	\$2,29	\$45,83	\$35,42	\$0,00	\$631,25	\$51,98				\$51,98	\$579,28		
4	Contador	20	0	0	\$600,00	\$2,50	\$50,00	\$35,42	\$0,00	\$685,42	\$56,70				\$56,70	\$628,72		
5	logística Y Transporte	20	0	0	\$550,00	\$2,29	\$45,83	\$35,42	\$0,00	\$631,25	\$51,98				\$51,98	\$579,28		
6	Gerente Comercial	20	0	0	\$550,00	\$2,29	\$45,83	\$35,42	\$0,00	\$631,25	\$51,98				\$51,98	\$579,28		
<b>Total</b>					<b>\$3.850,00</b>		<b>\$320,83</b>	<b>\$212,50</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$4.383,33</b>	<b>\$363,83</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$363,83</b>	<b>\$4.019,51</b>		

Elaborado por: El autor

Tabla 48. Rol de provisiones

No	Cargo	No. D.T.	Sueldo Base	Décimo 3er Sueldo	Décimo 4to. Sueldo	Aportes IESS	Vacaciones	Costo
1	Gerente	20	1.000,00	83,33	35,42	111,5	55,75	1.286,00
2	Gestión del talento humano	20	600,00	50,00	35,42	66,9	33,45	785,77
3	Coordinador de Operaciones	20	550,00	45,83	35,42	61,325	30,66	723,24
4	Contador	20	600,00	50,00	35,42	66,9	33,45	785,77
5	Logística Y Transporte	20	550,00	45,83	35,42	61,325	30,66	723,24
<b>TOTAL</b>			<b>3300,00</b>	<b>275,00</b>	<b>177,08</b>	<b>367,95</b>	<b>183,98</b>	<b>4304,01</b>

Elaborado por: El autor

## Depreciación

Los activos que serán sometidos a depreciación son 4 grupos encontrando la maquinaria, equipo de cómputo, muebles y enseres y equipo de oficina. Dentro la maquinaria se posee las máquinas de sellado empaquetado, selladora de tubos colapsibles, máquina de llenado y sellado de agua de bolsas de plástico y máquina de moldeo por soplado. Dentro del grupo de los equipos de cómputo se encuentran computadoras e impresoras que serán de uso diario por parte de los colaboradores de la organización. Dentro de los muebles y enseres encontramos todos los activos que no se encuentran en conexión directa con el edificio o infraestructura física y por último, los equipos de oficina encontramos las cámaras de seguridad que se prevé implementar dentro de la oficina administrativa.

*Tabla 49. Depreciación*

Detalle del bien	% Deprec.	Años Vida Útil	Valor	Depreciación Anual
Muebles y Enseres	10%	10	1.103,06	110,31
Maquinaria	10%	10	63.800,00	6380,00
Equipo de Computo	33,33%	3	3229,99	1043,23

*Elaborado por: El autor*

## Proyección de la depreciación

*Tabla 50. Proyección de depreciación*

Descripción	Valor	% Depreciación	Valor Dep. Año 1°	Valor Dep. Año 2	Valor Dep. Año 3°	Valor Dep. Año 4	Valor Dep. Año 5
Muebles Y Enseres	1.103,06	10%	110,31	110,31	110,31	110,31	110,31
Equipos De Computación	3.229,99	33,33%	1076,56	1076,56	1076,56	0,00	0,00
Maquinaria	63.800,00	10%	6380,00	6380,00	6380,00	6380,00	6380,00
<b>Total Depreciaciones</b>			<b>7.566,86</b>	<b>7.566,86</b>	<b>7.566,86</b>	<b>6.490,31</b>	<b>6.490,31</b>

*Elaborado por: El autor*

## Detalle de Costos

Tabla 51. Detalle de Costos

Concepto	Costo Mensual	Costo Anual (Usd)
<b>Costos De Operación</b>		
Costo De Instalación	\$ 100,00	\$ 1.200,00
(5) Personal Para Instalación De Maquinaria	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Costo Transporte	\$ 120,00	\$ 1.440,00
Transporte	\$ 120,00	\$ 1.440,00
<b>Total</b>	<b>\$ 220,00</b>	<b>\$ 2.640,00</b>
<b>Costos Indirectos</b>		
Seguros Sobre Activo	\$ 638,00	\$ 7.656,00
Mantenimiento Y Reparaciones	\$ 159,50	\$ 159,50
<b>Total</b>	<b>\$ 797,50</b>	<b>\$ 7.815,50</b>
<b>Total Costos</b>	<b>\$ 1.017,50</b>	<b>\$ 10.455,50</b>

*Elaborado por: El autor*

### Seguros Sobre Activo

				\$	638,00
Máquinas De Sellado Empaquetado	2	\$ 8.000,00	1%	\$	160,00
Selladora De Tubos Colapsibles	2	\$ 5.200,00	1%	\$	104,00
Máquina De Llenado Y Sellado De Agua De Bolsas De Plástico	2	\$ 3.700,00	1%	\$	74,00
Máquina De Moldeo Por Soplado	2	\$ 15.000,00	1%	\$	300,00

