

**Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN
CARRERA DE INGENIERA COMERCIAL**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL**

**TEMA:
PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
DEDICADA A LA VENTA E INSTALACIÓN DE MOTORES Y PUERTAS
DE GARAJE EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL SECTOR NORTE.**

**TUTORA:
MIB KARINA MALATAY GONZÁLEZ**

**AUTORAS:
ANA LAURA DUARTE MARTÍNEZ
ROXANA ELIZABETH MERCHÁN MERCHÁN**

GUAYAQUIL, 2016



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA					
FICHA DE REGISTRO de tesis					
TITULO Y SUBTITULO: Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte.					
AUTOR/ES: ANA LAURA DUARTE MARTÍNEZ ROXANA ELIZABETH MERCHÁN MERCHÁN			REVISORES: KARINA MALATAY GONZÁLEZ		
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL			FACULTAD: ADMINISTRACIÓN		
CARRERA: INGENIERIA COMERCIAL					
FECHA DE PUBLICACIÓN:			N. DE PAGS: 132 Páginas		
ÁREAS TEMÁTICAS: Administración, Contabilidad, Marketing					
PALABRAS CLAVE: Plan de negocio, Administración, Estudio de mercado, Análisis financiero					
RESUMEN: Plan de negocio diseñado para la creación de una empresa, cuya actividad es la fabricación de puertas, y venta e instalación de motores para garajes, con la finalidad de disminuir el mercado informal, dar comodidad y seguridad a los clientes al realizar la compra y tenga un lugar al que pueda acudir si necesita de garantía, para que este tipo de empresas crezcan en el mercado de los automatismos ya que son pocas las empresas dedicadas a esta actividad en la actualidad. Para realizar el plan de negocio se desarrollaron planes como el estratégico, de marketing, de producción, el organizacional y el financiero, siendo partes importantes que aportaron diferentes análisis para guiar el plan de negocio.					
N. DE REGISTRO (en base de datos):			N. DE CLASIFICACIÓN:		
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):					
ADJUNTO URL (tesis en la web):					
ADJUNTO PDF:		SI	<input checked="" type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORES/ES: ANA LAURA DUARTE MARTÍNEZ ROXANA ELIZABETH MERCHÁN MERCHÁN		Teléfono: 0998958164 0981189699		E-mail: Lauriana2190@hotmail.com Roxely18@hotmail.com	
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:		MGS. Darwin Ordoñez Iturralde, DECANO Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: dordonezy@ulvr.edu.ec MSC. Rafael Alberto Iturralde, SUB Decano Teléfono: 2596500 EXT. 203 SUB DECANATO E-mail: riturraldes@ulvr.edu.ec			

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

Las egresadas **ANA LAURA DUARTE MARTINEZ Y ROXANA ELIZABETH MERCHÁN MERCHÁN**, declaramos bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a las suscritas y nos responsabilizamos con los criterios y opiniones científicas que en el mismo se declaran, como producto de la investigación realizada.

De la misma forma, cedemos nuestros derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar “**Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte**”.

Autoras:

ANA LAURA DUARTE MARTINEZ

C.I. 0928945328

ROXANA ELIZABETH MERCHÁN MERCHÁN

C.I. 0926548074

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación “**Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte**”, nombrada por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

CERTIFICO:

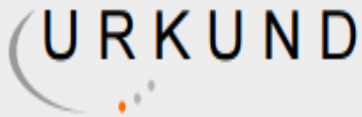
Haber dirigido, revisado y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: “**Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte**”, presentado por los estudiantes **ANA LAURA DUARTE MARTINEZ Y ROXANA ELIZABETH MERCHÁN MERCHÁN**, como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de **INEGENIERA COMERCIAL**, encontrándose apto para su sustentación

Firma:

MIB KARINA MALATAY GONZÁLEZ

C.I. 0917919680

CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: Original Tesis NUMERADA y APA formato.docx (D26408717)
Submitted: 2017-03-15 01:55:00
Submitted By: kmalatayg@ulvr.edu.ec
Significance: 4 %

Sources included in the report:

CAPÍTULO 4 TESIS.docx (D14980885)
PROYECTO-PRESUPUESTO-6-SEPTIEMBRE.docx (D21621888)
EQUIPO PI CUJANO 2016.docx (D24631516)
<http://www.metalmán.com.ec/>
<https://brainly.lat/tarea/2740130>
<http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8461/1/Ana%20del%20Consuelo%20Chamba%20Viscaino.pdf>

Instances where selected sources appear:

24

AGRADECIMIENTO

Me sobran motivos para agradecer infinitamente a Dios por la oportunidad de empezar cada día, por haberme dado sabiduría y constancia a lo largo de mi preparación profesional, por haber puesto en mi vida personas que supieron guiarme y a las que puedo ver como ejemplos a seguir, estoy realmente agradecida con cada una de ellas por el aporte brindado.

Ana Laura Duarte Martínez

Agradezco a Dios por brindarme salud y capacidad necesaria para culminar mi Carrera Universitaria. A toda mi familia que me ha otorgado siempre su apoyo incondicional y que han estado presentes en las diferentes etapas de mi vida. A mi esposo Marcos Tóala Ávila quien me acompañó en mi trayectoria de estudios y me brindó su apoyo en la realización de este proyecto.

Roxana Elizabeth Merchán Merchán

DEDICATORIA

Dedico mi esfuerzo plasmado en estas hojas a mi madre que siempre está pendiente de mi bienestar, guiándome por el camino correcto, motivando mis deseos de superación personal y profesional, a mi familia por el apoyo y el respaldo brindado, a los diferentes docentes que me guiaron. A mis amigos por cada palabra de apoyo y ánimo.

Ana Laura Duarte Martínez

Este proyecto realizado con mucho esfuerzo y perseverancia es dedicado principalmente a Dios por permitirme finalizar esta etapa en mi vida profesional. A mis Padres y Hermanos quienes con mucho amor, dedicación y esfuerzo me han apoyado y dado ánimos para continuar con mi objetivo. A mi novio por sus consejos y apoyo incondicional.

Roxana Elizabeth Merchán Merchán

ÍNDICE GENERAL

REPOSITORIO	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CERTIFICADO DE ANTIPLAGIO	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I	2
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	2
1.1. Tema	2
1.2. Planteamiento del Problema.....	2
1.3. Formulación del Problema	3
1.4. Sistematización del Problema	3
1.5. Justificación de la Investigación	4
1.6. Objetivos de la Investigación.....	6
1.6.1. Objetivo General	6
1.6.2. Objetivos Específicos.....	6
1.7. Delimitación o Alcance de la Investigación	6
1.8. Hipótesis de la Investigación	7
1.8.1. Hipótesis General	7
1.9. Operacionalización de las Variables	8
CAPÍTULO II	10
MARCO TEÓRICO	10
2.1. Antecedentes	10
2.1.1. El Emprendimiento.....	10
2.1.2. El Emprendimiento en Ecuador	10
2.1.3. Inicio como Persona Natural.	11
2.2. Análisis del Entorno.....	13

2.2.1. Aspectos Sociales y Culturales	13
2.2.2. Aspectos Económicos	14
2.2.3. Aspectos Tecnológicos	14
2.2.4. Aspectos Políticos y Legales	14
2.3. Estado del Arte o del Conocimiento	15
2.4. Bases Teóricas	17
2.4.1. Plan de Negocio.....	17
2.4.2. ¿Para qué Sirve un plan de Negocios?.....	19
2.4.3. Importancia del Plan de Negocio.....	20
2.4.4. El Uso del Plan de Negocio	21
2.4.5. Contenido del Plan de Negocio	21
2.5. Marco Conceptual	27
2.5.1. Puertas de Garajes	27
2.5.2. Automatización para Puertas de Garaje.....	27
2.5.3. Tipos de Mantenimientos.....	28
2.5.4. Oferta y Demanda	28
2.5.5. Posicionamiento.....	29
2.5.6. Presupuesto	29
2.5.7. Financiación	29
2.6. Marco Legal.....	30
2.6.1. Ley de Compañías.....	30
2.6.2. Pasos para la Creación de una Empresa	32
CAPÍTULO III	34
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	34
3.1. Metodología.....	34
3.1.1. Enfoque de la investigación.....	34
3.1.2. Tipo de investigación.....	35
3.1.3. Diseño de investigación.....	35
3.1.4. Técnicas de investigación	36

3.2. Población y Muestra.....	37
3.2.1. Población.....	37
3.2.2. Muestra.....	37
3.3. Análisis de los Resultados.....	38
3.4. Conclusión General del Estudio de Mercado.....	48
CAPÍTULO IV.....	50
PROPUESTA.....	50
4.1. Plan de Negocio.....	50
4.1.1. Justificación.....	50
4.1.2. Descripción de la Empresa.....	50
4.1.3. Nombre de la Empresa.....	51
4.1.4. Clasificación de la Empresa.....	51
4.1.5. Misión.....	51
4.1.6. Visión.....	51
4.1.7. Objetivos.....	51
4.1.8. Ventajas Comparativas.....	52
4.2. Plan de Marketing.....	52
4.2.1. Segmento de Mercado.....	52
4.2.2. Cuota de Mercado.....	53
4.2.3. Competidores.....	54
4.2.4. Matriz F.O.D.A.....	58
4.2.5. Descripción del Producto y Servicio.....	62
4.2.6. Marca, Logotipo.....	64
4.2.7. Medios Publicitarios.....	64
4.2.8. Promociones de venta, Instalación y Mantenimiento.....	65
4.2.9. Plan de introducción al mercado.....	65
4.2.10. Canal de Distribución.....	65
4.2.11. Estrategia de Precio.....	66
4.2.12. Políticas de Precio.....	66

4.2.13. Fijación de Precio	66
4.3. Plan de Producción.....	67
4.3.1. Listado secuencial de todas las actividades.....	67
4.3.2. Diagrama de Flujo	68
4.3.3. Listado del Equipo, Herramientas e Instalación	70
4.3.4. Materia Prima	71
4.3.5. Proveedores	72
4.4. Plan Organizacional.....	73
4.4.1. Organigrama.....	73
4.4.2. Funciones Específicas por Puesto.....	73
4.4.3. Administración de Sueldos y Salarios	74
4.5. Plan Financiero	75
4.5.1. Composición Accionaria	75
4.5.2. Inversión Inicial	76
4.5.3. Tabla de Depreciación de Activos Fijos.....	77
4.5.4. Presupuesto de Costos y Gastos.....	78
4.5.5. Nómina Salarial y Beneficios Sociales.....	85
4.5.6. Pronóstico y proyección de ventas.....	87
4.5.7. Costo de Venta y Proyección del Costo de Venta.....	88
4.5.8. Estados Financieros Proyectados	89
4.5.9. Punto de Equilibrio.....	93
4.5.10. Indicadores Financieros.....	94
CONCLUSIONES.....	95
RECOMENDACIONES.....	96
BIBLIOGRAFÍA.....	97
ANEXOS.....	98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 <i>Operacionalización de las variables</i>	9
Tabla 2 <i>Tesis proyecto de factibilidad de una empresa productora de puertas</i>	15
Tabla 3 <i>Tesis plan de negocios de una comercializadora de puertas</i>	16
Tabla 4 <i>Participación de mercado empresas competidoras y particulares</i>	53
Tabla 5 <i>Información de la competencia</i>	54
Tabla 6 <i>Precios de las puertas de la competencia</i>	56
Tabla 7 <i>Precios de los motores de la competencia</i>	56
Tabla 8 <i>Precios de la instalación de motores y puertas de la competencia</i>	57
Tabla 9 <i>Precios del mantenimiento preventivo de la competencia</i>	57
Tabla 10 <i>Matriz F.O.D.A.</i>	58
Tabla 11 <i>Estrategias D.A.F.O.</i>	59
Tabla 12 <i>Matriz EFI</i>	60
Tabla 13 <i>Matriz EFE</i>	60
Tabla 14 <i>Descripción de los motores</i>	62
Tabla 15 <i>Tipos de puertas</i>	62
Tabla 16 <i>Descripción del servicio</i>	63
Tabla 17 <i>Descripción de la publicidad</i>	64
Tabla 18 <i>tiempo y procesos para la elaboración de las puertas</i>	67
Tabla 19 <i>Maquinaria para la elaboración de puertas</i>	70
Tabla 20 <i>Materiales para la elaboración de las puertas</i>	71
Tabla 21 <i>Aporte de capital</i>	75

Tabla 22 <i>Aporte en especies</i>	76
Tabla 23 <i>Inversión inicial</i>	77
Tabla 24 <i>Depreciación de activos</i>	77
Tabla 25 <i>Costo de producción puerta corrediza</i>	78
Tabla 26 <i>Costo de producción puerta abatible</i>	79
Tabla 27 <i>Costo de producción puerta basculante</i>	80
Tabla 28 <i>Costo de producción puerta seccional</i>	81
Tabla 29 <i>Costo del motor Liftmaster</i>	82
Tabla 30 <i>Costo del moto Craftman</i>	82
Tabla 31 <i>Proyección de costos anuales</i>	83
Tabla 32 <i>Gastos preoperativos</i>	83
Tabla 33 <i>Presupuesto de gastos anual</i>	84
Tabla 34 <i>Proyección de gastos anuales</i>	85
Tabla 35 <i>Remuneraciones salariales y beneficios sociales</i>	85
Tabla 36 <i>Proyección de sueldos y salarios</i>	86
Tabla 37 <i>Pronostico de ventas</i>	87
Tabla 38 <i>Proyección anual de ventas</i>	87
Tabla 39 <i>Pronostico del costo de venta</i>	88
Tabla 40 <i>Proyección anual del costo de venta</i>	88
Tabla 41 <i>Estado de resultados proyectado</i>	89
Tabla 42 <i>Flujo de efectivo proyectado</i>	90
Tabla 43 <i>Estado de situación financiera proyectado</i>	91

Tabla 44 <i>Flujo neto de fondos proyectado</i>	92
Tabla 45 <i>Punto de equilibrio</i>	93
Tabla 46 <i>Indicadores financieros ROA ROE ROI</i>	94
Tabla 47 <i>Cálculos para obtener la proyección de indicadores</i>	94
Tabla 48 <i>Indicadores financieros proyectados</i>	94

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1</i> Ubicación de la empresa	7
<i>Figura 2</i> Competencia directa.....	13
<i>Figura 3</i> Formula y cálculo de la muestra	38
<i>Figura 4</i> Modalidad de la puerta de garaje	38
<i>Figura 5</i> Daños en puertas y automatismos.....	39
<i>Figura 6</i> Frecuencia del mantenimiento	40
<i>Figura 7</i> Medios informativos para la adquisición.....	41
<i>Figura 8</i> Calidad del servicio/producto	42
<i>Figura 9</i> Preferencias del cliente en la empresa	43
<i>Figura 10</i> Preferencias por los tipos de puertas.....	44
<i>Figura 11</i> Características que influyen en la compra	45
<i>Figura 12</i> Forma de pago preferida	46
<i>Figura 13</i> Medios informativos y publicitarios	47
<i>Figura 14</i> Promociones y descuentos	48
<i>Figura 15</i> Cuota de mercado.....	54

<i>Figura 16</i> Ponderación EFI - EFE	61
<i>Figura 17</i> Logotipo de la empresa	64
<i>Figura 18</i> Flujograma de venta.....	68
<i>Figura 19</i> Flujograma de servicio.....	69
<i>Figura 20</i> Flujograma de producción	70
<i>Figura 21</i> Proveedores de motores y accesorios.....	72
<i>Figura 22</i> Proveedores de materiales para cerrajería.....	72
<i>Figura 23</i> Organigrama.....	73

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1 Árbol de problemas	99
Anexo 2 Cuadro de consistencia.....	100
Anexo 3 Pasos para constituir y solicitar permisos.....	101
Anexo 4 Cuestionario de la encuesta	106
Anexo 5 Entrevista realizada al dueño del negocio	107
Anexo 6 Información de población y vivienda.....	108
Anexo 7 Recolección de información.....	109
Anexo 8 Precios de la competencia	110
Anexo 9 Cotizaciones de materiales para elaboración de las puertas.....	114

INTRODUCCIÓN

El tema de proyecto plan de negocio para crear una empresa de puertas y automatismos para garajes que se desarrolla a continuación, permitirá demostrar la investigación que se llevó a cabo en diferentes parámetros para obtener los resultados en cada uno de los cuatro capítulos.

En el primer capítulo se expone la idea del negocio a crear, la persona que obtendrá la oportunidad de pasar de persona natural a persona jurídica, con la intención de reducir el mercado informal, mercado que se expande por diferentes motivos como el no contar con el capital necesario para la puesta en marcha de un negocio formal, no tener los conocimientos administrativos, entre otros expuestos en el desarrollo del tema, lo que ocasiona desconfianza en las personas influyendo a que no realicen compras por no tener un respaldo de garantía.

El segundo capítulo demuestra las partes importantes que todo plan de negocio debe cumplir, para que la empresa tenga un buen funcionamiento, y a la vez obtener fuentes de financiamiento para la puesta en marcha del negocio, el desarrollo del plan de negocio comprende plan estratégico, plan de marketing, plan de producción, plan organizacional, y plan financiero.

Tercer capítulo determinación de la población muestral y tamaño de la muestra para las cinco ciudadelas, que son consideradas como objeto de investigación, recopilación y análisis de los resultados de las encuestas realizadas a personas que habitan en casas que cuentan con garaje, y de la entrevista realizada al propietario del negocio.

Por último en el cuarto capítulo se detalla información sobre la competencia directa, como referencia están las actividades que realizan, ventas y precios, información que es necesaria para realizar las estrategias de la empresa, niveles de producción, fijación de precios y márgenes de utilidad.

CAPÍTULO I

DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Tema

Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte.