### Mantenimiento Y Reparación

				\$	159,50
Máquinas De Sellado Empaquetado	2	\$ 8.000,00	0,5%	\$	40,00
Selladora De Tubos Colapsibles	2	\$ 5.200,00	0,5%	\$	26,00
Máquina De Llenado Y Sellado De Agua De Bolsas De Plástico	2	\$ 3.700,00	0,5%	\$	18,50
Máquina De Moldeo Por Soplado	2	\$ 15.000,00	0,5%	\$	75,00

*Tabla 52. Costos*

Concepto	Costo Mensual		Costo Anual (Usd)
<b>Costos Directos</b>			
Costos De Operación	\$	220,00	\$ 2.640,00
<b>Total</b>	\$	<b>220,00</b>	\$ <b>2.640,00</b>
<b>Costos Indirectos</b>			
Seguros Sobre Activo	\$	638,00	\$ 7.656,00
Mantenimiento Y Reparaciones	\$	180,00	\$ 180,00
<b>Total</b>	\$	<b>818,00</b>	\$ <b>7.836,00</b>
<b>Total Costos</b>	\$	<b>1.038,00</b>	\$ <b>10.476,00</b>

*Elaborado por: El autor*

### Proyección de Costos

*Tabla 53. Proyección de Costos*

Concepto	Valor Mensual	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
<b>Costos Directos</b>						
Costos De Operación	\$ 220,00	\$ 2.640,00	\$ 2.640,18	\$ 2.640,36	\$ 2.640,54	\$ 2.640,72
<b>Total</b>	\$ <b>220,00</b>	\$ <b>2.640,00</b>	\$ <b>2.640,18</b>	\$ <b>2.640,36</b>	\$ <b>2.640,54</b>	\$ <b>2.640,72</b>
<b>Costos Indirectos</b>						
Seguros Sobre Activo	\$ 638,00	\$ 7.656,00	\$ 7.656,52	\$ 7.657,04	\$ 7.657,56	\$ 7.658,08
Mantenimiento Y Reparaciones	\$ 180,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,15	\$ 2.160,29	\$ 2.160,44	\$ 2.160,59
<b>Total</b>	\$ <b>818,00</b>	\$ <b>9.816,00</b>	\$ <b>9.816,67</b>	\$ <b>9.817,34</b>	\$ <b>9.818,00</b>	\$ <b>9.818,67</b>
<b>Total Costos</b>	\$ <b>1.038,00</b>	\$ <b>12.456,00</b>	\$ <b>12.456,85</b>	\$ <b>12.457,69</b>	\$ <b>12.458,54</b>	\$ <b>12.459,39</b>

*Elaborado por: El autor*

Posterior al cálculo del costo mensual, se proyecta los costos utilizando la tasa inflación obteniendo median el promedio de inflación de los último 5 años, obteniendo que el promedio es de 0,68%. Este dato se utilizará para la proyección costos a fin de determinar cómo variarían los precios a lo largo del tiempo futuro.

### Detalle de Gastos

Dentro del presente plan de negocios se posee gastos de tipo administrativos, de venta y financieros. Donde se encuentran los sueldos, suministros de oficina, servicios profesionales (asesoría legal), gasto arriendo y gasto servicios básicos (administrativos), intereses bancarios, comisiones por venta y publicidad. Los valores mensuales que se incurran en los gastos se detallan a continuación:

*Tabla 54. Gastos Administrativos*

Concepto	Valor Mensual	Valor Año
<b>Gastos Administrativos</b>		
Suministros De Oficina	\$ 78,50	\$ 942,00
Sueldos Y Salarios	\$ 4.304,01	\$ 51.648,10
Servicios Profesionales (Asesoría Legal)	\$ 500,00	\$ 4.800,00
Gasto Arriendo	\$ 350,00	\$ 4.200,00
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 58,80	\$ 705,60
<b>Total</b>	<b>\$ 5.291,31</b>	<b>\$ 62.495,70</b>

*Elaborado por: El autor*

*Tabla 55. Gastos de Venta*

Concepto	Valor Mensual	Valor Año
<b>GASTOS DE VENTA</b>		
Comisiones (Asesores Comerciales)	\$ 896,00	\$ 10.752,00
Publicidad	\$ 65,00	\$ 780,00
<b>Total</b>	<b>\$ 961,00</b>	<b>\$ 11.532,00</b>

*Elaborado por: El autor*

*Tabla 56. Gastos Financieros*

Concepto	Valor Mensual	Valor Año
<b>Gastos Financieros</b>		
Intereses Bancarios		\$ 4.134,45
<b>Total</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 4.134,45</b>

*Elaborado por: El autor*

## Proyección Gastos

De la misma forma como realizamos la proyección de los costos, se toma el promedio de la inflación de los últimos 5 años. Con este dato proyectamos a 5 años las variaciones de precios en los gastos administrativos, financieros y de ventas.