1.2. Planteamiento del Problema

El Sr. Marcos Javier Toala Ávila pertenece al sector formal, trabaja de forma independiente como persona natural con RUC 0920977576001, realizando actividades de fabricación y venta de puertas para garajes, venta e instalación de motores y mantenimiento, al norte de la de ciudad de Guayaquil en la Coop. Juan Montalvo; debido a que el comercio informal de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) a Marzo del 2016 es de 32.6%, se ha reflejado un incremento del comercio informal en este tipo de actividad económica manufacturera del 14,10%, en el árbol de problema (ver anexo 1) se indican las causa y efectos, tales como escasas empresas dedicada a la actividad por falta de presupuesto y conocimiento administrativo, lo que incide en la baja participación de mercado de automatismos, siendo una de las principales razones.

Ya que el comercio informal se ha expandido a razón de ofrecer el producto (motor y puertas para garajes) a bajos costos, ha influido a que las ventas del Sr. Toala decaigan teniendo una baja participación en el mercado, por ende se ha visto en la

necesidad de incrementar las ventas, y posicionarse en el mercado, por tal motivo se ha propuesto consolidar el negocio como una empresa formal con bases legales, estructura jurídica, brindando seguridad y confianza a los clientes, lo que contribuirá a incrementar su reconocimiento a nivel competitivo, mercadeo y producción, buscando fuentes de financiamiento para resultados económicos, con el fin de superar los ingresos.

Con el plan de negocio no solo se busca crear una empresa, sino reorganizar las actividades para el mejor aprovechamiento de recursos humanos y materiales, reducir gastos, generar utilidades y ser una empresa reconocida que contribuya al crecimiento económico y la competitividad nacional.

1.3. Formulación del Problema

¿Qué elementos se deben considerar en la elaboración del plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte?

1.4. Sistematización del Problema

¿En qué se debe basar el plan de negocio para que la venta e instalación de motores y puertas de garaje sean económicamente rentables?

¿Cuál es el plan de marketing que se debe aplicar para incrementar la venta e instalación de motores y puertas de garaje?

¿En qué se debe basar el plan de negocio para contar con el capital necesario de financiamiento?

1.5. Justificación de la Investigación

Con el presente plan de negocio se busca cambiar la forma en la que el Sr. Marcos Javier Toala Ávila actualmente realiza sus actividades como persona natural a persona jurídica, creando una empresa con bases legales bien constituida con las respectivas áreas departamentales, para su debido funcionamiento que a la vez generará empleo, beneficiando a la comunidad.

Con la finalidad de captar clientes potenciales incrementando la cartera de clientes, generando más ingresos.

De esta manera se aspira lograr que la venta e instalación de motores y puertas de garaje tengan mayor posicionamiento en el mercado de automatismos, determinando si económicamente es rentable o no.

Se tomó como referencia diferentes ciudadelas del norte de la ciudad de Guayaquil, porque es el sector donde actualmente realiza sus labores el Sr. Toala como persona natural, además porque se destaca como un sector donde hay más casas con garajes en las que habitan personas de clase social media-alta que son las que más adquieren este tipo de productos las cuales pueden requerir en mayor grado de necesidad el producto y servicio con una plataforma tecnológica diferente a la habitual tanto por seguridad y comodidad.

Actualmente la venta e instalación de motores para puertas de garaje no ha ganado posicionamiento del mercado en la ciudad de Guayaquil, entre sus causas esta la falta de empresas dedicadas a esta actividad, ya que la mayoría de estos servicios se ofrecen en el sector informal, son pocas las empresas que han logrado constituirse en el mercado de automatismos para puertas, pero aun así carecen de reconocimiento por falta de estrategias.

El desarrollar un plan de negocio para la formalización de la empresa es de gran importancia, porque permitirá visualizar la viabilidad de la empresa si es o no rentable, siendo esta una forma de buscar fuentes de financiamiento.

Para alcanzar los objetivos planteados de la actividad que se va a desarrollar, hay que tener un enfoque del mercado en el que se va a competir, buscando información de la situación actual y del posicionamiento en que se encuentran las empresa dedicadas a la automatización de puertas, analizar el entorno, y detectar oportunidades de clientes potenciales.

De esta manera se aportará a que la venta e instalación de motores para puertas de garaje tenga mayor comercialización, satisfaciendo las necesidades del cliente que adquiera el producto, mejorando la rentabilidad actual del negocio, generando beneficios económicos a mediano y largo plazo.

1.6. Objetivos de la Investigación

1.6.1. Objetivo General

Diseñar los elementos que conforman un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.

1.6.2. Objetivos Específicos

- a) Elaborar un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta de motores y puertas de garaje.
- b) Desarrollar un plan de marketing para la comercialización de automatismos y puertas de garaje.
- c) Definir un plan financiero, analizar y comparar costos reales.

1.7. Delimitación o Alcance de la Investigación

El Sr. Javier Toala actualmente desarrolla la actividad comercial en la Coop. Juan Montalvo Sl 17, Mz 1718. Debido a que el local donde funciona actualmente no es área comercial sino residencial, y el objetivo es la creación de una empresa, se optará por el arriendo de un local para poder obtener los respectivos permisos de funcionamiento. La empresa estará ubicada en C.C. las Antenas, Av. Juan Tanca Marengo Km 3 a lado de TV Cable (figura 1).



Figura 1 Ubicación de la empresa
Fuente: www.google.com.ec

Este estudio se desarrolla en la ciudad de Guayaquil, sector norte. El presente trabajo de investigación se lo realiza en zonas residenciales como Alborada, Sauces, Samanes, Guayacanes y Álamos; para realizar el estudio de mercado se toma como muestra a las personas que habitan en casas que tienen garaje. El alcance de la limitación de este proyecto de investigación es la creación de una empresa dedicada a la venta de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte, la cual estará dedica a la venta de automatismos, elaboración de puertas para garaje y dará el respectivo mantenimiento.

1.8. Hipótesis de la Investigación

1.8.1. Hipótesis General

Contar con una empresa de venta e instalación de motores y puertas de garaje en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, que fortalezca el posicionamiento en el mercado e incremente la venta de automatismos para puertas de garaje.

1.9. Operacionalización de las Variables

El plan de negocio de este proyecto de investigación nos va a permitir determinar si la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, será o no rentable, y el grado de aceptación en el mercado de automatismos para puertas de garaje (ver tabla 1).

Tabla 1 Operacionalización de las variables

Tema	Objetivo	Variables	Definición		Criterio	Indicador
			Conceptual	Absoluta		
Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte.	Diseñar los elementos que conforman un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.	Y: (Dependiente) Creación de la empresa.	Formalización del proceso de constitución y puesta en marcha de una idea de negocio	Llevar a cabo el proyecto de la creación de una empresa.	Se proyecta crear una empresa legalmente constituida que genere rentabilidad gane posesión en el mercado y aporte al desarrollo de la ciudad generando empleo.	Se debe demostrar la aceptación como empresa nueva en el mercado.
		X:(Independiente) Plan de negocio.	Declaración formal de un conjunto de objetivos de una iniciativa empresarial que se constituye como una fase de proyección y evaluación.	Guía de la idea de negocio que se va crear		

Elaboración: Las autoras

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes

2.1.1. El Emprendimiento

El termino emprendimiento hace referencia a la actitud que puede llegar a desarrollar el ser humano, con creatividad y perseverancia, generando ideas de negocio con actitud mental positiva que genere ingresos, siendo capaz de asumir riesgos y llevar el enfoque a la creación de una empresa.

El emprendimiento es el inicio de una actividad fundamental para el desarrollo y bienestar de la sociedad, los emprendedores crean puestos de trabajo, e impulsan la innovación, acelerando los cambios en la economía, contribuyendo al crecimiento económico y la competitividad nacional.

La economía de un país depende en gran medida del emprendimiento, cuando es impulsado por la necesidad o por pérdidas de puestos de trabajo, estas razones pueden ayudar a una economía a beneficiarse de iniciativas de empleo por cuenta propia.

2.1.2. El Emprendimiento en Ecuador

Se ha comprobado que el emprendimiento en la actualidad se da por oportunidad y por necesidad:

- **Emprendimiento por Oportunidad:** Es cuando se emprende al identificarse una oportunidad comercial y se instala el negocio para aprovechar la situación óptima que aseguraría el éxito futuro de la nueva empresa.

- **Emprendimiento por Necesidad:** Es cuando se emprende en una nueva empresa porque no hay otra mejor opción de empleo y se tiene que subsistir.

Según datos publicados por la revista ESPAE de la ESPOL, que participa en temas de emprendimiento a nivel mundial, en el año 2015 el índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA), el 33,6% crea un negocio, lo que equivale a que de cada 3 adultos 1 desarrolla actividades relacionadas a la creación de un negocio, o que cuenta con un negocio que no supera los tres años y medio, ya que no se han presentado variaciones importantes en los últimos años.

Ecuador mantiene una TEA alta que lo ubica en el primer lugar entre los países de América Latina, que lo lleva a identificar dos motivaciones en los emprendedores la oportunidad y la necesidad.

2.1.3. Inicio como Persona Natural.

Ante la situación económica y escasas de empleo que enfrenta a diario el país, en base a datos publicados por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), a Septiembre del 2016 la tasa de desempleo es del 5,2% a nivel nacional. El Sr. Marcos Toala Ávila decide crear un pequeño taller para fabricar puertas de garajes, instalación de automatismos y mantenimiento, con el tiempo adquirió nuevos conocimientos asistiendo a charlas y conferencias relacionadas con la automatización,

instalación y venta de motores, lo cual le ha servido para mejorar su situación económica y salvaguardar sus intereses familiares.

El Sr. Marcos Javier Toala Avila realiza sus actividades en la ciudad de Guayaquil en la Coop. Juan Montalvo Sl. 17, Mz 1718, su trabajo consiste en la elaboración y venta de puertas, venta de motores, accesorios y servicio técnico para puertas de garajes.

En el año 2011 inició sus actividades, desempeñando sus labores de forma pasiva, con experiencia adquirida durante 5 años de operación, comenzaron a salir contratos con empresas, las mismas que solicitaban facturas, es así que surge la necesidad de obtener su RUC y trabajar como persona natural.

Los materiales que necesita para trabajos de cerrajería los adquiere en Mega Hierro, Multimetales, Dipac, y Comisariato del constructor, para trabajos de automatización las empresas proveedoras son Pfc y Reital.

En la ciudad se encuentran algunos almacenes que suministran a los compradores de puertas, motores, accesorios y servicio técnico para puertas de garajes, negocios de todo tipo comenzando por los que ofrecen su comercialización como informales, pequeñas y medianas empresas, hasta distribuidores.

Se ha podido observar que en la actualidad son pocas las empresas que se dedican a esta actividad, este tipo de negocios se maneja de forma informal, ofreciendo sus servicios en páginas de internet como

- Páginas amarillas: www.paginasamarillasecuador.com.ec
- Mercado libre: www.mercadolibre.com.ec

- Clasificados: ec.clasificados.com/
- Olx: www.olx.com.ec entre otros.

Es así como surge la necesidad de hacer crecer su negocio con un enfoque a nivel empresarial, brindando servicio personalizado a precios accesibles y con la respectiva garantía. A continuación en la (figura 2) se mencionan tres empresas dedicadas a la misma actividad que serán señaladas como empresas competidoras.



Figura 2 Competencia directa

Elaboración: Las autoras

2.2. Análisis del Entorno

2.2.1. Aspectos Sociales y Culturales

Información de forma referencial que le permite al empresario saber si el proyecto tendrá algún impacto en el mercado real o mercado meta, por tal motivo es necesario tener conocimiento global del estrato social al que pertenecen, costumbres,

tradiciones, valores sociales y culturales, etc. Este tipo de información es un sistema de evaluación para el empresario.

2.2.2. Aspectos Económicos

Este aspecto se fija en dos variables la primera los ingresos de los consumidores, la segunda es la forma en cómo se maneja la economía de la empresa, todo lo referente en valores de los gastos que se generan en los procesos de producción que da como resultado todo lo que se debe hacer para obtener el producto final.

2.2.3. Aspectos Tecnológicos

El aspecto tecnológico es el más importante para el empresario ya que por medio de la tecnología se puede ahorrar tiempo y dinero en los procesos de producción. Además de ser una herramienta necesaria para el desarrollo general de la empresa.

2.2.4. Aspectos Políticos y Legales

Aspecto que permite al empresario saber que obligación tributaria, legislativa, laboral, civil y penal debe afrontar como persona jurídica con el estado, sus empleados, sus socios y con la sociedad.

2.3. Estado del Arte o del Conocimiento

Como estado del arte se ha vinculado dos tesis con el presente proyecto referente a la propuesta a presentar.

Tabla 2 Tesis proyecto de factibilidad de una empresa productora de puertas

TESIS: Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de puertas metálicas de seguridad automatizada.								
Autora	Tema	Año	Situación del problema	Marco teórico	Metodología	Conclusiones	Recomendaciones	Link
Ana del Consuelo Chamba Viscaino	Proyecto de factibilidad para la creación de una empresa productora de puertas metálicas de seguridad automatizada	2015	Escasas medidas de seguridad en diferentes negocios de la ciudad.	Estudio de factibilidad Estudio de mercado Estudio financiero Estudio técnico Estudio administrativo	Quantitativa	Demanda insatisfecha por la falta de empresas que se dediquen a la producción de puertas metálicas de seguridad automatizada. El impacto del análisis socioeconómico del proyecto es favorable.	Considerar la ejecución y puesta en marcha del proyecto de factibilidad, y la necesidad de aportar a la seguridad. Diversificar el portafolio de productos para atender nuevos nichos de mercado	http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/8461/1/Ana%20del%20Consuelo%20Chamba%20Viscaino.pdf

Fuente: Universidad Nacional de Loja

Elaboración: Las autoras

Tabla 3 Tesis plan de negocios de una comercializadora de puertas

TESIS: Plan de negocios para la creación de una comercializadora de puertas de seguridad.								
Autora	Tema	Año	Situación del problema	Marco teórico	Metodología	Conclusiones	Recomendaciones	Link
María Amparo Hervás Marco	Plan de negocios para la creación de una comercializadora de puertas de seguridad.	2011	Pocas empresas ofrecen productos de seguridad que necesitan los hogares.	Estudio de mercado Estudio financiero Matriz FODA	Cuantitativa	El negocio de comercializar puertas tiene buena acogida ya que satisface una necesidad básica. Con respecto a la información y recolección de datos se puede mostrar que es un negocio rentable.	La realización de una adecuada planeación es fundamental para el funcionamiento del negocio. Una vez que se establezca el negocio se sugiere por la creación de un taller propio para la fabricación de puertas.	http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/5525/1/TESIS%20DEFINITIVA.pdf

Fuente: Universidad Técnica Particular de Loja

Elaboración: Las autoras

2.4. Bases Teóricas

2.4.1. Plan de Negocio

La Corporación Financiera Nacional (CFN, 2010). “El Plan de Negocios es aquel documento que esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la ampliación de la actividad productiva va ser exitosa y rentable”.

Un plan de negocio, es el documento que se realiza para plasmar las ideas del negocio que se quiere desarrollar, describe los escenarios probables dando a conocer si realmente la información que contiene es o no rentable, para así realizar la inversión.

Para emprender un negocio hay que tener una guía, para esto se elabora el plan de negocio, si no se tiene claro de cómo emprender un negocio de forma exitosa, este documento servirá de apoyo para concretar las operaciones que permitirán operar de manera eficiente optimizando la rentabilidad.

Para Dickson (2008) en el libro *Como Preparar un Plan de Negocios Exitoso*, un plan de negocios es un instrumento que se utiliza para documentar el propósito y los proyectos del propietario respecto a cada aspecto del negocio. El documento puede ser utilizado para comunicar los planes, estrategias y tácticas a sus administradores, socios e inversionistas.

Un plan de negocio se puede desarrollar de manera formal e informal, su perspectiva no cambia, es un mapa que el propietario elabora para guiar su negocio, además de ser un documento en el cual se plasman las ideas, para ser presentado a los

inversionistas también sirve como herramienta al momento de solicitar un crédito empresarial.

Un plan de negocio es la mezcla de metas, investigación y estrategias que utiliza un buen administrador para garantizar la viabilidad del negocio.

Filion, Cisneros y Mejía (2011) en el libro *Administración de PYMES*, un plan de negocio es la guía perfecta para los emprendedores que no tienen formación académica como administradores, ya que les brinda paso a paso la secuencia del proceso a seguir, sin descuidar los elementos básicos de la empresa, lo cual les ayudará a acercarse al éxito de manera más eficiente.

Indican que es de gran importancia realizar un plan de negocios, más aun cuando el emprendedor no tiene conocimientos administrativos y considere que no es necesario realizarlo. No obstante, se demostrara que un buen plan de negocios nos ayudara a evitar errores y a reducir riesgos. Estos tres autores nos indican que el plan de negocios no es un documento estático, por lo contrario es un documento cambiante y adaptable que se renueva con el tiempo, permitiendo reorganizar y definir nuevas alternativas que faciliten acercarse más al objetivo planteado.

Botero (2010) en el libro *Estructura del Plan de Negocios*, el plan de negocio es la descripción escrita en un documento, en el que se presentan, de forma organizada y en detalle, todos los elementos conceptuales y operativos de un negocio que se ha decidido montar.

El documento consta de varios componentes, la información y el análisis que contenga el plan de negocio será vital para la puesta en marcha de la idea de negocio ya que sustenta la viabilidad con respecto a la parte económica del negocio.

Weinberger (2009) *Plan de Negocios*, es el resultado de un proceso de planeación. Este plan de negocios sirve para guiar un negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr hasta las actividades cotidianas que se desarrollarán para alcanzarlos.

Además de ser una guía para desarrollar actividades, uno de los propósitos del plan de negocios es evaluar la probabilidad de éxito y reducir el riesgo, el contenido que comprende la información financiera es la clave para demostrar la viabilidad del negocio.

2.4.2. ¿Para qué Sirve un plan de Negocios?

Weinberger (2009) *Plan de Negocios*, el plan de negocios es una herramienta de comunicación escrita que tiene esencialmente dos funciones: una que se puede llamar administrativa o interna y otra que es conocida como financiera o externa.

La parte interna del plan de negocio hace referencia a las operaciones de la empresa, como se organizan los recursos de la empresa, detectar amenazas que puedan influenciar en el éxito, evaluar el entorno y desempeño dando a conocer los puntos fuertes y débiles del negocio.

La parte externa del plan de negocio está relacionada con la parte financiera de la empresa recursos monetarios todo lo relacionado al dinero, sea estas fuentes de financiamiento, inversionistas, accionistas, proveedores, clientes que permiten alcanzar objetivos planteados del empresario.

2.4.3. Importancia del Plan de Negocio

Filion, Cisneros y Mejía (2011) en el libro *Administración de PYMES*, el valor más importante del plan de negocios es que constituye una herramienta de reflexión, evaluación y planeación para el mejor aprovechamiento de los recursos; además, es un documento “vivo” que servirá para guiar el proceso de trabajo y evaluar los resultados del mismo.

Se debe tener en cuenta que al realizar el plan de negocio y al momento de poner en marcha la idea, se tiene que asumir cierto riesgo sin embargo la principal causa del fracaso es la falta de planeación, para que aquello no ocurra hay que plantearse las siguientes preguntas que implican:

¿Qué voy hacer? Fijar la idea por la cual se va a elaborar el plan de negocio, seguido de la descripción de la empresa y las actividades a desarrollar.

¿A quién le voy a vender? Qué mercado se va a captar, especificar a qué mercado se van a dirigir las estrategias de mercado al desarrollar el plan de marketing.

¿Cómo voy a vender? Se toma en cuenta tres partes importantes los recursos materiales, humanos y logísticos. Contar con personal capacitado que cree valor en el

cliente, conozca la información necesaria de los productos a comercializar y la logística para llevar a cabo la venta.

¿Qué necesito para iniciar actividades y operar con eficiencia? Para el debido funcionamiento conocer los requisitos que se deben cumplir para formalizar una empresa, tener los permisos de funcionamiento, contar con el capital necesario y un buen manejo de capital.

2.4.4. El Uso del Plan de Negocio

El plan de negocio cumple tres propósitos fundamentales:

Formalizar la descripción concreta y explícita de las operaciones y actividades de cada una de las áreas que componen la empresa.

Muestra al recurso humano vinculado al negocio los objetivos respecto a su actuación dentro del área a desempeñar.

Presenta a los socios y financiadores los resultados financieros que se aspira alcanzar para justificar la inversión.

2.4.5. Contenido del Plan de Negocio

2.4.5.1. Sección 1: Encontrar una Idea de alto Valor

La idea de alto valor corresponde a dar soluciones a problemas, o detectar una oportunidad que satisfaga una necesidad específica de un segmento de población por medio de un servicio, producto o proceso. La creatividad con la que se desarrolle la idea dará como resultado el modelo de negocio, la eficiencia con la que se realice

dependerá de la tecnología que use para alcanzar mejores resultados, para diferenciar la idea de negocio como ventaja comparativa es necesario agregar valor siendo estos elementos diferenciadores para el servicio, producto o proceso que se ofrezca logrando como ventaja competitiva posicionarse rápidamente.

- a. **Justificación** del problema encontrado.
- b. **Descripción de la empresa** detallada de cómo se va a satisfacer la necesidad.
- c. **Nombre** de la empresa (descriptivos, originales, atractivos, significativos) que el consumidor pueda recordar fácilmente.
- d. **Clasificación** según la actividad que desarrolle sea esta comercial, industrial, de servicio, etc.
- e. **Lugar físico** ubicación de la empresa.
- f. **Misión** razón de ser de la empresa.
- g. **Visión** como se proyecta la empresa a largo plazo.
- h. **Objetivos** a corto, mediano y largo plazo, medibles, alcanzables y realizables que tiene la empresa para alcanzar su misión.
- i. **Ventaja competitiva** estrategias que las empresas adoptan para posicionar el servicio, producto o proceso ante la competencia.

2.4.5.2. Sección 2: Marketing del Negocio

El marketing del negocio comprende cuatro partes importantes producto, precio, plaza y promoción. Estos componentes ayudan a establecer, las estrategias, la introducción, aceptación y posicionamiento en el mercado.

- a. **Segmento de mercado** identificar las características de los posibles clientes.
- b. **Competidores** empresas que realizan la misma actividad empresarial.
- c. **Estudio de mercado** permitirá conocer quiénes son los posibles clientes, gustos y preferencias por medio de técnicas como la encuesta, entrevistas, entre otras.
- d. **Matriz F.O.D.A.** la empresa hace análisis del entorno interno (fortaleza-debilidades) y externo (oportunidades-amenazas).
- e. **Descripción del producto** que producto o servicio se ofrece y sus componentes.
- f. **Marca logotipo y eslogan** Figura o símbolo que representa a la empresa, que se acompaña de frase original que dan imagen a la empresa para que los clientes recuerden y reconozcan el producto.
- g. **Medios publicitarios** medios impresos, audiovisuales, o electrónicos que elige la empresa, dependiendo del costo.
- h. **Mensaje Publicitario** Palabras con las cuales se describe el producto o servicio.
- i. **Promociones de venta** diversos tipos de promocionar el producto o servicio en un tiempo determinado.
- j. **Plan de introducción al mercado** campaña publicitaria que se realiza para dar a conocer el producto o servicio.
- k. **Canal de distribución** intermediarios identificar los medios de distribución apropiado que debe seguir el producto para llegar al consumidor.

- l. Estrategia de precio* decisión estratégica para la fijación de precio e introducción al mercado referente a la competencia.
- m. Políticas de precio* acciones específicas, estrategias a implementar para el consumidor como opciones de pago, descuentos etc.
- n. Fijación de precio* para la fijación de precio hay que tomar en cuenta costos fijos y variables, margen de ganancia para sacar el precio de venta al consumidor.

2.4.5.3. Sección 3: Recursos Materiales para Iniciar y Desarrollar el Negocio

En esta sección se determinan los recursos y materiales, el desglose de los procesos de producción y elaboración del producto, se determina la logística de la empresa.

- a. Listado secuencial de todas las actividades* el tiempo que se va en producir el producto.
- b. Diagrama de flujo* representa el proceso productivo.
- c. Listado de equipo, herramientas e instalación* que se usan para la producción del producto y con qué frecuencia se le debe dar mantenimiento para su debido funcionamiento.
- d. Materia prima* desglose de las partes, elementos o sustancias necesarias para la elaboración del producto final o terminado.
- e. Proveedores* se consideran como fuente de abastecimiento, que suministran los elementos necesarios para la elaboración del producto, por medio de sistema de créditos.

2.4.5.4. Sección 4: Recursos Humanos para la Operación y Administración del Negocio

Para administrar la empresa y que se lleven a cabo las actividades cotidianas se requiere de equipos de trabajos, para esto es necesario contar con personal de apoyo apto y capacitado que opere dichos equipos y desempeñe actividades delegadas.

- a. Actividades a realizar*** hacer una lista, detallar las actividades y agruparlas de acuerdo a las similitudes.
- b. Organigrama*** representación gráfica jerárquica de la empresa que representa funciones y responsabilidades del personal.
- c. Funciones específicas por puesto*** funciones y actividades que corresponden a cada área o departamento.
- d. Proceso de selección del personal*** reclutamiento de personal de acuerdo a los perfiles que exige la empresa para cada departamento a través de diferentes tipos de pruebas o entrevistas.
- e. Administración de sueldos y salarios*** descripción y asignación de sueldos, salarios, prestaciones, compensaciones de la empresa para cada uno de sus empleados.

2.4.5.5. Sección 5: Recursos Financieros

La parte más importante del plan de negocio es el sistema financiero, que permitirá definir al empresario la viabilidad del negocio, a tomar decisiones en base a sus

estados financieros, a disminuir costos y aumentar sus ganancias, a simplificar los riesgos con la respectiva información económica, confiable y actualizada.

- a. **Capital social** capital que los socios aportan necesario para iniciar las operaciones de la empresa.
- b. **Fuentes de financiamiento** forma en que las empresas obtienen recursos financieros para realizar sus actividades de inversión.
- c. **Proyecciones financieras** estimaciones futuras de datos financiero que pronostican los resultados económicos respecto a las operaciones de la empresa.
- d. **Indicadores financieros** son medidas que se utilizan para analizar el estado, comportamiento, y desempeño de una empresa.

2.4.5.6. Sección 6: Plan de Trabajo, Implementación y Operativo

Fase operacional de la empresa que consiste en la asignación de tiempos, responsables y recursos necesarios, detalla cómo se van a cumplir los objetivos de la empresa, el inicio y como encaminar las acciones para el éxito final del negocio.

- a. **Programas de actividades** para iniciar las operaciones es necesario listar secuencialmente las operaciones, identificar las actividades, asignar recursos, y establecer fecha de inicio y termino para cada actividad en las diferentes áreas de la empresa.

- b. ***Grafica de Gantt*** herramienta gráfica que se usa para planificar y programar tareas, calendarizar actividades mostrando el tiempo previsto para las diferentes actividades.

2.4.5.7. Sección 7: Resumen Ejecutivo

El resumen ejecutivo es información clave de cada una de las secciones descritas anteriormente del plan de negocio de forma concisa y explicativa, por lo general se presenta al inicio del plan de negocio y con una estructura fácil de entender, siendo una pieza fundamental para conseguir financiamiento y atraer a los inversionistas.

2.5. Marco Conceptual

2.5.1. Puertas de Garajes

El Sr. Marcos Javier Toala Ávila elabora puertas con diversas aplicaciones que industrialmente se fabrica en materiales básicos como metal, aluminio, etc. Dispone de varios tipos de herrajes metálicos brindando una mayor seguridad a sus clientes.

2.5.2. Automatización para Puertas de Garaje

Es aquel sistema que abre una puerta sin que la persona interfiera de manera mecánica, es decir no tiene la necesidad de hacer fuerza física.

La persona en general tendrá que dar la orden para que el sistema empiece a funcionar, accionando un botón o interruptor ya que este envía una señal al motor que está conectado a la red eléctrica del motor para abrir la puerta.

2.5.3. Tipos de Mantenimientos

- **Mantenimiento Preventivo**

Es un mantenimiento programado que se le realiza a los motores para puertas de garaje cada seis meses para prevenir cualquier falla del motor. La realización está recomendada por el fabricante para que el motor trabaje en perfectas condiciones y extienda su vida útil.

- **Mantenimiento Correctivo**

Este mantenimiento se realiza cuando el motor presenta algún tipo de falla que no estaba programada en el mantenimiento preventivo, es decir un daño inesperado.

2.5.4. Oferta y Demanda

La oferta y la demanda son dos términos que se encuentran vinculados, cuando se habla de demanda se hace referencia a la cantidad de bienes y/o servicios que la gente desea adquirir. La oferta es otro de los motores del mercado. Cuando estas dos fuerzas de mercado se unen son los determinantes de la cantidad de bienes y/o servicios que se producirán y a qué precio serán vendidos.

2.5.5. Posicionamiento

El posicionamiento, es una estrategia comercial que pretende conseguir que una empresa o producto ocupe un lugar distintivo, relativo a la competencia, en la mente de las personas.

2.5.6. Presupuesto

Se llama presupuesto al cálculo y negociación anticipada de los ingresos y egresos de una actividad económica durante un período, por lo general en forma anual. Es un plan de acción dirigido a cumplir un final previsto, expresado en valores y términos financieros que debe cumplirse en determinado tiempo y bajo ciertas condiciones previstas, desarrollo anual de las empresas o instituciones cuyos planes y programas se formulan por término de un año.

2.5.7. Financiación

Contribución de dinero que se requiere para concretar un proyecto o actividad, generalmente las formas más comunes de obtener la financiación es a través de préstamos o de créditos, a corto o largo plazo.

2.6. Marco Legal

Bases legales sobre las cuales se rige una empresa, para la creación de una empresa se deben de cumplir un conjunto de normas legales establecidas por las entidades públicas del país donde se va a emprender el negocio, se deben cumplir exigencias legales relacionadas con el funcionamiento y puesta en marcha de la empresa para poder operar legalmente.

2.6.1. Ley de Compañías

Sección VI de la Compañía Anónima.

Art. 143.- Toda compañía anónima es una sociedad, por lo tanto el capital está formado por las aportaciones de los accionistas, los mismos que responden por el monto de sus acciones.

Art. 144.- La denominación para este tipo de compañías es "compañía anónima " o "sociedad anónima", o las respectivas siglas, no podrá usarse una denominación existente o que determine la clase de empresa, de no ser así y se incumpla esta ley no se podrá hacer anuncios, uso de documentos, nombre o siglas que indiquen que se trata de una sociedad anónima y deberá cumplir la respectiva sanción.

Art. 147.- Para que pueda darse la escritura pública de constitución definitiva es necesario suscribir totalmente el capital y depositar por lo menos el 25% del capital social en una institución bancaria, para aprobar la constitución de una compañía, la Superintendencia de Compañías comprobará la suscripción de las acciones.

Art. 151.- Para la aprobación de la constitución de la compañía se presentara al Superintendente de Compañía tres copias de la escritura de constitución de la compañía notariadas y con firma de abogado, si se cumplen todos los requisitos legales la Superintendencia de Compañías aprobará la inscripción en el Registro Mercantil.

Art. 161.- Las aportaciones pueden ser en dinero o bienes muebles o inmuebles, en este caso los bienes ya sean muebles o inmuebles deberán corresponder a la actividad de la compañía.

Art. 200.- Se considerarán como socios de la compañía anónima los que consten en el libro de acciones y accionistas.

Art. 289.- Los balances deben ser presentados en el plazo máximo de tres meses desde el cierre del ejercicio económico anual, dando a conocer la situación económica y financiera de la compañía, y el resultado de las operaciones realizadas cumpliendo con los principios de contabilidad de general aceptación.

Art. 289.- La contabilidad de la compañía debe ser expresada en idioma castellano y moneda nacional, excepto las compañías que con autorización y estén bajo vigilancia y control de la Superintendencia de Compañía.

Art. 300.- En el caso de que la Superintendencia de Compañía estableciere que los balances contengan errores se harán las respectivas observaciones al representante legal de la compañía, dando un plazo de treinta días para las debidas rectificaciones. El Superintendente de Compañías podrá ampliar el plazo mediante solicitud fundamentada por la compañía.

2.6.2. Pasos para la Creación de una Empresa

1. **Reserva un nombre.** Que no exista ninguna compañía con el mismo nombre en la Superintendencia de Compañías
2. **Elabora los estatutos.** Contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante la firma de un abogado.
3. **Abre una cuenta de integración de capital.** En cualquier banco del país con un capital mínimo de 800 dólares para compañía anónima, carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno, copias de cédula y papeleta de votación de cada socio, luego se debe pedir el certificado de cuentas de integración de capital.
4. **Eleva a escritura pública.** Se realiza por medio de un notario público con la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la carta con los estatutos.
5. **Aprueba el estatuto.** En la Superintendencia de Compañías se debe entregar la escritura pública para su revisión y aprobación.
6. **Publica en un diario.** La Superintendencia de Compañías entregará cuatro copias de la resolución y un extracto para publicarla en un diario de circulación nacional.
7. **Obtén los permisos municipales.** El municipio de la ciudad se deberá pagar la patente municipal y pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.

8. **Inscribe tu compañía.** Con todos los documentos antes descritos, se deberá inscribir la sociedad en el Registro Mercantil.
9. **Obtén los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, la Superintendencia de Compañías entregará los documentos para abrir el RUC de la empresa.
10. **Inscribe el nombramiento del representante.** En el Registro Mercantil, se inscribe el nombramiento del administrador de la empresa.
11. **Obtén el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con el formulario correspondiente, original y copia de la escritura de constitución, original y copia de los nombramientos, copias de cédula y papeleta de votación de los socios.
12. **Obtén la carta para el banco.** Con el RUC, la Superintendencia de Compañías te entregará una carta dirigida al banco para que puedas disponer del valor depositado.

El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.

En el (anexo 3) se detallan los pasos para solicitar permisos de funcionamiento.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología

3.1.1. Enfoque de la investigación

En este proyecto se aplicó un enfoque mixto porque llevó a obtener de la investigación realizada, resultados válidos que responden a los objetivos inicialmente planteados.

3.1.1.1. Cuantitativo

Bajo la perspectiva cuantitativa relacionada a la recolección de datos equivalente a medir y analizar los patrones de comportamiento, los estudios de enfoque cuantitativo pretenden la explicación de una realidad social. La intención es buscar la exactitud de mediciones o indicadores sociales con el fin de generalizar los resultados a poblaciones. Realizar una investigación desde el enfoque cuantitativo juega un papel importante, ya que esta pretende la recopilación de datos y con esto encontrar la resolución al problema.

3.1.1.2. Cualitativo

El enfoque cualitativo aportó a la investigación el proceso inductivo, el análisis e interpretación de las perspectivas y puntos de vista que se obtuvo al realizar las encuestas y entrevistas.

3.1.2. Tipo de investigación

3.1.2.1. Descriptivo

El tipo de investigación que se desarrolló en el proyecto es de tipo descriptivo, este tipo de investigación tiene como propósito describir el comportamiento de la población muestral. El estudio descriptivo busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objetos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis, se emplea para resumir y describir datos numéricos reflejados en gráficos permitiendo tener un mejor análisis. El proceso descriptivo no es exclusivamente la obtención, la acumulación de datos y su tabulación correspondiente, también se relaciona con opiniones de las personas, puntos de vista, y actitudes que se perciben durante el proceso para un mejor análisis.

3.1.3. Diseño de investigación

3.1.3.1. No experimental

El diseño de la investigación aplicado al proyecto es el no experimental, siendo este un transeccional descriptivo, ya que se realiza en un tiempo determinado donde el investigador no influye en los resultados de la investigación y describe las actitudes de la población muestral.