*Tabla 57. Proyección de Gastos*

Concepto	Valor Mensual	Valor Año 1	Valor Año 2	Valor Año 3	Valor Año 4	Valor Año 5
<b>Gastos Administrativos</b>						
Suministros De Oficina	\$ 78,50	\$ 942,00	\$ 942,00	\$ 942,06	\$ 942,13	\$ 942,19
Sueldos Y Salarios	\$ 4.304,01	\$ 51.648,10	\$ 51.648,10	\$ 51.651,61	\$ 51.655,12	\$ 51.658,64
Servicios Profesionales (Asesoría Legal)	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 6.000,41	\$ 6.000,82	\$ 6.001,22	\$ 6.001,63
Gasto Arriendo	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,00	\$ 4.200,29	\$ 4.200,57	\$ 4.200,86
Gasto Servicios Básicos (Administrativos)	\$ 58,80	\$ 705,60	\$ 705,60	\$ 705,65	\$ 705,70	\$ 705,74
<b>Total</b>	<b>\$ 5.291,31</b>	<b>\$ 62.495,70</b>	<b>\$ 63.500,02</b>	<b>\$ 63.504,34</b>	<b>\$ 63.508,65</b>	<b>\$ 63.512,97</b>
<b>Gastos Financieros</b>						
Intereses Bancarios	\$ -	\$ 4.134,45	\$ 2.507,77	\$ 881,12	\$ -	\$ -
<b>Total</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 4.134,45</b>	<b>\$ 2.507,77</b>	<b>\$ 881,12</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>Gastos De Venta</b>						
Comisiones (Asesores Comerciales)	\$ 896,00	\$ 10.752,00	\$ 10.752,73	\$ 10.753,46	\$ 10.754,19	\$ 10.754,92
Publicidad	\$ 65,00	\$ 780,00	\$ 780,05	\$ 780,11	\$ 780,16	\$ 780,21
<b>Total</b>	<b>\$ 961,00</b>	<b>\$ 11.532,00</b>	<b>\$ 11.532,78</b>	<b>\$ 11.533,57</b>	<b>\$ 11.534,35</b>	<b>\$ 11.535,14</b>
<b>Total Gastos</b>	<b>\$ 6.252,31</b>	<b>\$ 75.027,70</b>	<b>\$ 75.032,80</b>	<b>\$ 75.037,90</b>	<b>\$ 75.043,01</b>	<b>\$ 75.048,11</b>

*Elaborado por: El autor*

### 3.4 Plan de Financiamiento

#### Forma de financiamiento

Tabla 58. Forma de Financiamiento

Descripción	Subtotal	% Socios	Total Usd
<b><u>Recursos Propios</u></b>			
<b>Aportación De Socios</b>			<b>102.738,09</b>
Socio 1	51.369,04	25%	
Socio 2	51.369,04	25%	
<b><u>Recursos Financiados</u></b>			
<b>Instituciones Financieras</b>		<b>50%</b>	
Forma De Pago	Mensual		
Tipo Amortización	Cuota Decreciente - Alemana		
Tasas De interés Efectiva	10,21%		
Gasto Interés	7.523,34		
Capital	50.000		
<b>Total</b>		<b>100%</b>	<b>152.738,09</b>

Elaborado por: El autor

Tabla 59. Tabla de Amortización



#### Detalle Simulación de Crédito

<b>Tipo</b>	PYME		
<b>Destino</b>	Capital de Trabajo	<b>Tasa Nominal(%)</b>	9.76
<b>Sector Económico</b>		<b>Tasa Efectiva(%)</b>	10.21
<b>Facilidad</b>	Pequeña y Mediana Empresa	<b>Monto(USD)</b>	50,000.00
<b>Tipo Amortización</b>	Cuota Decreciente - Alemana	<b>Plazo(Años)</b>	3
<b>Forma de Pago</b>	Mensual	<b>Fecha Simulación</b>	1/7/2023

**Recuerda:** Esta información es una simulación de crédito que permite familiarizarse con nuestro sistema. No tiene validez como documento legal o como solicitud de crédito.

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	50000			
1	48611,11	1388,89	406,67	1795,56
2	47222,22	1388,89	395,37	1784,26
3	45833,33	1388,89	384,07	1772,96

4	44444,44	1388,89	372,78	1761,67
5	43055,56	1388,89	361,48	1750,37
6	41666,67	1388,89	350,19	1739,07
7	40277,78	1388,89	338,89	1727,78
8	38888,89	1388,89	327,59	1716,48
9	37500	1388,89	316,3	1705,19
10	36111,11	1388,89	305	1693,89
11	34722,22	1388,89	293,7	1682,59
12	33333,33	1388,89	282,41	1671,3
13	31944,44	1388,89	271,11	1660
14	30555,56	1388,89	259,81	1648,7
15	29166,67	1388,89	248,52	1637,41
16	27777,78	1388,89	237,22	1626,11
17	26388,89	1388,89	225,93	1614,81
18	25000	1388,89	214,63	1603,52
19	23611,11	1388,89	203,33	1592,22
20	22222,22	1388,89	192,04	1580,93
21	20833,33	1388,89	180,74	1569,63
22	19444,44	1388,89	169,44	1558,33
23	18055,56	1388,89	158,15	1547,04
24	16666,67	1388,89	146,85	1535,74
25	15277,78	1388,89	135,56	1524,44
26	13888,89	1388,89	124,26	1513,15
27	12500	1388,89	112,96	1501,85
28	11111,11	1388,89	101,67	1490,56
29	9722,22	1388,89	90,37	1479,26
30	8333,33	1388,89	79,07	1467,96
31	6944,44	1388,89	67,78	1456,67
32	5555,56	1388,89	56,48	1445,37
33	4166,67	1388,89	45,19	1434,07
34	2777,78	1388,89	33,89	1422,78
35	1388,89	1388,89	22,59	1411,48
36	0	1388,89	11,3	1400,19
		50000		7523,34