3.1.4. Técnicas de investigación

3.1.4.1. Observación no participante

Se utilizara esta técnica ya que al momento de hacer las respectivas encuestas hay que tomar en cuenta a que ciudadelas y casas se va a comercializar y ofrecer los servicios, que ciudadelas son las que requieren más de este servicio, es no participante porque hay que tener en cuenta que el investigador solo observará y no influirá.

3.1.4.2. Cuestionario preguntas cerradas

Es una forma de recolectar información individual de la población muestral donde se va a ver de cerca las necesidades de los futuros clientes, el cuestionario está desarrollado con preguntas cerradas ya que lo que se requiere saber son los gustos y preferencias de las personas, nivel de aceptación, y estrategias de posicionamiento en el mercado (ver anexo 4).

3.1.4.3. Entrevista

Técnica de investigación que consiste en una interacción verbal para obtener información a través de preguntas específicas.

La entrevista realizada al dueño del negocio, dio a conocer cómo ha ido evolucionando el mercado y como ha permanecido en el negocio de automatización (ver anexo 5), de la entrevista se pudo determinar que un negocio no funciona, si no cumple las expectativas del consumidor, para mantener una relación duradera con el

cliente hay que dar el mejor servicio. El éxito depende en buscar estrategias que ayuden al desarrollo del negocio.

Existe un amplio sector informal que brinda este tipo de comercio y son pocas las empresas dedicadas a la actividad. Como observación se acota que el cliente se siente seguro y respaldado al adquirir el producto y/o servicio en una empresa, que en el sector informal.

3.2. Población y Muestra

El universo del proyecto es la parroquia tarqui ya que el tema hace referencia al sector norte que es donde se va a comercializar los automatismos y puertas de garaje.

3.2.1. Población

Se tomó como base cinco ciudadelas de la parroquia Tarqui siendo estas ciudadelas el mercado objetivo (Alborada, Sauces, Samanes, Guayacanes y Álamos) ya que no es recomendable un lugar específico por el tamaño del universo, la información para el cálculo de la muestra se obtuvo del último censo de población y vivienda realizado en el año 2010 (ver anexo 6). El tamaño de la muestra calculado da como resultado 150 viviendas a encuestar, las encuestas fueron distribuidas uniformemente en los lugares elegidos realizando 30 encuestas por cada sector, a continuación se muestra el detalle del cálculo para la muestra.

3.2.2. Muestra

Por medio de la siguiente formula de muestra finita se calculó el tamaño muestral

n = Tamaño de la muestra	?
N = Tamaño del universo	39861
z = Nivel de confianza	1,96
p = Probabilidades de éxito	0,50
q = Probabilidades de fracaso	0,50
e = Error muestral	0,08

Al remplazar los valores en la formula da como resultado 150 viviendas.

$$n = \frac{N \cdot z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + z^2 \cdot p \cdot q} \rightarrow n = \frac{39861 \cdot (1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50}{(0,08)^2 \cdot (39861 - 1) + (1,96)^2 \cdot 0,50 \cdot 0,50} \rightarrow 150$$

Figura 3 Formula y cálculo de la muestra

Elaboración: Las autoras

3.3. Análisis de los Resultados

1.- ¿Con qué mecanismo funciona su puerta de garaje?

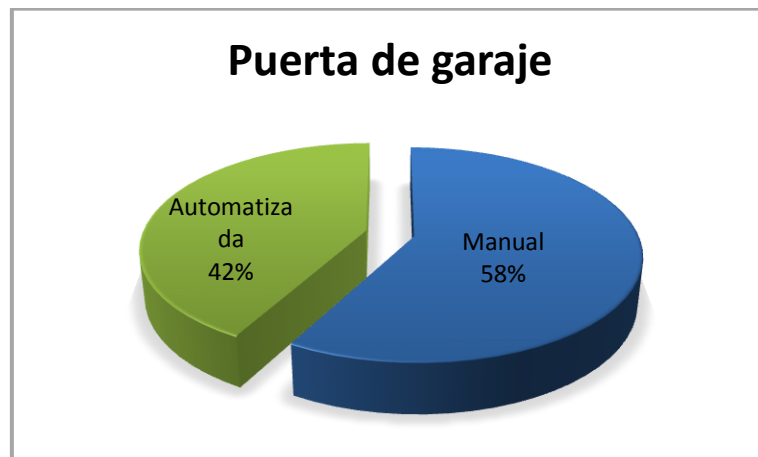


Figura 4 Modalidad de la puerta de garaje

Elaboración: Las autoras

Las personas encuestadas que habitan en las 150 viviendas con garaje del total de la muestra, 87 viviendas cuentan con puertas que no tienen ningún tipo de mecanismo siendo estas manuales representando el 58%, y el restante equivalente a 63 viviendas representado por un 42% son viviendas que ya cuentan con automatismos en las puertas.

2.- ¿Ha tenido problemas con su puerta de garaje y/o automatismos?

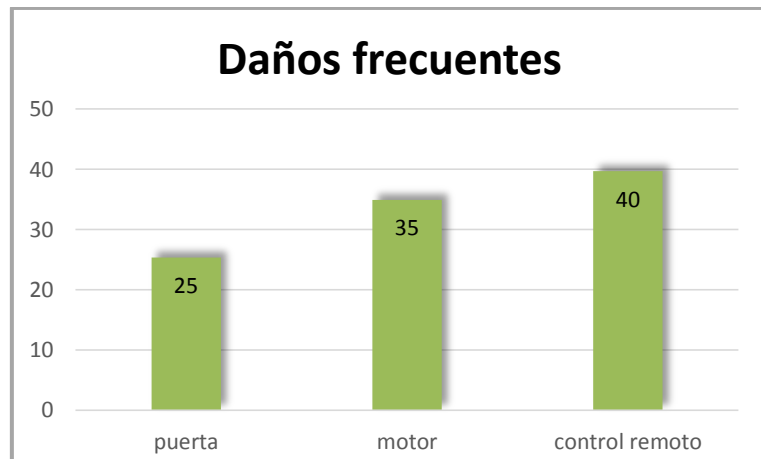


Figura 5 Daños en puertas y automatismos
Elaboración: Las autoras

Del 42% que representa las 63 casas con garaje que cuentan con puertas automatizadas, los daños más frecuentes que suele tener el automatismo con el que actualmente cuentan, señaló el 40% daños en el control remoto, seguido por el 35% fallas en los componentes del motor, y el 25% por daños leves en la puerta.

3.- ¿Con qué frecuencia le da mantenimiento a su garaje?

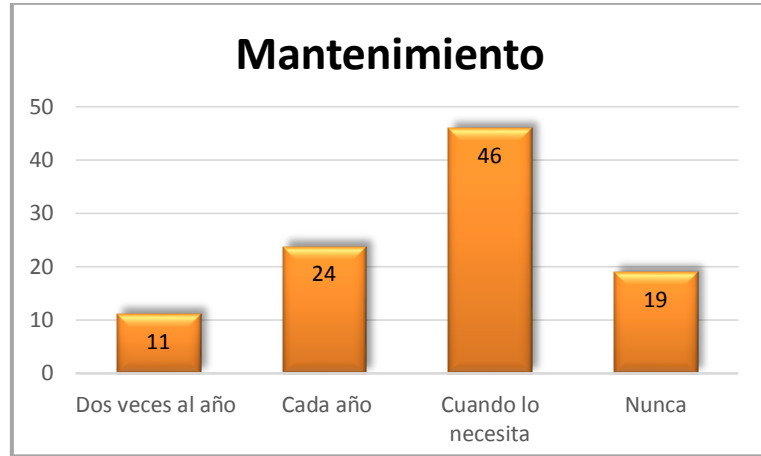


Figura 6 Frecuencia del mantenimiento

Elaboración: Las autoras

Seguido del tipo de daño frecuentes, es importante saber la frecuencia con la que el usuario le da mantenimiento al motor y a la puerta de garaje, de las 63 viviendas con puertas automatizadas, el 46% recibe mantenimiento cuando lo necesita, seguido por el 24% cada año, el 11% dos veces al año, y un 19% no le ha dado mantenimiento nunca tanto a la puerta como al motor.

Con la información obtenida se puede observar que el mayor porcentaje se ubica en la opción cuando lo necesita, información que sirve de apoyo para realizar las estrategias de ventas y costos para que el servicio tenga mayor demanda.

4.- ¿Cómo conoció el servicio de automatización de puertas para garaje?

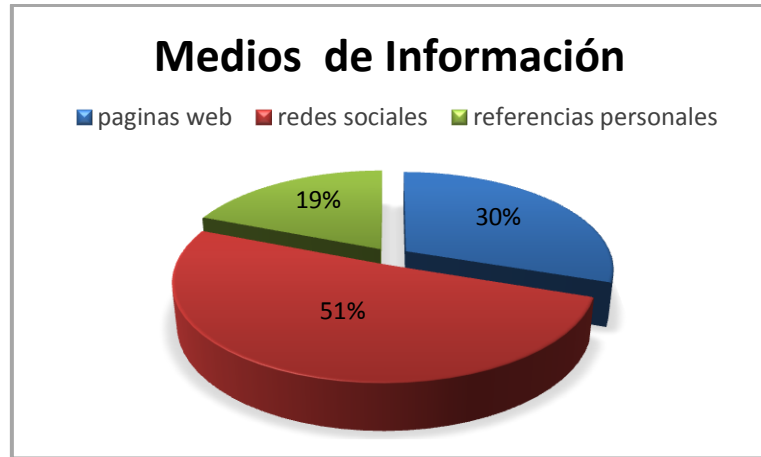


Figura 7 Medios informativos para la adquisición

Elaboración: Las autoras

Del 42% de la muestra que cuenta con garaje automatizado se preguntó cómo obtuvieron información para adquirir el mecanismo existente para la puerta de garaje, el 51% respondió por anuncios en redes sociales, un 30% por información en páginas web, y el 19% por referencias personales.

Información relevante que da a conocer que medios de comunicación tienen más acogida según los gustos y preferencias de las personas, al mismo tiempo sirve de referencia para conocer los competidores, e información de las estrategias publicitarias que realizan.

5.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio/producto recibido de su puerta de garaje?

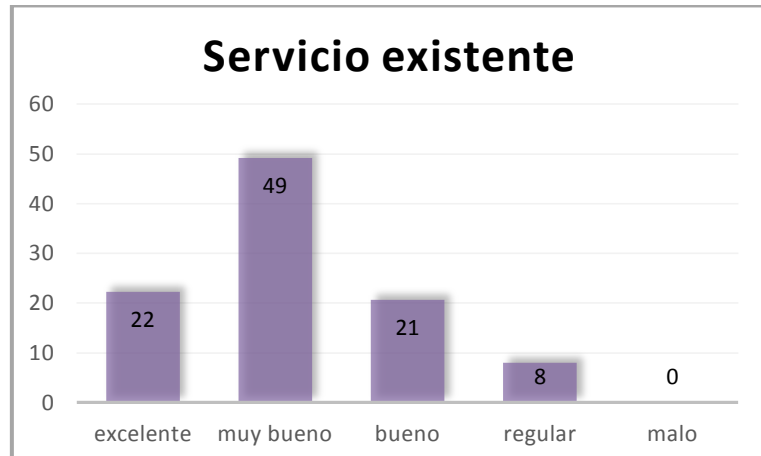


Figura 8 Calidad del servicio/producto

Elaboración: Las autoras

Referente al servicio y/o producto que los encuestados adquirieron para las puertas de garaje que constan como automatizada que enmarca el 42%, se pidió que de una calificación por el servicio y/o producto existente, de las cuales el 22% respondió como excelente, 49% muy bueno, 21% bueno, y el 8% regular.

Se puede observar que las personas encuestadas que cuentan con servicio y/o producto existentes están conformes, es un mercado un poco complejo en captar para lo cual hay que elaborar estrategias de ventas a gusto de estos clientes.

6.- ¿Qué le gustaría encontrar en una empresa de automatización de puertas para garaje? Enumérelas del 1 al 4

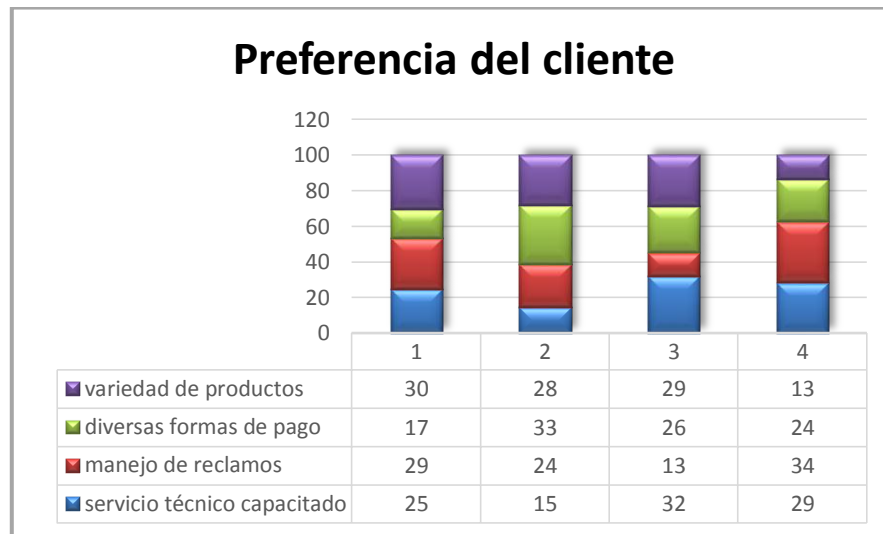


Figura 9 Preferencias del cliente en la empresa
Elaboración: Las autoras

Del 100% de la muestra encuestada siendo esta 150 personas que habitan en casas con garaje, se pidió que enumere del 1 al 4, siendo 1 más importante y 4 menos importante según sus preferencias, los servicios que le gustaría encontrar en una empresa de automatización para puertas de garaje, como primera preferencia con un 30% se eligió variedad de productos, seguido por el 33% diversas formas de pago como segunda preferencia, el 32% ocupando el tercer puesto en preferencias con servicio técnico capacitado y al final con 34% manejo de reclamos.

7.- ¿De los siguientes tipos de puertas, cuál es el de su mayor agrado?

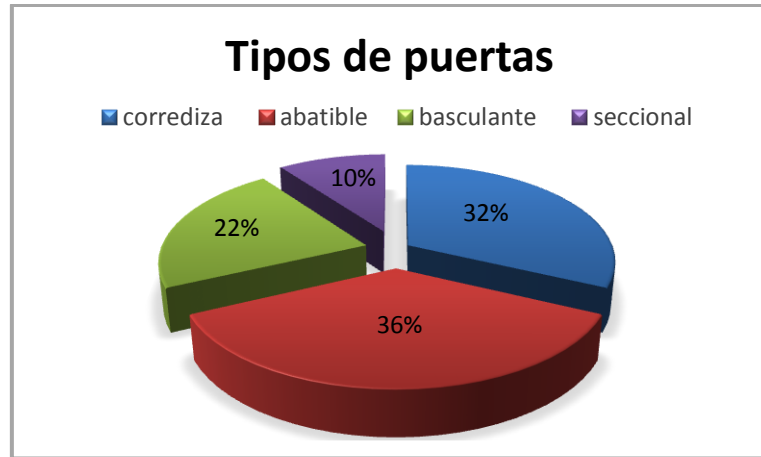


Figura 10 Preferencias por los tipos de puertas

Elaboración: Las autoras

De los gustos y preferencias del total de la muestra, las 150 personas encuestadas respondieron sobre las puertas de garaje que el cliente prefiere para sus viviendas, se refleja con un alto porcentaje del 36% las puertas abatibles, el 32% que representa las puertas corredizas, 22% para puertas basculantes, y el 10% puertas seccionales.

La información de preferencias por cada tipo de puerta da a conocer a la empresa lo que el cliente necesita, que cantidad de los cuatro tipos de puertas se puede producir y vender con más frecuencia.

8.- Al momento de adquirir una puerta para su garaje ¿Cuál de las siguientes características influyen más en su compra? Enumérelas del 1 al 4

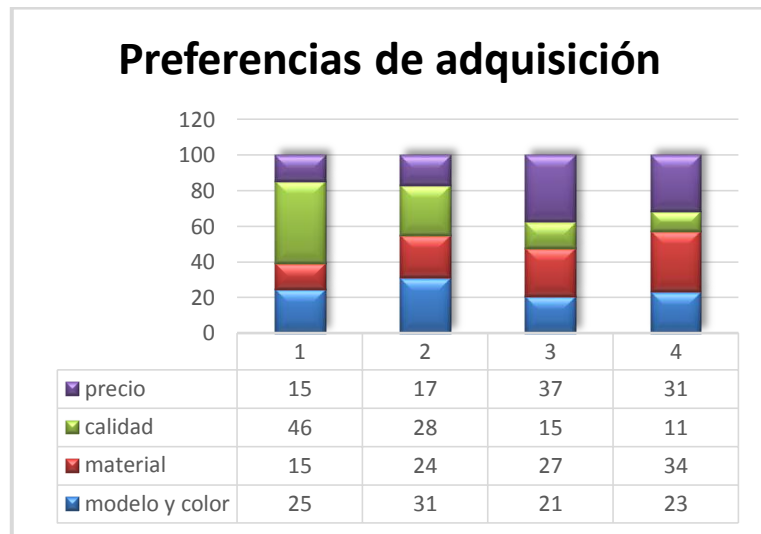


Figura 11 Características que influyen en la compra
Elaboración: Las autoras

En las decisiones al momento de realizar la compra hay características que influyen más en las preferencias del cliente, por tal motivo se pidió al encuestado que las enumere del 1 al 4, siendo 1 más importante y 4 menos importante, como se puede observar en la figura para las 150 personas encuestadas, la calidad es el factor elegido como más importante al momento de la compra obtenido por un 46%, el modelo y color como segunda preferencia con el 31%, el precio representado con el 37%, y como ultima preferencia el material con un total del 34%.

9.- ¿Cuál sería su forma de pago referida para este tipo de transacción?

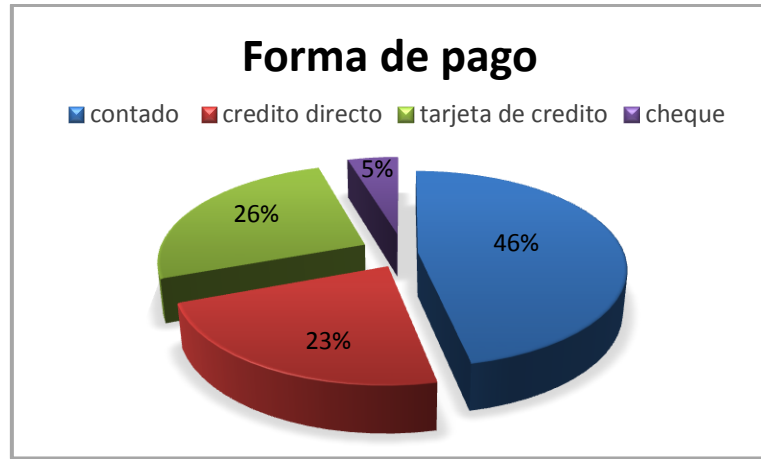


Figura 12 Forma de pago preferida

Elaboración: Las autoras

Para los 150 encuestados la forma de pago que usualmente usan al realizar una transacción, respondieron el 46% pagos a contado, 26% realiza pagos con tarjetas de crédito, 23% prefiere el crédito directo, y pagos efectuados con cheques el 6%.

Una de las preguntas más relevante la forma de pago habitual a las que están acostumbradas las personas al momento de realizar una compra, es al contado, información que sirve a la empresa para desarrollar estrategias de ventas al contado.

10.- ¿Cuál es el medio de comunicación por el que usted le gustaría recibir información de automatismos para puertas de garaje?

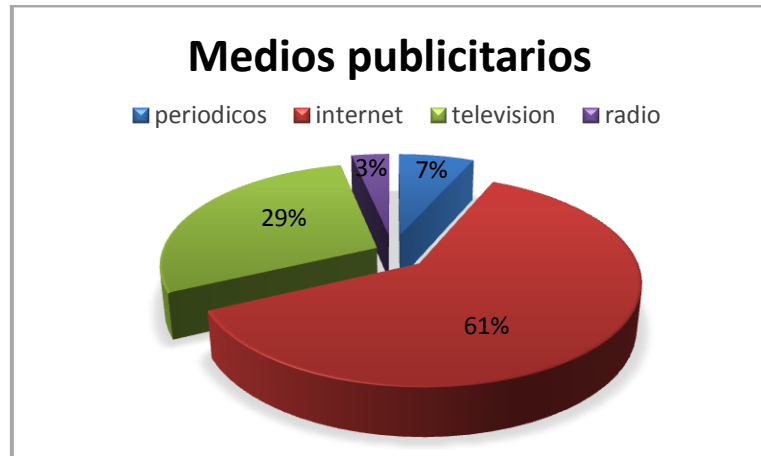


Figura 13 Medios informativos y publicitarios
Elaboración: Las autoras

Medios de comunicación que las personas usan a diario como informativos por los cuales están dispuestos a recibir cualquier tipo de publicidad promoción e información, de las 150 personas encuestadas coincidieron con un alto porcentaje representado por el 61% internet, 29% televisión, 7% periódicos, y 3% radio.

Medios publicitarios que sirven de referencia para realizar la publicidad de la empresa y promociones a realizar, se puede observar que uno de los medios más influyentes en la actualidad para realizar publicidad y promociones es por medio de internet.

11.- ¿Qué promociones le gustaría recibir por la compra automatismos y puertas de garaje?



Figura 14 Promociones y descuentos
Elaboración: Las autoras

Las promociones que más gustaron a las 150 personas encuestadas es el descuento por pago en efectivo con un total del 39%, oferta por combo compra de motor y puerta el 33%, control remoto adicional gratis 23%, y el primer mantenimiento gratis 5%.

3.4. Conclusión General del Estudio de Mercado

La información obtenida en el estudio de mercado, hace referencia a la segunda pregunta de la sistematización del problema, al plan de marketing basado en las 4p para el de desarrollo de estrategias, incrementar las ventas y posicionar la empresa.

Las preguntas realizadas en las encuestas fueron de gran aporte para el desarrollo del plan de marketing, preguntas sobre el producto y servicio que la empresa Automagar brindará, aportando a la producción y que tipos de puertas se deben elaborar al mes, referente al servicio ayudó a plantear las estrategias para la venta del servicio técnico, ya que la mayor parte de las personas encuestadas coincidieron que solo acuden al servicio cuando tienen algún tipo de problema con el automatismo o la puerta, por tal motivo se desarrollaran estrategias para que el servicio técnico tenga más acogida en el mercado.

Con las preguntas realizadas también se pudo obtener información sobre la forma de pago a la que el cliente accederá en este tipo de transacción, como respuesta seleccionaron el pago en efectivo, dentro del plan de marketing se determinaran estrategias como precios de introducción, precios relativamente bajos a comparación de la competencia, y facilidad de pago realizando dos pagos al momento de hacer el negocio y una vez realizado el trabajo.

Se puede concluir que en base al estudio de mercado realizado se obtuvo información certera sobre los gustos y preferencias de posibles clientes, y de la competencia considerada como directa e indirecta, que sectores son los que necesitan más del producto y/o servicio, se identificó las estrategias para el posicionamiento en el mercado, los medios que son de mayor preferencia de las personas para hacer uso de ellos con publicidad e información, promociones para introducción al mercado.

CAPÍTULO IV

PROPUESTA

4.1. Plan de Negocio

4.1.1. Justificación

Como se ha venido indicando que debido a que son pocas las empresas que se dedican a este tipo de actividad de automatización de puertas para garajes, se ha producido un incremento el negocio informal, de personas que ofrecen el producto y servicios por medio de redes sociales, o páginas web; generando gran inquietud en las personas sobre la calidad del producto o servicio que pueda recibir y el respaldo de que este tipo de negocio le pueda ofrecer.

4.1.2. Descripción de la Empresa

Empresa cuya actividad será la venta de motores, elaboración y venta de puertas para garaje, instalación y mantenimiento con el fin de servir a la sociedad, brindar calidad, seguridad, y comodidad; el motivo de la formalización del negocio, es que el cliente tenga atención inmediata donde pueda acudir e informarse sobre qué productos le conviene según sus gustos y preferencias, adquirir productos de calidad, ofrecer facilidades de pagos, brindarle un mejor servicio de asistencia técnica que satisfaga las expectativas del cliente.

4.1.3. Nombre de la Empresa

Automatización para puertas de garaje AUTOMAGAR, venta de motores y puertas para garajes, instalación y mantenimiento.

4.1.4. Clasificación de la Empresa

Pertenece al sector terciario, empresa de tipo comercial, que se constituirá bajo normativa de sociedad anónima por los beneficios que se obtienen, como el número de socios y capital requerido.

4.1.5. Misión

Comercializar motores y puertas para garajes, productos de alta calidad, con soporte técnico por personal capacitado, garantizado un excelente servicio, generando satisfacción y bienestar.

4.1.6. Visión

Ser una empresa reconocida a nivel nacional en brindar soluciones de automatización en puertas para garajes, mejorando la calidad de vida de nuestros clientes; respondiendo a sus requerimientos, innovando la tecnología y calidad de nuestros productos, potencializando el desarrollo de la empresa.

4.1.7. Objetivos

- Crear valor en el cliente a través de la calidad de nuestros productos y servicios.

- Fortalecer el posicionamiento en el mercado de automatización para puertas de garajes.
- Mantener la lealtad de los clientes realizando las actividades con profesionalismo.
- Brindar atención personalizada por personal capacitado que atienda los requerimientos del cliente.

4.1.8. Ventajas Comparativas

Se ofrece asistencia técnica personalizada e inmediata al momento que el cliente se acerca a las instalaciones, servicio post venta, y ventas en línea por medio de la página web y redes sociales que maneja la empresa.

4.2. Plan de Marketing

4.2.1. Segmento de Mercado

El presente proyecto va dirigido a las personas que habitan en el norte de la ciudad de Guayaquil, cuyas casas tengan garaje, ya sea que cuenten con puertas manuales o automáticas. En el caso que tenga puerta manual se ofrecerá la venta del motor, quedando a criterio del cliente si desea cambiar la puerta o adaptar el motor a la puerta que posee, y el servicio de asistencia técnica, o en el caso que tenga puerta automática se ofrecerá el servicio de mantenimiento preventivo o correctivo según corresponda.

4.2.2. Cuota de Mercado

Para la estimación de la cuota de mercado se tomó como base los últimos datos financieros obtenidos de la página de la Superintendencia de compañías, siendo estos del año 2015, de las empresas competidoras y datos obtenidos de páginas web para la estimación de los particulares, que se detallan a continuación.

Tabla 4 *Participación de mercado empresas competidoras y particulares*

EMPRESAS/PARTICULARES	VENTAS 2015	CUOTA/MERCADO
AC-ACTIVA	315.066,67	73.71%
METALMAN	8.907,97	2.08%
PUERTAS GUALE	8.200,00	1.92%
PARTICULARES	80.500,00	18.83%
Sr. TOALA	14.742,57	3.45%
TOTAL	427.417,21	100%

Fuente: www.supercias.gob.ec

Elaboración: Las autoras

A continuación se detalla en la figura 15 la gráfica representativa a la cuota de mercado, en la cual se puede observar que la empresa AC-ACTIVA cubre en mayor proporción el mercado de automatismos para puertas de garaje, siendo una de las empresas con mayor ventas anuales, se ubica en primer lugar como empresa competidora. La cuota de mercado que cubre el Sr. Toala es del 3%, con las estrategias planteadas se busca posicionar la empresa y cubrir mayor proporción del mercado.

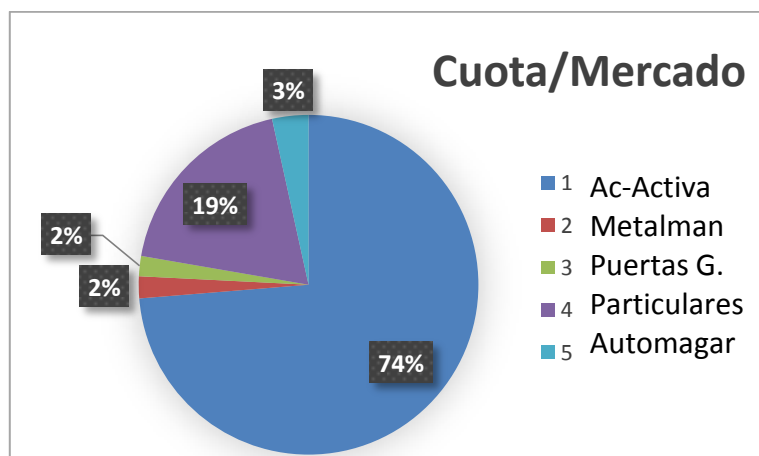


Figura 15 Cuota de mercado
Elaboración: Las autoras

4.2.3. Competidores

Tabla 5 Información de la competencia

 <p>www.metalman.com.ec</p> <p>Dirección: Km. 5.5 Via Daule, Mapasingue Este Calle 5ta. Mz. 3 Solar 2 Coop. 13 de Junio a 100 mts, Entrando por IPAC</p> <p>Teléfono: 200 4329 - 200 3993 200 3809 - 200 4939</p>	 <p>www.ac-activa.com</p> <p>Dirección: Carchi entre Padre Solano y Luis Vernaza Lasarte</p> <p>Teléfono: 228 2050 0987530152 - 0996538317 - 0991102811</p> <p>e-mail:</p>	 <p>No tiene página web</p> <p>Dirección: Coop. Pueblo y Su Reino Mz.1870 S.14 A 2 cuadras del Mercado San Jacinto, cooperativa Juan Montalvo.</p> <p>Teléfono: 2186474 - 2188478 0999436028</p>
---	---	--

<p>Fax: 200 3993</p> <p>e-mail:</p> <p>ventas@metalman.com.ec</p> <p>contabilidad@metalman.com.ec</p> <p>gerencia@metalman.com.ec</p>	<p>ventas@ac-activa.com</p> <p>info@ac-activa.com</p>	<p>e-mail:</p> <p>juan-puertasmetalicas@hotmail.es</p>
---	---	--

Fuente: www.google.com.ec

Elaboración: Las autoras

METALMAN

Fabricación y distribución de: puertas metálicas enrollables, de acordeón, perchas metálicas y puertas de garaje a control remoto, aluminio y vidrio, ventanas, puertas corredizas, mamparas, vitrinas, andamios, divisiones y puertas de baño.

Distribuidor de la marca italiana RIB, para la automatización del manejo de puertas.

Accesorios para puertas enrollables, abatibles, seccionales y corredizas.

AC-ACTIVA

Distribuidor de las marcas más reconocidas a nivel mundial, para la automatización de: puertas enrollables, puertas abatibles, puertas seccionales, puertas corredizas, puertas de aluminio y vidrio.

Controles de acceso vehicular – control de tráfico
 Controles de acceso personal.

PUERTAS GUALE

Fabricación de todo tipo de puertas de garaje manual, eléctricas, automáticas enrollables, acordeón, corredizas abatibles y de seguridad americanas, mantenimiento de puertas de garaje y motores, accesorios: resortes control remoto.

Comparación de precios referente a la competencia, motores, puertas para garaje, mantenimiento e instalación.

Tabla 6 Precios de las puertas de la competencia

PRECIOS DE PUERTAS		
DESCRIPCIÓN	METALMAN	PUERTAS GUALE
Puerta de garaje corrediza	\$ 1.724,00	\$ 765,00
Puerta de garaje abatible	\$ 1.152,00	\$ 710,00
Puerta de garaje basculante	\$ 1.152,00	\$ 1.115,00
Puerta de garaje seccional	\$ 1.432,00	\$ 1.450,00
Nota: Los precios varían según el material y diseño.		

Elaboración: Las autoras

Tabla 7 Precios de los motores de la competencia

PRECIOS DE MOTORES PARA PUERTAS DE GARAJE		
DESCRIPCIÓN	METALMAN	PUERTAS GUALE
Motor para puerta abatible	\$ 300,00	\$ 230,00
Motor para puerta corrediza	\$ 300,00	\$ 230,00

Motor para puerta seccional	\$ 300,00	\$ 230,00
Motor para puerta basculante	\$ 300,00	\$ 230,00

Elaboración: Las autoras

Tabla 8 Precios de la instalación de motores y puertas de la competencia

PRECIOS DE INSTALACIÓN				
TIPO	METALMAN		PUERTAS GUALE	
	Motor	Puerta	Motor	Puerta
Garaje tipo abatible	\$ 80,00	\$ 110,00	\$ 80,00	\$ 108,00
Garaje tipo corredizo	\$ 80,00	\$ 120,00	\$ 80,00	\$ 115,00
Garaje tipo seccional	\$ 80,00	\$ 180,00	\$ 80,00	\$ 175,00
Garaje tipo basculante	\$ 80,00	\$ 125,00	\$ 80,00	\$ 120,00

Elaboración: Las autoras

Tabla 9 Precios del mantenimiento preventivo de la competencia

PRECIOS DE MANTENIMIENTO PREVENTIVO		
CADA 6 MESES (motor y puerta)	METALMAN	PUERTAS GUALE
	Motor y Puerta	Motor y Puerta
Garaje tipo abatible	\$ 60,00	\$ 60,00
Garaje tipo corredizo	\$ 60,00	\$ 60,00
Garaje tipo seccional	\$ 60,00	\$ 60,00
Garaje tipo basculante	\$ 60,00	\$ 60,00
Nota: Dentro del mantenimiento preventivo del motor está incluido el mantenimiento de la puerta		

Elaboración: Las autoras

Para realizar las tablas de los precios de la competencia se realizaron cotizaciones que se pueden visualizar en anexos (ver anexo 8).

4.2.4. Matriz F.O.D.A.

Tabla 10 Matriz F.O.D.A.

Matriz F.O.D.A.	
Fortalezas	Debilidades
Empresa nueva en zona comercial ubicación estratégica	Cartera con pocos clientes
Venta de Marcas reconocidas a nivel nacional e internacional	Desconocimiento de proveedores con mejores precios en el mercado
Ofrecimiento de servicio personalizado garantizado con personal capacitado	La captación de mercado tomara tiempo por ser una empresa nueva
Oportunidades	Amenazas
No existe competencia en la ubicación del negocio	Expansión de pequeños productores (sector informal)
Mercado objetivo en crecimiento	Crisis económica que enfrenta el país
Son pocas las empresas que operan en esta actividad, hay más opción de captación	Cambios en la economía nacional, aumento de impuestos para equipos importados y materia prima

Elaboración: Las autoras

Tabla 11 Estrategias D.A.F.O.

Estrategias D.A.F.O.	Fortalezas	Debilidades
O p o r t u n i d a d e s	F1-O3 pocas empresas dedicadas a esta actividad se opta por buscar una ubicación estratégica para así dar a conocer la empresa.	D3-O1 persuadir a los posibles clientes con publicidad y promociones ya que no existe competencia en la zona de ubicación.
	F2-O2 Incrementar las ventas por medio de promociones en los productos que son conocidos en el mercado y de gran aceptación para clientes nuevos.	
A m e n a z a s	F3-A1 a diferencia del sector informal, la empresa ofrece trabajos personalizados a gusto del cliente con garantía por un año sin costo dentro de los lineamientos de la empresa para preferencia de los clientes.	D2-A3 Buscar proveedores que permitan negociar a un porcentaje menor debido a la alza de impuestos que este tipo de productos implica.
		D1-A2 Aumentar la cartera de cliente dando facilidad de pago al cliente.

Elaboración: Las autoras

Para realizar la matriz EFI se asignan valores según la importancia 0.0 (no importante) a 0.1 (importante), la calificación es de 1 a 4 siendo 1 (debilidad mayor), 2 (debilidad menor), 3 (fuerza menor) y 4 (fuerza mayor).