### 3.5 Cálculo de Ingresos

Para el cálculo de ingresos se estima que del total de la capacidad productiva que se posee se ocupará solamente para el cálculo del ingreso el 83% de la capacidad productiva, teniendo en cuenta que somos una empresa nueva en el mercado y por ende nuestra capacidad productiva no se venderá ni ocupará al 100%

*Tabla 60. Cálculo Ingresos*

	<b>PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD MENSUAL</b>	<b>CANTIDAD ANUAL</b>	<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>INGRESO MENSUAL</b>	<b>INGRESO ANUAL</b>
<b>Año 1</b>	Máquinas De Sellado Empaquetado	128	1536	\$ 35,00	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
	Selladora De Tubos Colapsibles	128	1536	\$ 35,00	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
	Máquina De Llenado Y Sellado De Agua De Bolsas De Plástico	128	1536	\$ 35,00	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
	Máquina De Moldeo Por Soplado	128	1536	\$ 35,00	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
	<b>TOTAL</b>	<b>512</b>	<b>6.144</b>	<b>\$ 140,00</b>	<b>\$ 17.920,00</b>	<b>\$ 215.040,00</b>

*Elaborado por: El autor*

### Proyección de Ingresos

De esta manera, obtenido el precio de venta de nuestros productos, ya estamos en condiciones de proyectar cuáles van a ser nuestros ingresos en el transcurrir del tiempo y mientras dure nuestro proyecto. Entonces, para la proyección utilizamos la tasa de crecimiento del sector industrial y la tasa de inflación (promedio 5 años).

**Tabla 61. Proyección de Ingresos**

	<b>Producto</b>	<b>Cantidad Mensual</b>	<b>Cantidad Anual</b>	<b>Precio De Venta</b>	<b>Ingreso Mensual</b>	<b>Ingreso Anual</b>
<b>AÑO 1</b>	Máquinas De Sellado Empaquetado	128	1536	\$ 35,00	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
	Selladora De Tubos Colapsibles	128	1536	\$ 35,00	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
	Máquina De Llenado Y Sellado De Agua De Bolsas De Plástico	128	1536	\$ 35,00	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
	Máquina De Moldeo Por Soplado	128	1536	\$ 35,00	\$ 4.480,00	\$ 53.760,00
	<b>Total</b>	<b>512</b>	<b>6.144</b>	<b>\$ 140,00</b>	<b>\$ 17.920,00</b>	<b>\$ 215.040,00</b>
<b>AÑO 2</b>	Máquinas De Sellado Empaquetado	128,1	1537	\$ 35,00	\$ 4.482,23	\$ 53.786,77
	Selladora De Tubos Colapsibles	128,1	1537	\$ 35,00	\$ 4.482,23	\$ 53.786,77
	Máquina De Llenado Y Sellado De Agua De Bolsas De Plástico	128,1	1537	\$ 35,00	\$ 4.482,23	\$ 53.786,77
	Máquina De Moldeo Por Soplado	128,1	1537	\$ 35,00	\$ 4.482,23	\$ 53.786,77
	<b>Total</b>	<b>512</b>	<b>6.147</b>	<b>\$ 140,01</b>	<b>\$ 17.928,92</b>	<b>\$ 215.147,10</b>
<b>AÑO 3</b>	Máquinas De Sellado Empaquetado	128	1537	\$ 35,00	\$ 4.484,46	\$ 53.813,56
	Selladora De Tubos Colapsibles	128	1537	\$ 35,00	\$ 4.484,46	\$ 53.813,56
	Máquina De Llenado Y Sellado De Agua De Bolsas De Plástico	128	1537	\$ 35,00	\$ 4.484,46	\$ 53.813,56
	Máquina De Moldeo Por Soplado	128	1537	\$ 35,00	\$ 4.484,46	\$ 53.813,56
	<b>Total</b>	<b>512</b>	<b>6.147</b>	<b>\$ 140,02</b>	<b>\$ 17.937,85</b>	<b>\$ 215.254,25</b>
<b>AÑO 4</b>	Máquinas De Sellado Empaquetado	128,2	1537	\$ 35,01	\$ 4.486,70	\$ 53.840,36
	Selladora De Tubos Colapsibles	128,2	1537	\$ 35,01	\$ 4.486,70	\$ 53.840,36
	Máquina De Llenado Y Sellado De Agua De Bolsas De Plástico	128,2	1537	\$ 35,01	\$ 4.486,70	\$ 53.840,36
	Máquina De Moldeo Por Soplado	128,2	1537	\$ 35,01	\$ 4.486,70	\$ 53.840,36
	<b>Total</b>	<b>513</b>	<b>6.147</b>	<b>\$ 140,03</b>	<b>\$ 17.946,79</b>	<b>\$ 215.361,45</b>
<b>AÑO 5</b>	Máquinas De Sellado Empaquetado	128	1537	\$ 35,01	\$ 4.488,93	\$ 53.867,18
	Selladora De Tubos Colapsibles	128	1537	\$ 35,01	\$ 4.488,93	\$ 53.867,18
	Máquina De Llenado Y Sellado De Agua De Bolsas De Plástico	128	1537	\$ 35,01	\$ 4.488,93	\$ 53.867,18
	Máquina De Moldeo Por Soplado	128	1537	\$ 35,01	\$ 4.488,93	\$ 53.867,18
	<b>Total</b>	<b>513</b>	<b>6.147</b>	<b>\$ 140,04</b>	<b>\$ 17.955,73</b>	<b>\$ 215.468,70</b>