En la matriz EFE se asignan valores según la importancia 0.0 (no importante) a 0.1 (importante), la calificación es de 1 a 4, siendo 1 una calificación mala y 4 una calificación buena, para indicar si las estrategias de la empresa responden con eficacia.

Tabla 12 *Matriz EFI*

Matriz EFI			
Factores claves para el éxito	Importancia	Calificación	Resultado Ponderado
Fortalezas			
Empresa nueva en zona comercial ubicación estratégica	0,30	4	1,2
Venta de Marcas reconocidas a nivel nacional e internacional	0,09	3	0,27
Ofrecimiento de servicio personalizado garantizado con personal capacitado	0,16	4	0,64
Debilidades			
Cartera con pocos clientes	0,15	2	0,3
Desconocimiento de proveedores con mejores precios en el mercado	0,10	2	0,2
La captación de mercado tomara tiempo por ser una empresa nueva	0,20	1	0,2
TOTAL	1		2,81

Elaboración: Las autoras

Tabla 13 *Matriz EFE*

Matriz EFE			
Factores claves para el éxito	Importancia	Calificación	Resultado Ponderado
Oportunidades			
No existe competencia en la ubicación del negocio	0,28	4	1,12

Mercado objetivo en crecimiento	0,14	2	0,28
Son pocas las empresas que operan en esta actividad, hay más opción de captación	0,18	3	0,54
Amenazas			
Expansión de pequeños productores (sector informal)	0,12	1	0,12
Crisis económica que enfrenta el país	0,13	2	0,26
Cambios en la economía nacional, aumento de impuestos para equipos importados y materia prima	0,15	3	0,45
TOTAL	1		2,77

Elaboración: Las autoras

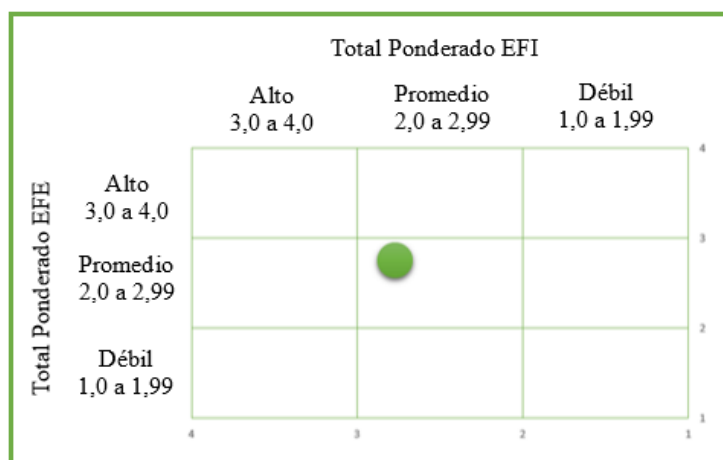


Figura 16 Ponderación EFI - EFE

Elaboración: Las autoras

Al graficar los resultados ponderados de la matriz EFI 2,81 y EFE 2,77 se pueden observar en la (figura 15) que la ponderación se ubica en un nivel promedio indicando la posición de las fortalezas de la empresa, aprovechar las oportunidades y evitar las amenazas.

4.2.5. Descripción del Producto y Servicio

Tabla 14 Descripción de los motores

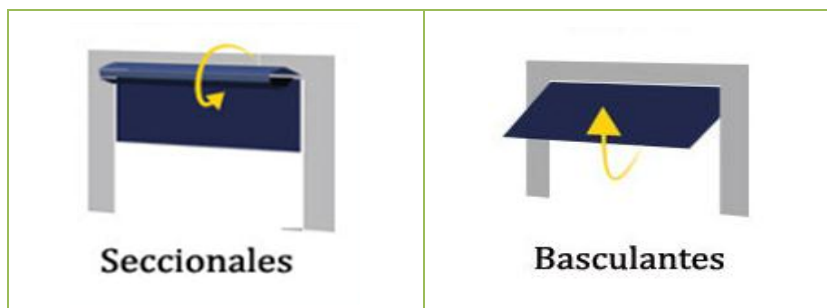
MOTORES PARA PUERTAS DE GARAJE		
MARCAS	TIPO	DESCRIPCIÓN
 <p>CHAMBERLAIN LiftMaster PROFESSIONAL 1/2HP</p>	<p>Puertas corredizas, abatibles, basculante, seccionales accesorios</p>	<p>Motor de garaje de 1/2 HP Operador con manejo por cadena. Abre una puerta de hasta 5 metros (16 pies) de ancho, acepta hasta 54 controles remotos de código rotante o hasta 64 controles remotos de código billón. Cronómetro de cierre integrado (requiere uso de la fotocelda modelo 770E). Control remoto frecuencia 315 Mhz. Procedencia Americana.</p>
 <p>CRAFTSMAN 1/2HP</p>	<p>Puertas corredizas, abatibles, basculante, seccionales accesorios</p>	<p>Motor de Garaje de 1/2 HP Transmisión de cadena, voltaje de la bombilla: 75 vatios, tipo de controlador de pared, timbre iluminado. Entrada a control remoto 2 controles remotos incluidos. Sensor de seguridad con contacto y sin contacto. Procedencia Americana.</p>

Fuente: www.google.com.ec

Elaboración: Las autoras


Tabla 15 Tipos de puertas





Elaboración: Las autoras

Tabla 16 Descripción del servicio

SERVICIOS	
SERVICIO TÉCNICO	DESCRIPCIÓN
	<p>Brindar Servicio de Asistencia Técnica de manera inmediata con personal capacitado para solucionar problemas que se presenten día a día.</p> <p>Se realizan mantenimientos preventivos y correctivos dependiendo la necesidad del motor.</p>
MANTENIMIENTO	DESCRIPCIÓN
PREVENTIVO	<p>Motor: Se realiza cada seis meses y consiste en:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Cambio de pernos y tuercas de la base del motor y del mecanismo del motor - Cambio de seguros de cadena en el motor - Engrasar la caja reductora o engranaje del motor - Lubricación de cadenas y riel - Limpieza de los componentes electrónicos del motor. <p>El tiempo es de 1 hora.</p> <p>Puerta: Cada seis meses junto con el motor, consiste en limpieza y lubricación de las partes mecánicas de la puerta.</p> <p>El tiempo es de 30 minutos.</p>
CORRECTIVO	<p>Motor y Puerta</p> <p>El mantenimiento se realizará cuando el motor o la puerta presente algún tipo de falla que no esté programado dentro del mantenimiento preventivo.</p> <p>El tiempo de la reparación será dependiendo del daño.</p>

Elaboración: Las autoras

4.2.6. Marca, Logotipo



Figura 17 Logotipo de la empresa

Elaboración: Las autoras

4.2.7. Medios Publicitarios

Cuadro de medios publicitarios como página web, páginas publicitarias y redes sociales con los respectivos precios mensuales.

Tabla 17 Descripción de la publicidad

Medios	Costo por Mes	Descripción
Olx	\$ 15,00	Aviso destacado por 30 días consecutivos en página principal
Facebook	\$ 45,00	Segmentación amplia, promoción llega a más personas que le interesan
Mercado libre	\$ 20,00	Productos y servicios: Exposición en la página principal, ubicación en listado superior, libre de publicidad
Clasificados	gratis	Productos, servicios, compra, venta, alquiler, entre otros.
Instagram	gratis	La publicidad se realiza por medio de la página de Facebook
Wix página web	\$ 17,00	Página web para la empresa da acceso a tienda online

Elaboración: Las autoras

4.2.8. Promociones de venta, Instalación y Mantenimiento

Las promociones a ofrecer son las siguientes:

- Por la compra de un motor se entregaran 2 controles y el 5% de descuento en el valor de la instalación.
- Por la compra e instalación de puerta (corrediza, basculante, seccional o abatible) y motor recibe el primer mantenimiento gratis.
- Cupones de descuento hasta el 5% a partir del segundo mantenimiento.

4.2.9. Plan de introducción al mercado

Creación de una página en redes sociales como Facebook e Instagram vinculadas permitirán difundir campañas de promociones por introducción al mercado de la empresa Automagar como:

- Al llegar a los 10.000 seguidores en Instagram se sorteara un motor (Liftmaster o Craftsman).
- La persona que más veces comparta la imagen publicitaria en la página de Facebook de la empresa ganara una instalación de motor o mantenimiento sin costo.

4.2.10. Canal de Distribución

El canal de distribución a usar será directo, las ventas se realizaran cara a cara con el cliente, sin intermediarios, es una forma de ganar ventaja al momento de realizar las ventas, este método permite negociar la venta con una baja probabilidad de perderla.

4.2.11. Estrategia de Precio

La estrategia a utilizar para la introducción al mercado como empresa nueva en este tipo de actividad es la estrategia de *precios de penetración*, es una estrategia rápida y eficaz, que consiste en fijar precios bajos a diferencia de la competencia, permitiendo captar más clientes, el elevado número de ventas equilibra los costos de producción.

4.2.12. Políticas de Precio

Las políticas de precios de la empresa Automagar para los clientes que adquieran puerta, motor e instalación son las siguientes:

- Facilidad de pago cancela el 60% del valor total al momento de cerrar la venta y el 40% finalizado el trabajo de instalación.
- Recibe el 5% de descuento por cancelar el valor total al momento de cerrar la venta.

4.2.13. Fijación de Precio

Para la fijación de precio se tomó en cuenta los costos fijos y variables, que la empresa tiene que cubrir por cada puerta y por cada tipo de puerta que se fabrique, fijando una rentabilidad del 50% para puertas (corredizas, abatibles y seccionales) y el 40% para la puerta basculante de utilidad sobre el total de costos. Y para la comercialización de motores el 40% para la marca Liftmaster, y el 44% para la marca Craftman, esta información se puede observar en el plan financiero.

Fijando precios relativamente bajos en comparación a la competencia que se pueden observar a partir de la tabla 5.

4.3. Plan de Producción

4.3.1. Listado secuencial de todas las actividades

Para la fabricación de los cuatro tipos de puertas que realiza la empresa Automagar, requiere de los siguientes procesos:

Tabla 18 tiempo y procesos para la elaboración de las puertas

Actividad	Tiempo
Corte de marco	1 hora
Diseño o doblado	2 horas
Armar el marco	1 hora
Fondo para arreglar fallas o maquillada	3 horas
Pulida	2 horas
Pintada	1 hora
Total de horas	10 horas

Elaboración: Las autoras

4.3.2. Diagrama de Flujo

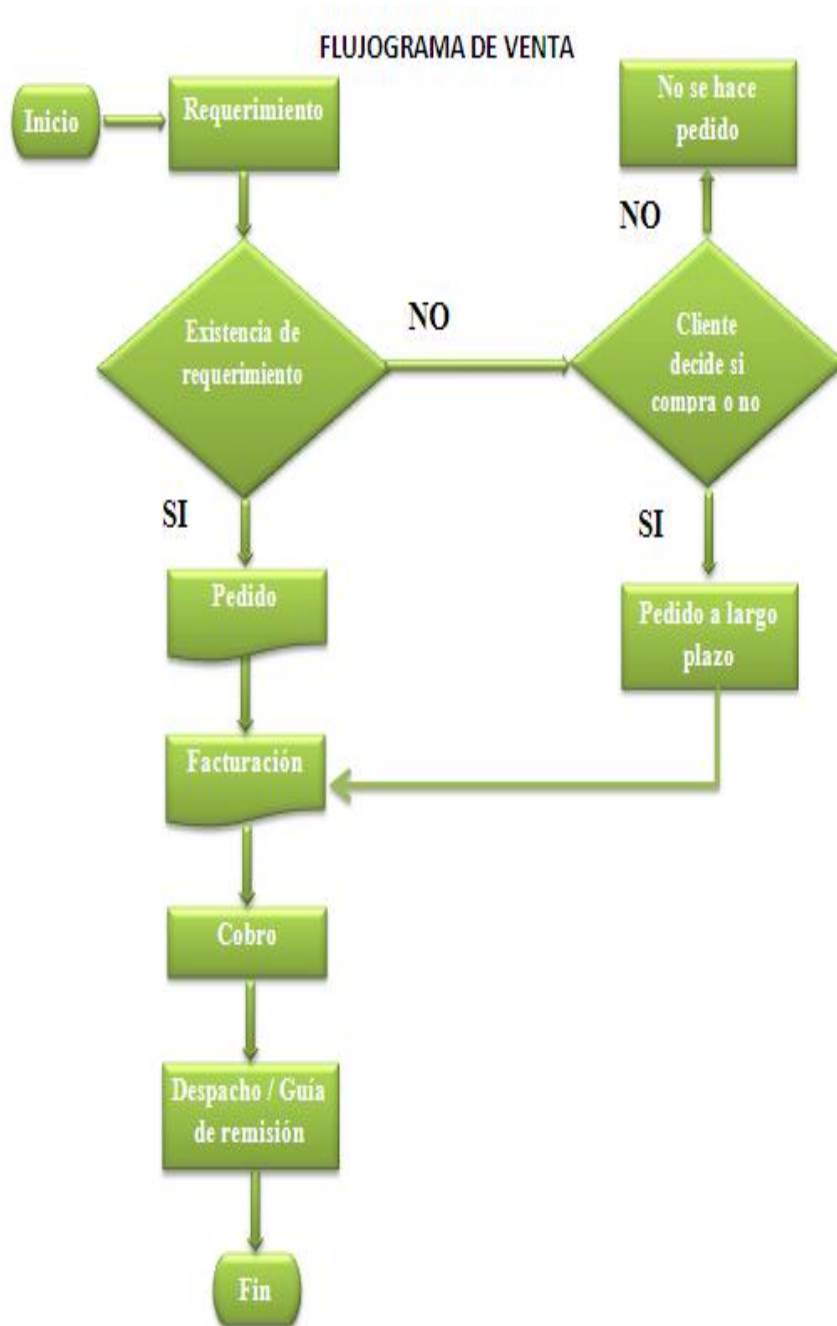


Figura 18 Flujograma de venta

Elaboración: Las autoras

FLUJOGRAMA DE SERVICIO

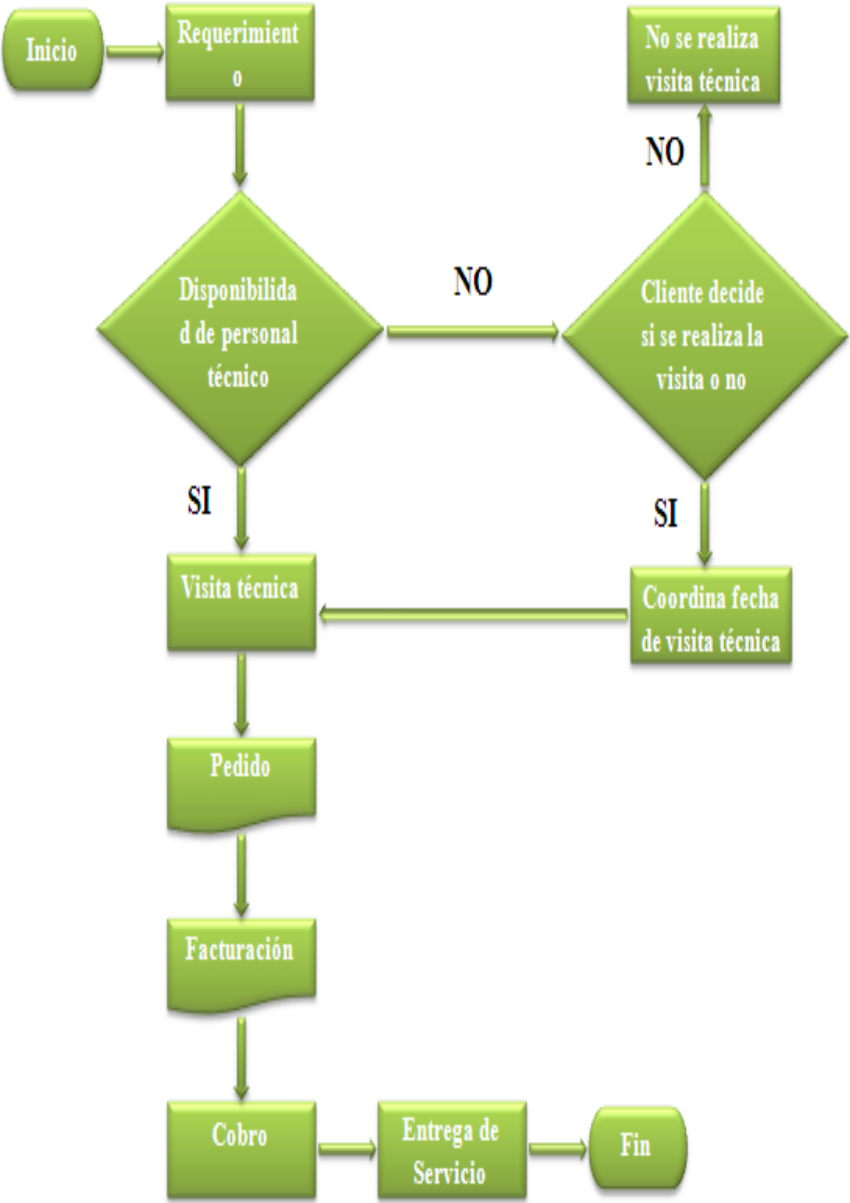


Figura 19 Flujoograma de servicio

Elaboración: Las autoras

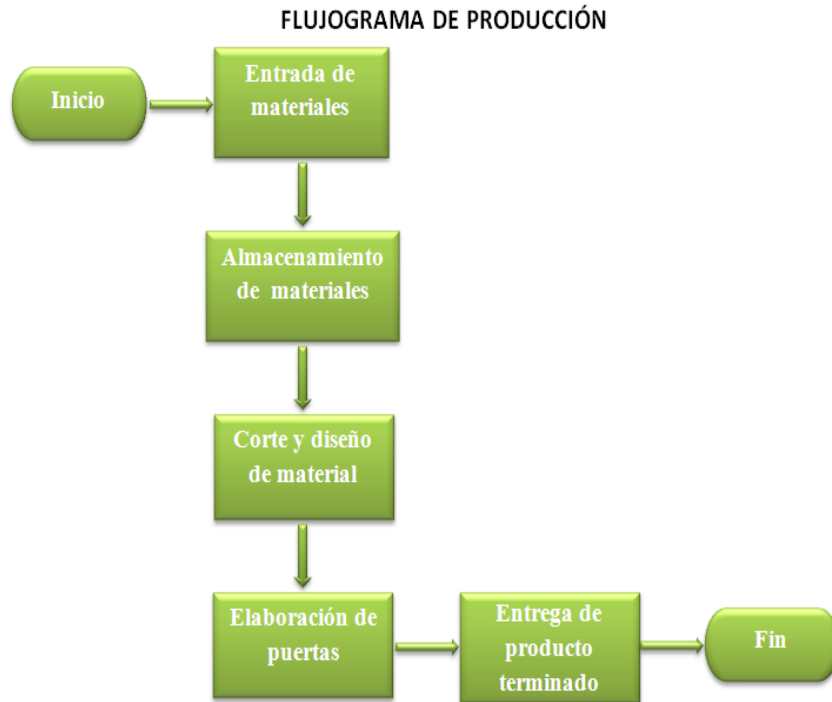


Figura 20 Flujograma de producción

Elaboración: Las autoras

4.3.3. Listado del Equipo, Herramientas e Instalación

Tabla 19 Maquinaria para la elaboración de puertas

Maquinaria y Equipos	Periodo de mantenimiento
Soldadora	Una vez al año
Dobladora de plancha	Una vez al año
Compresor	Cada seis meses
Amoladora	Cada seis meses
Taladro de mano	Cada seis meses
Taladro de pedestal	Cada seis meses
Prensa de banco	Una vez al año
Tronzadora	Una vez al año
Cizalla (Cortadora de varilla)	Una vez al año

Elaboración: Las autoras

4.3.4. Materia Prima

Tabla 20 Materiales para la elaboración de las puertas

Puertas	Materia Prima
Corrediza	tubo cuadrado 40x40mm x 2mm, hierro negro plancha estamp 0,90 mm, hierro negro rodamientos tipo aéreo (superior) correa 80mm x 40mm x 2mm espesor ángulos de 1.5 " x 1/8mm
Abatible	tubo cuadrado 40x40mm x 2mm, hierro negro plancha estamp 0,90 mm, hierro negro bisagras torneadas soldadura KLG ángulos de 1.5 " x 1/8mm
Basculante	tubo cuadrado 40x40mm x 2mm, hierro negro tubo cuadrado 100x100mm x 2mm, hierro negro sistema de brazo, L y R resortes para sistema basculante, hierro templado, americano plancha estamp 0,90 mm, hierro negro ángulos de 1.5 " x 1/8mm
Seccional	herraje americano (rieles, resorte, bisagra, poleas rodamientos, pernos, cable de acero) kit resortes, L y R, hierro templado planchas 0,90 mm, hierro negro ángulos de 1.5 " x 1/8mm tubo rectangular 40mm x 20mm x 2mm grosor, hierro negro tubo redondo 2" x 2mm, galvanizado
	pintura anticorrosivo Gln soldadura (5klg)

Elaboración: Las autoras

En la tabla 18 se detallan los materiales que se utilizan para la fabricación de las puertas, en los anexos (ver anexo 9) se podrá observar los valores de los materiales.

4.3.5. Proveedores

- Motores y accesorios



Figura 21 Proveedores de motores y accesorios

Elaboración: Las autoras

Los motores y accesorios son adquiridos en las empresas PFC accesos automáticos del ecuador, y en Reital representaciones italianas compañía limitada.

- Materiales de cerrajería



Figura 22 Proveedores de materiales para cerrajería

Elaboración: Las autoras

Los materiales para elaborar las puertas son adquiridos en Mega Hierro, Comisariato del Constructor, Multimetales y en DIPAC.

4.4. Plan Organizacional

4.4.1. Organigrama

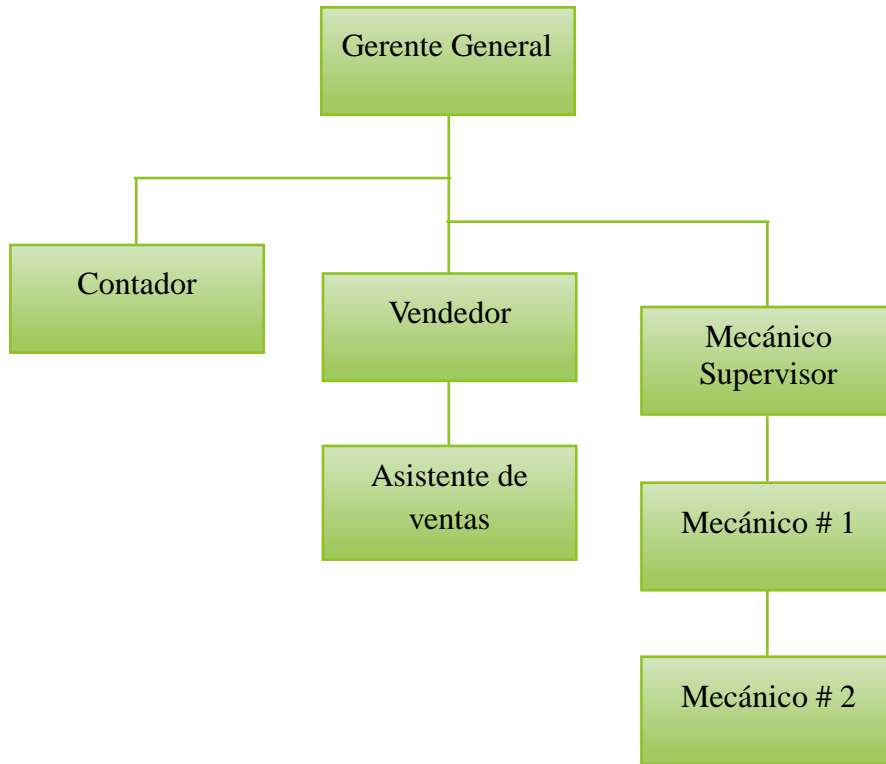


Figura 23 Organigrama

Elaboración: Las autoras

4.4.2. Funciones Específicas por Puesto

- **Gerente Propietario.** Persona que dirige las operaciones de Automagar.
- **Mecánico 1.** Será quien realice las reparaciones, instalaciones y mantenimiento (preventivos y correctivos).

- **Mecánico 2.** Se encargara de la fabricación de las puertas, verificación del stock de repuestos e inventarios y brinda soporte al mecánico 1.
- **Mecánico 3.** Se encarga de la fabricación de las puertas, brinda soporte al mecánico 1 y al mecánico 2.
- **Vendedor.** Será el encargado de las ventas que se realicen día a día quien trabajara en conjunto con el gerente de la empresa.
- **Asistente de ventas.** Recapta llamadas, pedidos de los clientes y brinda soporte al vendedor.
- **Contador.** Sera quien lleve el control de caja y contabilidad se encargara de los aspectos tributarios, como declaraciones de IVA, impuesto a la renta, retenciones y demás regulaciones exigidas por el Estado.

4.4.3. Administración de Sueldos y Salarios

Para los colaboradores del área administrativa y fabricación se han asignado sueldos y salarios de acuerdo a las labores que desempeñan, más los beneficios sociales (afiliación a la seguridad social IESS, decimotercera remuneración, decimocuarta remuneración, vacaciones, fondos de reserva, utilidades).

Los valores pueden ser observados en el plan financiero en la nómina salarial.

4.5. Plan Financiero

4.5.1. Composición Accionaria

El aporte y participación de la composición accionaria en capital y en especies se detalla en la tabla 20, se puede observar que se cuenta con tres accionistas, el accionista 1 aporta el 25% del capital, el accionista 2 aporta el 35% del capital, y el accionista 3 realiza el aporte en herramientas de trabajo que representa el 40% de la composición accionaria.

Tabla 21 *Aporte de capital*

APORTE DE CAPITAL EN NUMERARIO			
INVERSIÓN INICIAL: POR APORTES DE CAPITAL Y APORTES DE CAPITAL EN ESPECIES			
No.	APORTES DE CAPITAL ACCIONISTAS	CAPITAL APORTADO	% ACCIONARIO
1	ACCIONISTA 1	\$ 10.500,00	25%
2	ACCIONISTA 2	\$ 14.823,00	35%
	TOTAL DEL CAPITAL PROPIO	\$ 25.323,00	
APORTES DE CAPITAL EN ESPECIES			
3	ACCIONISTA 3	\$ 17.100,00	40%
	TOTAL DE CAPITAL EN ESPECIES	\$ 42.423,00	100%

Elaboración: Las autoras

Detalle del aporte accionario en especies del accionista 3 que cuenta con un vehículo y herramientas para la elaboración de las puertas.

Tabla 22 Aporte en especies

APORTE DE CAPITAL EN ESPECIES			
ACTIVOS APORTADOS POR ACCIONISTA 3			
CANTIDAD	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL (CAPITAL APORTADO)
	VEHÍCULOS		\$ 12.000,00
1	CAMIONETA Chevrolet (usada)	\$ 12.000,00	
	MAQUINARIAS Y EQUIPOS		\$ 5.100,00
1	SOLDADORA	\$ 700,00	
1	DOBLADORA DE PLANCHA	\$ 3.000,00	
1	COMPRESOR	\$ 250,00	
1	AMOLADORA	\$ 290,00	
1	TALADRO DE MANO	\$ 150,00	
1	TALADRO DE PEDESTAL	\$ 300,00	
1	PRENSA DE BANCO	\$ 80,00	
1	TRONZADORA	\$ 250,00	
1	CIZALLA (Cortadora de varilla)	\$ 80,00	
	TOTAL		\$ 17.100,00

Elaboración: Las autoras

4.5.2. Inversión Inicial

En la siguiente tabla se detalla la inversión en activos para adecuar los puestos de trabajos, y gastos para la puesta en marcha de la empresa.

Tabla 23 Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
DETALLE	VALOR
EFFECTIVO EQUIVALENTES (capital propio)	\$ 25.323,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ (1.770,00)
EQUIPOS DE OFICINA	\$ (2.540,00)
EQUIPOS VARIOS	\$ (868,40)
GASTOS PREOPERATIVOS	\$ (1.600,00)
SALDO INICIAL EFFECTIVO (capital de trabajo)	\$ 18.544,60

Elaboración: Las autoras

4.5.3. Tabla de Depreciación de Activos Fijos

Tabla 24 Depreciación de activos

GASTOS DE DEPRECIACIÓN -TABLA DE DEPRECIACION ÀREA ADMININSTRATIVA					
DESCRIPCION DEL ACTIVO	VALOR /ACTIVO	% DEP	VIDA UTIL	DEP MENSUAL	DEP ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.770,00	10%	10	14,75	177,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 2.540,00	33,33%	3	70,56	846,67
EQUIPOS VARIOS	\$ 868,40	10%	10	7,24	86,84
VEHÍCULOS	\$ 12.000,00	20%	5	200,00	2.400,00
TOTAL AREA ADMINISTRATIVA	\$ 17.178,40				
GASTOS DE DEPRECIACIÓN -TABLA DE DEPRECIACION AREA DE FABRICACIÓN					
MAQUINARIAS Y EQUIPOS	\$ 5.100,00	10%	10	42,50	510,00
TOTAL AREA FABRICACION	\$ 5.100,00				
TOTAL	\$ 39.456,80			335,04	4.020,51

Elaboración: Las autoras

4.5.4. Presupuesto de Costos y Gastos

La tabla 24 muestra los costos de producción fijos y variables del primer mes necesarios para fabricar los cuatro tipos de puertas que se van a producir, para así poder fijar precios y márgenes de ganancia.

Tabla 25 Costo de producción puerta corrediza

COSTO DE PRODUCCION		
PUERTA CORREDIZA (2)	POR PUERTA	MENSUAL
<i>COSTOS VARIABLES</i>	<i>COSTO UNIT</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
4 TUBO CUADRADO 40X40MM X 2MM, HIERRO NEGRO	\$ 48,12	\$ 96,24
4 PLANCHA ESTAMP 0,90 MM, HIERRO NEGRO	\$ 103,72	\$ 207,44
2 RODAMIENTOS TIPO AÉREO (SUPERIOR)	\$ 11,10	\$ 22,20
1 CORREA 80MM X 40MM X 2MM ESPESOR	\$ 9,74	\$ 19,48
1 ÁNGULOS DE 1.5 " X 1/8MM	\$ 9,98	\$ 19,96
PINTURA ANTICORROSIVO GLN	\$ 15,11	\$ 30,22
SOLDADURA	\$ 15,94	\$ 31,88
MANO DE OBRA MECÁNICO 1	\$ 25,00	\$ 50,00
MANO DE OBRA MECÁNICO 2	\$ 25,00	\$ 50,00
<i>TOTAL COSTOS VARIABLES</i>	\$ 263,71	\$ 527,42
<i>COSTOS FIJOS</i>	<i>COSTO UNIT</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
GASTOS DE OPERACIÓN (30%)	\$ 131,37	\$ 262,74
<i>TOTAL COSTOS FIJOS</i>	\$ 131,37	\$ 262,74
<i>COSTOS TOTALES</i>	\$ 395,08	\$ 790,16
PRECIO DE VENTA (50%)	\$ 592,62	\$ 1.185,24

. **Elaboración:** Las autoras

Tabla 26 Costo de producción puerta abatible

PUERTA ABATIBLE (2)	POR PUERTA	MENSUAL
<i>COSTOS VARIABLES</i>	<i>COSTO UNIT</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
5 TUBO CUADRADO 40X40MM X 2MM, HIERRO NEGRO	\$ 60,15	\$ 120,30
4 PLANCHA ESTAMP 0,90 MM, HIERRO NEGRO	\$ 103,72	\$ 207,44
4 VISAGRAS TORNEADAS	\$ 2,92	\$ 5,84
2 SOLDADURA KLG	\$ 30,26	\$ 60,52
2 ANGULOS DE 1.5 " X 1/8MM	\$ 19,96	\$ 39,92
PINTURA ANTICORROSIVO GLN	\$ 15,11	\$ 30,22
SOLDADURA	\$ 15,94	\$ 31,88
MANO DE OBRA MECANICO 1	\$ 25,00	\$ 50,00
MANO DE OBRA MECANICO 2	\$ 25,00	\$ 50,00
<i>TOTAL COSTOS VARIABLES</i>	<i>\$ 298,06</i>	<i>\$ 596,12</i>
<i>COSTOS FIJOS</i>	<i>COSTO UNIT</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
GASTOS DE OPERACIÓN (30%)	\$ 131,37	\$ 262,74
<i>TOTAL COSTOS FIJOS</i>	<i>\$ 131,37</i>	<i>\$ 262,74</i>
<i>COSTOS TOTALES</i>	<i>\$ 429,43</i>	<i>\$ 858,86</i>
PRECIO DE VENTA (50%)	\$ 644,15	\$ 1.288,29

Elaboración: Las autoras

Como se demuestra en las tablas para cada tipo de puerta que se va a elaborar se necesitan diferentes cantidades y materiales, por tal motivo el costo de la mano de obra varia para los modelos basculante y seccionales por requerir más dificultad en la elaboración.

Tabla 27 Costo de producción puerta basculante

PUERTA BASCULANTE (2)	POR PUERTA	MENSUAL
<i>COSTOS VARIABLES</i>	<i>COSTO UNIT</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
4 TUBO CUADRADO 40X40MM X 2MM, HIERRO NEGRO	\$ 48,16	\$ 96,32
2 TUBO CUADRADO 100X100MM X 2MM, HIERRO NEGR	\$ 59,40	\$ 118,80
1 SISTEMA DE BRAZO, L Y R	\$ 44,00	\$ 88,00
2 RESORTES PARA SISTEMA BASCULANTE, HIERRO TEMPLADO AMERICANO	\$ 142,00	\$ 284,00
4 PLANCHA ESTAMP 0,90 MM, HIERRO NEGRO	\$ 103,68	\$ 207,36
1 ANGULOS DE 1.5 " X 1/8MM	\$ 10,05	\$ 20,10
PINTURA ANTICORROSIVO GLN	\$ 15,11	\$ 30,22
SOLDADURA	\$ 15,94	\$ 31,88
MANO DE OBRA MECANICO 1	\$ 30,00	\$ 60,00
MANO DE OBRA MECANICO 2	\$ 30,00	\$ 60,00
<i>TOTAL COSTOS VARIABLES</i>	\$ 498,34	\$ 996,68
<i>COSTOS FIJOS</i>	<i>COSTO UNIT</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
GASTOS DE OPERACIÓN (30%)	\$ 131,37	\$ 262,74
<i>TOTAL COSTOS FIJOS</i>	\$ 131,37	\$ 262,74
<i>COSTOS TOTALES</i>	\$ 629,71	\$ 1.259,42
PRECIO DE VENTA (50%)	\$ 944,57	\$ 1.889,13

Elaboración: Las autoras

Al mes se prevé elaborar 2 puertas (corredizas, abatibles y seccionales), y 1 puerta basculante por motivos de precios ya que representan un costo alto a diferencia de los tres tipos de puertas detallado en las tablas anteriores.