*Elaborado por: El autor*

### 3.6 Punto de equilibrio

Tabla 62. Datos Punto de Equilibrio

Descripción	Costo Fijo ANUAL	Costo Variable ANUAL	Costo Total
Costos	\$ 9.816,00	\$ 2.640,00	\$ 86.283,70
Gastos	\$ 73.827,70		
<b>Total</b>	<b>\$ 83.843,70</b>	<b>\$ 2.640,00</b>	<b>\$ 86.283,70</b>

Elaborado por: El autor

#### 1. Punto de equilibrio (\$)

$$PE \$ = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{IT}}$$

$$PE \$ = \frac{83843,70}{1 - \frac{2640}{215.040,00}}$$

$$PE \$ = 84.683,34$$

**R** = El ingreso de equilibrio del presente proyecto se encuentra en \$ 84.683, 34 unidades monetarias.

#### 2. Punto de equilibrio (u)

$$PE u = \frac{CF}{PVU - CVU}$$

$$PE u = \frac{83843,70}{35 - 0,43} = 2.454,24$$

$$CVU = \frac{CV}{UV}$$

$$CVU = \frac{2640}{6144}$$

$$CVU = 0,44$$

**R** = La cantidad de equilibrio del presente proyecto se encuentra en 2454 unidades.

#### 3. Punto de equilibrio (%)

$$PE \% = \frac{PE \$}{IT}$$

$$PE \% = \frac{83.843,70}{215.040,00} = 38,89$$

Donde:

Costos Variables (CV)

Costos Fijos (CF)

Costos Totales (CT)

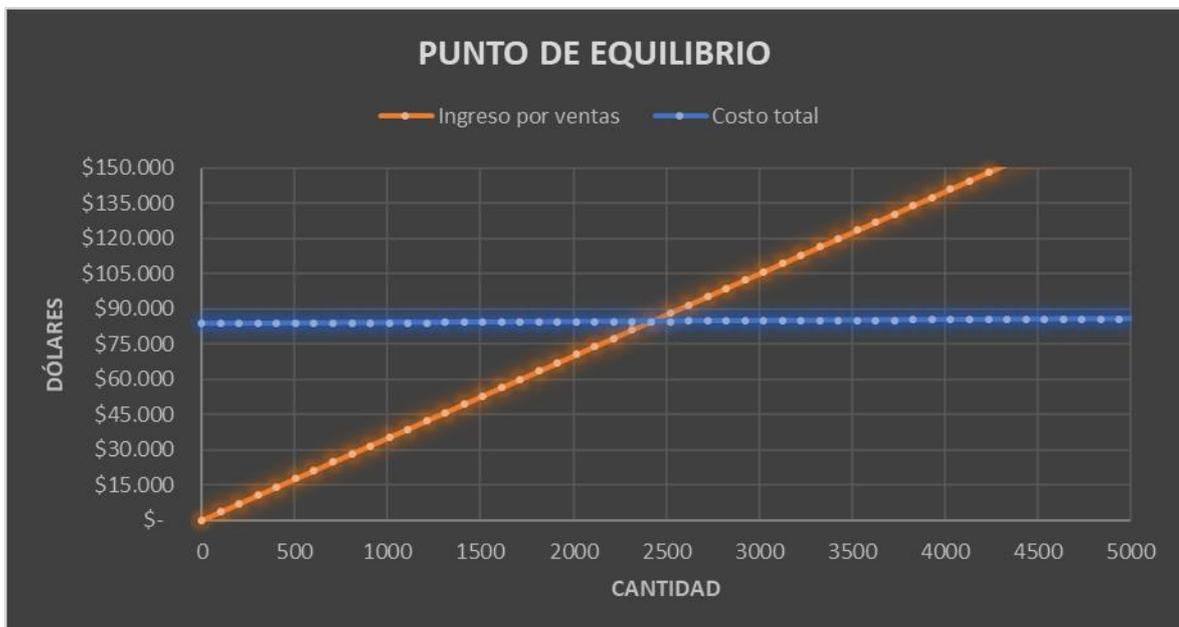
Ingresos Totales (IT)

Número de unidades vendidas (UV)

Precio de venta unitario (PVU)

Costo Variable Unitario (CVU)

Finalmente, se procede a graficar y a determinar el punto de equilibrio mediante el uso del programa Excel.



*Gráfico 15. Punto de Equilibrio*

*Elaborado por: El autor*

### 3.7 Estado de Resultados Projectado

Tabla 63. Estado de resultados Projectado

	DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	INGRESOS	\$ 215.040,00	\$ 215.147,10	\$ 215.254,25	\$ 215.361,45	\$ 215.468,70
(-)	COSTO DE VENTAS	\$ 12.456,00	\$ 12.456,85	\$ 12.457,69	\$ 12.458,54	\$ 12.459,39
(=)	<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	\$ 202.584,00	\$ 202.690,25	\$ 202.796,55	\$ 202.902,91	\$ 203.009,32
(-)	<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	\$ <b>79.162,15</b>	\$ <b>77.540,57</b>	\$ <b>75.919,02</b>	\$ <b>75.043,01</b>	\$ <b>75.048,11</b>
	GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 63.495,70	\$ 63.500,02	\$ 63.504,34	\$ 63.508,65	\$ 63.512,97
	GASTOS FINANCIEROS	\$ 4.134,45	\$ 2.507,77	\$ 881,12	\$ -	\$ -
	GASTOS DE VENTAS	\$ 11.532,00	\$ 11.532,78	\$ 11.533,57	\$ 11.534,35	\$ 11.535,14
(=)	<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	\$ 123.421,85	\$ 125.149,68	\$ 126.877,53	\$ 127.859,90	\$ 127.961,21
(-)	15% Participación trabajadores	\$ 18.513,28	\$ 18.772,45	\$ 19.031,63	\$ 19.178,99	\$ 19.194,18
(=)	<b>UTILIDAD POST PARTICIPACION TRABAJADORES</b>	\$ <b>104.908,57</b>	\$ <b>106.377,23</b>	\$ <b>107.845,90</b>	\$ <b>108.680,92</b>	\$ <b>108.767,03</b>
(-)	25% Impuesto a la Renta	\$ 26.227,14	\$ 26.594,31	\$ 26.961,47	\$ 27.170,23	\$ 27.191,76
(=)	<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ <b>78.681,43</b>	\$ <b>79.782,92</b>	\$ <b>80.884,42</b>	\$ <b>81.510,69</b>	\$ <b>81.575,27</b>

*Elaborado por: El autor*

### 3.8 Flujo de Caja

Esta herramienta le permite al proponente demostrar la capacidad de pago en efectivo y su utilidad radica en determinar los montos de ingresos y el calendario de desembolsos, lo que le permitirá tomar decisiones relacionadas a recuperaciones de ventas, requerimientos de crédito que conceden los proveedores y las instituciones crediticias, manejo de inventarios, nuevas inversiones, etc. Su estructura va a depender de la actividad del negocio, sin embargo, se presenta un formato a ser utilizado de forma estándar.

*Tabla 64. Flujo de Caja*

		AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>A</b>	<b>INGRESOS OPERACIONALES</b>	<b>152.438,09</b>	<b>215.040,00</b>	<b>215.147,10</b>	<b>215.254,25</b>	<b>215.361,45</b>	<b>215.468,70</b>
	Recursos propios	152.438,09					
	Ingresos por venta	-	215.040,00	215.147,10	215.254,25	215.361,45	215.468,70
<b>B</b>	<b>EGRESOS OPERACIONALES</b>		<b>91.618,15</b>	<b>89.996,75</b>	<b>88.376,05</b>	<b>87.500,88</b>	<b>87.506,83</b>
	Costos de Operación		2.640,00	2.640,18	2.640,36	2.640,54	2.640,72
	CIF		9.816,00	9.816,00	9.816,67	9.817,34	9.818,00
	Gastos de Administración		63.495,70	63.500,02	63.504,34	63.508,65	63.512,97
	Gastos Financieros		4.134,45	2.507,77	881,12	0,00	0,00
	Gastos de Ventas		11.532,00	11.532,78	11.533,57	11.534,35	11.535,14
<b>C</b>	<b>FLUJO OPERACIONAL (A-B)</b>		<b>123.421,85</b>	<b>125.150,34</b>	<b>126.878,20</b>	<b>127.860,57</b>	<b>127.961,87</b>
<b>D</b>	<b>INGRESOS NO OPERACIONALES</b>		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