Tabla 28 Costo de producción puerta seccional

PUERTA SECCIONAL (1)	POR PUERTA	MENSUAL
<i>COSTOS VARIABLES</i>	<i>COSTO UNIT</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
1 HERRAJE AMERICANO (RIELES, RESORTE, VISAGRA, POLEAS RODAMIENTOS, PERNOS, CABLE DE ACERO) KIT	\$ 550,00	\$ 550,00
2 RESORTES, L Y R, HIERRO TEMPLADO	\$ 45,00	\$ 45,00
4 PLANCHAS 0,90 MM, HIERRO NEGRO	\$ 25,93	\$ 25,93
1 ANGULOS DE 1.5 " X 1/8MM	\$ 9,98	\$ 9,98
7 TUBO RECTANGULAR 40MM X 20MM X 2MM GROSOR, HIERRO NEGRO	\$ 9,14	\$ 9,14
1 TUBO REDONDO 2" X 2MM, GALVANIZADO	\$ 19,63	\$ 19,63
PINTURA ANTICORROSIVO GLN	\$ 15,11	\$ 15,11
SOLDADURA	\$ 15,94	\$ 15,94
MANO DE OBRA MECANICO 1	\$ 40,00	\$ 40,00
MANO DE OBRA MECANICO 2	\$ 40,00	\$ 40,00
<i>TOTAL COSTOS VARIABLES</i>	\$ 770,73	\$ 770,73
<i>COSTOS FIJOS</i>	<i>COSTO UNIT</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
GASTOS DE OPERACIÓN (30%)	\$ 131,37	\$ 131,37
<i>TOTAL COSTOS FIJOS</i>	\$ 131,37	\$ 131,37
<i>COSTOS TOTALES</i>	\$ 902,10	\$ 902,10
PRECIO DE VENTA (40%)	\$ 1.262,94	\$ 1.353,15

Elaboración: Las autoras

La puerta tipo seccional es la de mayor costo, requiere de materiales más costosos que los otros tipos de puertas, por tal motivo se considera un 40% de utilidad al precio final como estrategia de venta.

Tabla 29 Costo del motor Liftmaster

COSTO DE ADQUISICION		
<i>COSTOS MOTOR LIFTMASTER (6)</i>	<i>COSTO UNITARIO</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
PRECIO DE COSTO	\$ 178,57	\$ 1.071,42
PRECIO DE VENTA	\$ 250,00	\$ 1.500,00
<i>UTILIDAD BRUTA</i>	\$ 71,43	\$ 428,58
<i>MARGEN DE UTILIDAD BRUTA</i>	40%	40%

Elaboración: Las autoras

Tabla 30 Costo del moto Craftman

COSTO DE ADQUISICION		
<i>COSTOS MOTOR CRAFTMAN (6)</i>	<i>COSTO UNITARIO</i>	<i>COSTO TOTAL</i>
PRECIO DE COSTO	\$ 174,12	\$ 1.044,72
PRECIO DE VENTA	\$ 250,00	\$ 1.500,00
<i>UTILIDAD BRUTA</i>	\$ 75,88	\$ 455,28
<i>MARGEN DE UTILIDAD BRUTA</i>	44%	44%

Elaboración: Las autoras

La siguiente tabla detalla la proyección de los costos fijos y variables con un incremento del 2% para cada uno de los 5 años proyectados en la tabla 30.

Tabla 31 *Proyección de costos anuales*

PROYECCION DE COSTOS					
COSTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
C. VARIABLE	\$ 60.085,08	\$ 61.286,78	\$ 62.512,52	\$ 63.762,77	\$ 65.038,02
C. FIJO	\$ 11.035,11	\$ 11.255,82	\$ 11.480,93	\$ 11.710,55	\$ 11.944,76
C. TOTAL	\$ 71.120,19	\$ 72.542,60	\$ 73.993,45	\$ 75.473,32	\$ 76.982,78

Elaboración: Las autoras

Para que la empresa pueda funcionar con normalidad hay que cumplir con ciertos permisos que deben ser cancelados, considerados como gastos pre operativo que se muestran a continuación.

Tabla 32 *Gastos preoperativos*

GASTOS PREOPERATIVOS	\$ 1.600,00
GASTOS LEGALES DE CONSTITUCIÓN	\$ 1.000,00
PERMISOS MUNICIPALES, PATENTE, CERT.BENEMÉRITO CUERPO BOMBEROS	\$ 600,00

Elaboración: Las autoras

El presupuesto de gastos operacional detalla gastos administrativos, gastos de ventas que la empresa tiene que cubrir todos los meses, para desarrollar las actividades con normalidad.

Tabla 33 Presupuesto de gastos anual

PRESUPUESTO DE GASTOS ANUAL		
DESCRIPCIÓN GASTOS DE OPERACIÓN	G MENSUAL	GASTOS ANUAL
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
SUELDOS, Y BENEFICIOS SOCIALES.	\$ 3.697,68	\$ 44.372,10
GASTO DE ENERGIA ELECTRICA	\$ 200,00	\$ 2.400,00
GASTO DE AGUA POTABLE	\$ 75,00	\$ 900,00
GASTOS DE INTERNET.	\$ 50,00	\$ 600,00
GASTOS DE TELEFONO	\$ 30,00	\$ 360,00
GASTOS DE ALQUILER	\$ 800,00	\$ 9.600,00
GASTOS DE SUMINISTROS DE OFICINA Y DE LIMPIEZA	\$ 100,00	\$ 1200,00
GASTOS DE ANTENIMIENTO Y REPARACION	\$ 205,00	\$ 2460,00
PERMISOS, PATENTES Y OTROS IMPUESTOS	\$ 80,00	\$ 960,00
GASTOS DE DEPRECIACION.	\$ 335,04	\$ 4.020,51
TOTAL DE GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 5.572,72	\$ 66.872,61
GASTOS DE VENTAS		
GASTOS DE PUBLICIDAD	\$ 120,00	\$ 1.440,00
TOTAL DE GASTOS DE VENTAS	\$ 120,00	\$ 1.440,00
TOTAL DE GASTOS OPERATIVOS	\$ 5.692,72	\$ 68.312,61
CAPITAL DE OPERACIÓN (3 MESES)	\$ 17.078,15	

Elaboración: Las autoras

La tabla 33 presenta la proyección de los gastos de operación de los cuales el 30% se asignó para el costo de producción y el 70% para gastos operativos.

La proyección para los 5 años tiene un incremento del 2% para cada año a excepción de la cuenta sueldos y salarios que se toma de la nómina salarial.

Tabla 34 *Proyección de gastos anuales*

PROYECCION GASTOS					
G. OPERATIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ 47.818,82	\$ 48.775,20	\$ 49.750,71	\$ 50.745,72	\$ 51.760,63

Elaboración: Las autoras

4.5.5. Nómina Salarial y Beneficios Sociales

Tabla 35 *Remuneraciones salariales y beneficios sociales*

GASTOS ADMINISTRATIVOS: REMUNERACIONES Y BENEFICIOS AÑO 1									
REMUNERACIONES MENSUALES		BENEFICIOS SOCIALES							
CARGO	Remuneración	Aporte Patronal (11,15)	13.º Sueldo	14.º Sueldo	Vacaciones	Fondo Reserva 2.º año 8,33	Total beneficios	Remuneración y Beneficios	Total de Anual
GERENTE GENERAL	\$ 900,00	\$ 100,35	\$ -	\$ -	\$ 37,50		\$ 137,85	\$ 1.037,85	\$ 12.454,20
CONTADOR	\$ 700,00	\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 31,25	\$ 29,17		\$ 196,80	\$ 896,80	\$ 10.761,60
VENDEDOR	\$ 450,00	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 31,25	\$ 18,75		\$ 137,68	\$ 587,68	\$ 7.052,10
MECÁNICO INST.	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 31,25	\$ 18,75		\$ 149,50	\$ 649,50	\$ 7.794,00
ASISTENTE / VENTAS	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 31,25	\$ 16,67		\$ 125,85	\$ 525,85	\$ 6.310,20
TOTAL SUELDOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$ 2.950,00	\$ 328,93	\$ 170,83	\$ 125,00	\$ 112,92		\$ 747,68	\$ 3.697,68	\$ 44.372,10

G FABRICACIÓN : MANO DE O/D									
MECÁNICO 1 ELABORACIÓN PUERTA	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 31,25	\$ 28,83		\$ 149,50	\$ 649,50	\$ 7.794,00
MECÁNICO 2 ELABORACIÓN PUERTA	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 41,67	\$ 31,25	\$ 28,83		\$ 149,50	\$ 649,50	\$ 7.794,00
TOTAL DE SALARIOS Y BENEFICIOS SOCIALES	\$ 1000,00	\$ 115,50	\$ 83,33	\$ 62,50	\$ 41,67		\$ 299,00	\$ 1.299,00	\$ 15.588,00
Elaboración: Las autoras								\$ 4.996,68	\$ 59.960,10

La proyección salarial para el segundo año se tiene un aumento por concepto de pago de fondos de reserva, del tercer año hasta el quinto año se incrementa el 2% a los sueldos y salarios.

Tabla 36 *Proyección de sueldos y salarios*

PROYECCION NOMINA SALARIAL					
SUELDO Y BENEFICIOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ 31.060,47	\$ 31.681,68	\$ 32.315,31	\$ 32.961,62	\$ 33.620,85

Elaboración: Las autoras

4.5.6. Pronóstico y proyección de ventas

Tabla 37 Pronostico de ventas

PRONOSTICO DE VENTAS					
PRODUCTO	VENTAS MENSUAL	TOTAL ANUAL	PRECIO UNITARIO	INGRESOS MENSUALES	INGRESOS ANUALES
PUERTA CORREDIZA	2	24	\$ 592,62	\$ 1.185,24	\$ 14.222,89
PUERTA ABATIBLE	2	24	\$ 644,15	\$ 1.288,29	\$ 15.459,49
PUERTA BASCULANTE	2	24	\$ 944,57	\$ 1.889,13	\$ 22.669,57
PUERTA SECCIONAL	1	12	\$ 1.262,94	\$ 1.262,94	\$ 15.155,29
MOTOR LIFTMASTER	6	72	\$ 250,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
MOTOR CRAFTMAN	6	72	\$ 250,00	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
INSTALACION DE MOTOR	12	144	\$ 80,00	\$ 960,00	\$ 11.520,00
INSTAL. PTA. CORREDIZO	2	24	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
INSTAL. PTA. ABATIBLE	2	24	\$ 100,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
INSTAL. PTA BASCULANTE	2	24	\$ 120,00	\$ 240,00	\$ 2.880,00
INSTAL. PTA. SECCIONAL	1	12	\$ 160,00	\$ 160,00	\$ 1.920,00
MANT. PREVENTIVO	14	168	\$ 50,00	\$ 700,00	\$ 8.400,00
TOTAL	52	624	\$ 4.554,27	\$ 11.085,60	\$ 133.027,25

Elaboración: Las autoras

Tabla 38 Proyección anual de ventas

PROYECCION DE VENTAS					
VENTAS ANUALES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ 133.027,25	\$ 135.687,79	\$ 138.401,55	\$ 141.169,58	\$ 143.992,97

Elaboración: Las autoras

Las proyecciones de ventas, y costo de venta se realizaron con un incremento del 2%

4.5.7. Costo de Venta y Proyección del Costo de Venta

Tabla 39 Pronostico del costo de venta

PRONOSTICO DE COSTO DE VENTAS ANUALES					
PRODUCTO	CANT MENSUAL	CANT ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTOS MENSUALES	COSTOS ANUALES
PUERTA CORREDIZO	2	24	\$ 395,08	\$ 790,16	\$ 9.481,93
PUERTA ABATIBLE	2	24	\$ 429,43	\$ 858,86	\$ 10.306,33
PUERTA BASCULANTE	2	24	\$ 629,71	\$ 1.259,42	\$ 15.113,05
PUERTA SECCIONAL	1	12	\$ 902,10	\$ 902,10	\$ 10.825,20
MOTOR LIFTMASTER	6	72	\$ 178,57	\$ 1.071,42	\$ 12.857,04
MOTOR CRAFTMAN	6	72	\$ 174,12	\$ 1.044,72	\$ 12.536,64
TOTAL	19	228	\$ 2.709,01	\$ 5.926,68	\$ 71.120,19

Elaboración: Las autoras

Tabla 40 Proyección anual del costo de venta

PROYECCION DEL COSTO DE VENTA					
COSTO DE VENTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
TOTAL	\$ 71.120,19	\$ 72.542,60	\$ 73.993,45	\$ 75.473,32	\$ 76.982,78

Elaboración: Las autoras

4.5.8. Estados Financieros Proyectados

Tabla 41 Estado de resultados proyectado

ESTADOS DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VENTAS	133.027,25	135.687,79	138.401,55	141.169,58	143.992,97
COSTOS DE VENTAS	71.120,19	72.542,60	73.993,45	75.473,32	76.982,78
UTILIDAD BRUTA	61.907,06	63.145,20	64.408,10	65.696,26	67.010,19
GASTOS DE OPERACIÓN	49.024,98	49.925,07	50.843,16	50.932,94	51.888,13
SUELDOS Y SALARIOS	31.060,47	31.681,68	32.315,31	32.961,62	33.620,85
ENERGIA ELECTRICA	1.680,00	1.713,60	1.747,87	1.782,83	1.818,49
AGUA POTABLE	630,00	642,60	655,45	668,56	681,93
INTERNET	420,00	428,40	436,97	445,71	454,62
TELEFONO	252,00	257,04	262,18	267,42	272,77
ALQUILER	6.720,00	6.854,40	6.991,49	7.131,32	7.273,94
SUMINISTRO Y LIMPIEZA	840,00	856,80	873,94	891,41	909,24
MANTENIMIENTO	1.722,00	1.756,44	1.791,57	1.827,40	1.863,95
PATENTE PERMISO	672,00	685,44	699,15	713,13	727,39
DE PUBLICIDAD	1.008,00	1.028,16	1.048,72	1.069,70	1.091,09
DEP MUEBLES Y ENSERES	177,00	177,00	177,00	177,00	177,00
DEP EQ. DE OFICINA	846,67	846,67	846,67		
DEPRECIACION EQ. VARIOS	86,84	86,84	86,84	86,84	86,84
DEP DE VEHICULO	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
DEP MAQUINARIA DE EQUIPO	510,00	510,00	510,00	510,00	510,00
(=)UTILIDAD OPER ANTES DE IMP	12.882,08	13.220,13	13.564,94	14.763,32	15.122,06
(-)PARTICIPACION TRABAJ (15%)	1.932,31	1.983,02	2.034,74	2.214,50	2.268,31
(=) UTILIDAD ANTES PART. TRABAJ	10.949,77	11.237,11	11.530,20	12.548,82	12.853,75
(-)IMPUESTO A LA RENTA (22%)	2.408,95	2.472,16	2.536,64	2.760,74	2.827,83
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	8.540,82	8.764,95	8.993,56	9.788,08	10.025,93
(-) RESERVA LEGAL (10%)	854,08	876,49	899,36	978,81	1.002,59
GANANCIA NETA	7.686,74	7.888,45	8.094,20	8.809,27	9.023,33

Elaboración: Las autoras

Tabla 42 Flujo de efectivo proyectado

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
COMPONENTES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SALDO INICIAL		18.544,60	35.447,19	48.346,56	61.476,83	74.842,61
FLUJO OPERACIONAL						
INGRESOS	0,00	133.027,25	135.687,79	138.401,55	141.169,58	143.992,97
VENTAS AL CONTADO		133.027,25	135.687,79	138.401,55	141.169,58	143.992,97
EGRESOS	0,00	116.124,66	122.788,42	125.271,28	127.803,81	130.672,31
PAGO PROVEEDORES (COSTO V)		71.120,19	72.542,60	73.993,45	75.473,32	76.982,78
PAGO UTILIDADES (15%)			1.932,31	1.983,02	2.034,74	2.214,50
PAGO NOMINA		31.060,47	31.681,68	32.315,31	32.961,62	33.620,85
ENERGIA ELECTRICA		1.680,00	1.713,60	1.747,87	1.782,83	1.818,49
AGUA POTABLE		630,00	642,60	655,45	668,56	681,93
INTERNET		420,00	428,40	436,97	445,71	454,62
TELEFONO		252,00	257,04	262,18	267,42	272,77
ALQUILER		6.720,00	6.854,40	6.991,49	7.131,32	7.273,94
SUMINISTRO/OF Y LIMPIEZA		840,00	856,80	873,94	891,41	909,24
MANTENIMIENTO		1.722,00	1.756,44	1.791,57	1.827,40	1.863,95
PATENTE PERMISO Y OTROS		672,00	685,44	699,15	713,13	727,39
PAGO POR PUBLICIDAD		1.008,00	1.028,16	1.048,72	1.069,70	1.091,09
PAGO DE IMPUESTOS (22%)			2.408,95	2.472,16	2.536,64	2.760,74
TOTAL FLUJO OPERACIONAL	0,00	16.902,59	12.899,38	13.130,27	13.365,77	13.320,67
FLUJO DE INVERSION						
INGRESOS	25.323,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
CAPITAL (RECURSOS PROPIOS)	25.323,00					
EGRESOS	6.778,40	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
PAGO DE MUEBLES Y ENSERES	1.770,00					
PAGO DE EQUIPOS DE OFICINA	2.540,00					
PAGO DE EQUIPOS VARIOS	868,40					
GASTO DE CONSTITUCION	1.600,00					
TOTAL FLUJO INVERSION	18.544,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
FLUJO NETO	18.544,60	16.902,59	12.899,38	13.130,27	13.365,77	13.320,67
SALDO FINAL DE CAJA	18.544,60	35.447,19	48.346,56	61.476,83	74.842,61	88.163,27

Elaboración: Las autoras

Tabla 43 Estado de situación financiera proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO						
COMPONENTES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS	40.823,00	53.705,08	62.583,95	71.693,71	81.885,65	92.032,47
ACTIVOS CORRIENTES	18.544,60	35.447,19	48.346,56	61.476,83	74.842,61	88.163,27
CAJA-BANCOS	18.544,60	35.447,19	48.346,56	61.476,83	74.842,61	88.163,27
ACTIVOS FIJOS	22.278,40	18.257,89	14.237,39	10.216,88	7.043,04	3.869,20
MUEBLES Y ENSERES	1.770,00	1.770,00	1.770,00	1.770,00	1.770,00	1.770,00
DEP.ACUM. M/E		177,00	354,00	531,00	708,00	885,00
EQUIPOS DE OFCINAS	2.540,00	2.540,00	2.540,00	2.540,00	0,00	0,00
DEP. ACUM. DE EQ.OF.		846,67	1