<b>E</b>	<b>EGRESOS NO OPERACIONALES</b>	-	<b>44.740,42</b>	<b>45.366,76</b>	<b>45.993,10</b>	<b>46.349,21</b>	<b>46.385,94</b>
	Pago de participación de utilidades		18.513,28	18.772,45	19.031,63	19.178,99	19.194,18
	Pago 25% Impuesto a la Renta		26.227,14	26.594,31	26.961,47	27.170,23	27.191,76
<b>F</b>	<b>FLUJO NO OPERACIONAL(D-E)</b>		<b>-44.740,42</b>	<b>-45.366,76</b>	<b>-45.993,10</b>	<b>-46.349,21</b>	<b>-46.385,94</b>
<b>G</b>	<b>FLUJO NETO GENERAL (C-F)</b>	<b>152.438,09</b>	<b>78.681,43</b>	<b>79.783,59</b>	<b>80.885,09</b>	<b>81.511,35</b>	<b>81.575,94</b>
( + )	DEPRECIACIONES		7.566,86	7.566,86	7.566,86	6.490,31	6.490,31
<b>J</b>	<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>152.438,09</b>	<b>86.248,29</b>	<b>87.350,45</b>	<b>88.451,95</b>	<b>88.001,66</b>	<b>88.066,24</b>

*Elaborado por: El autor*

### 3.9 Evaluación financiera

#### Indicadores

Valor Actual Neto (VAN)

Constituye la medida de evaluación que se basa en los resultados obtenidos en el Flujo de Caja del plan y permite calcular si el proyecto a lo largo de su vida útil arroja un valor actualizado que certifique en términos monetarios, los beneficios reales del proyecto.

Calculo de TMAR

$$TMAR = \text{Inflación} + \text{Tasa pasiva BCE} + (\text{Inflación} * \text{Tasa pasiva BCE})$$

<b>Inflación</b>	0,0068
<b>Tasa pasiva Banco Central</b>	0,0692

$$TMAR = 0,0068 + 0,0692 + (0,0068 * 0,0692)$$

$$TMAR = 0,0764706$$

TMAR (Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento o Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad) nos muestra la tasa de rendimiento mediante el análisis de macro y movimiento del mercado y mediante el análisis de la inflación y la tasa pasiva relacionada a la inversión nos permite poseer un análisis del riesgo de la inversión.

## Tasa Interna de Retorno (TIR)

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_t}{(1+TIR)^1} + \frac{F_t}{(1+TIR)^2} + \frac{F_t}{(1+TIR)^3} + \frac{F_t}{(1+TIR)^4} + \frac{F_t}{(1+TIR)^5}$$

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -152.738,09 + \frac{86.248,29}{(1+0,0007647056)^1} + \frac{87.350,45}{(1+0,0007647056)^2} + \frac{88.451,95}{(1+0,0007647056)^3} + \frac{88.001,66}{(1+0,0007647056)^4} + \frac{88.066,24}{(1+0,0007647056)^5}$$

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -152.738,09 + 86182,39 + 87217,01 + 88249,34 + 87732,99 + 87730,29$$

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = \$200.107,19$$

$$TIR = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = 49,46\%$$

## Beneficio Costo

Ingresos Projectados	1	2	3	4	5	
	133.573,85	135.303,04	137.031,58	138.014,64	138.116,64	
	1,07647056	1,1587889	1,158788867	1,158788867	1,158788867	
Ingresos Projectados Actualizados	124085,00	116762,46	118254,14	119102,49	119190,51	<b>597394,59</b>
Egresos Projectados	1	2	3	4	5	
	85.153,33	86.255,93	87.357,87	87.984,57	88.049,60	
	1,07647056	1,158788867	1,158788867	1,158788867	1,158788867	
Egresos Projectados Actualizados	79104,19	74436,28	75387,22	75928,05	75984,16	<b>380839,89</b>

Es un cociente que permite comparar los ingresos de un proyecto, con relación a la inversión. Se asume como regla de decisión, la aceptación del proyecto si la relación es mayor a 1:

$$B/C = \frac{VAI}{VAC}$$

VAI: Valor actual de los ingresos totales netos o beneficios netos

VAC: Valor actual de la inversión inicial

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{Sumatoria De Ingresos Proyectados Actualizados}}{\text{Sumatoria De Egresos Proyectados Actualizados}} = \frac{597394,59}{380839,89} = 1,6$$

Por cada dólar vendido se obtendrá una ganancia de 0,60 centavos. De esta forma, evaluamos el proyecto y después de comparar los costos y beneficios por la inversión que se pretende implementar se puede determinar que los beneficios superarían a los costos y el proyecto es viable y rentable.

### Período de Recuperación

Periodo De Recuperación	0	1	2	3	4	5
<b>Flujo Neto De Caja</b>	-152.738,09	86.248,29	87.350,45	88.451,95	88.001,66	88.066,24
<b>(1+I)<sup>N</sup></b>		1,07647056	1,158788867	1,158788867	1,158788867	1,158788867
<b>Flujo Neto De Caja Actualizado</b>	-152.738,09	-141887,84	74429,69	75380,81	76331,38	75942,79
<b>Flujo Neto De Caja Actualizado Acumulado</b>	-152.738,09	-294.625,93	-220.196,24	-144.815,43	-68.484,05	7.458,74

$$PR = \frac{\text{Periodo de recuperacion} - \text{Flujo actualizado acumulado}}{\text{Flujo de caja del periodo de recuperacion actualizado}}$$

$$PR = \frac{4 - (-47.953,48)}{81537,61}$$

$$PR = 5,588114825$$

**5 años**  
**10 meses**  
**24 Días**

Una vez llevado a cabo el estudio y análisis financiera, el “Plan De Negocios Para La Creación De Una Empresa De Leasing Y Comercialización De Maquinaria Industrial Para El Cantón Montufar, En La Provincia Del Carchi” tendría un retorno de la inversión en 5 años, 10 meses y 24 días.

## **Bibliografía**

Abdo, G. (1993). Alternativas de financiamiento a la pequeña y mediana industria en el Ecuador. Quito, Pichincha: Instituto de Investigaciones Socio-económicas y Tecnológicas (INSOTEC).

Arévalo Chávez, P., Arévalo Chávez, F., Guadalupe Lanas, J., & Palacio Fierro, A. (2018). El sector agrícola en Ecuador: análisis de correlación entre utilidad, participación de mercado y estructura de capital. *Economía y Negocios*, 10-23. Obtenido de [https://scholar.google.es/citations?view\\_op=view\\_citation&hl=en&user=ZHuBOTgAAAAJ&citation\\_for\\_view=ZHuBOTgAAAAJ:5nxA0vEk-isC](https://scholar.google.es/citations?view_op=view_citation&hl=en&user=ZHuBOTgAAAAJ&citation_for_view=ZHuBOTgAAAAJ:5nxA0vEk-isC)

Asamblea Nacional República del Ecuador. (21 de Febrero de 21). Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación. Quito, Pichincha, Ecuador: Asamblea Nacional República del Ecuador.

Banco Central del Ecuador. (2022). Informe de la evaluación de la economía ecuatoriana en 2021 y perspectivas 2022. Banco Central del Ecuador. Obtenido de [https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu\\_2021pers2022.pdf](https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/EvolEconEcu_2021pers2022.pdf)

Blanco, C. (1977). El leasing una innovación en la técnica de la financiación. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales.

Blázquez, J. M., López Melero, R., & Sayas, J. J. (1999). Historia de Grecia Antigua (Segunda Edición). Navalmorales (Madrid): Ediciones Cátedra.

Camara de Industrias y de Producción. (2022). Camara de Industrias y de Producción. Obtenido de Camara de Industrias y de Producción: <https://www.cip.org.ec/2021/12/27/balance-del-sector-industrial-en-2021-y-proyecciones-de-la-cip-para-2022/>

Congreso Nacional - Comisión de Legislación y Codificación. (1999, 05 de Noviembre). Ley de Compañías. Quito: Registro Oficial del Ecuador. Obtenido de [https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley\\_de\\_companias.pdf](https://portal.compraspublicas.gob.ec/sercop/wp-content/uploads/2018/02/ley_de_companias.pdf)

Fraile Bayle, S., & Martín, S. (1997). El leasing y el renting. *Revista de estudios económicos y empresariales*(9), 55-77. doi:0212-7237

Gomez, O. R. (2005). Leasing y Arrendamiento Financiero. *Contribuciones a la Economía*. doi:16968360

Incio Farroñan, S. P. (28 de Junio de 2019). Leasing para adquirir maquinarias y mejorar la productividad de una empresa de confecciones. *Revista Científica Tzhoeco*, 11(2), 34 - 40. doi:0000-0002-0176-3507

Martínez, Á. M. (2002). La transición del Leasing Financiero - Leasing Operativo - Renting ¿Una consecuencia de las medidas de política económica?: El caso del Sector Automoción en España, 1981 - 2000. La transición del Leasing Financiero - Leasing Operativo - Renting ¿Una consecuencia de las medidas de política económica?: El caso del Sector Automoción en España, 1981 - 2000. Madrid, Madrid, España: UNIVERSIDAD COMPLUTENSE DE MADRID.

Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que le dan forma a la estrategia. Harvard Business School Publishing Corporation.

Servicio de Rentas Internas. (23 de 05 de 2023). Catastros Servicio de Rentas Internas. Obtenido de Catastros Servicio de Rentas Internas: <https://www.sri.gob.ec/catastros>

Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (26 de 05 de 2023). Ranking de Compañías. Obtenido de Ranking de Compañías: <https://appscvsmovil.supercias.gob.ec/ranking/reporte.html>

Valverde Quintana, E. A. (2020). El leasing y su relación con la rentabilidad en las empresas industriales del Callao 2019. Callao - Perú: Facultad de Ciencias Empresariales - Escuela Profesional de Contabilidad. Obtenido de [file:///C:/Users/User/Downloads/Valverde\\_QEA-SD.pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Valverde_QEA-SD.pdf)

Verdoy, J., Mateu Mahiques, J., & Sagasta Pellicer, S. (2006). Manual de control estadístico de calidad: teoría y aplicaciones. Cataluña: Universitat Jaume I. Servei de Comunicació i Publicacions.

Villacís, B. (2010). Estadística Demográfica en el Ecuador: Diagnóstico y Propuestas . Quito: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos).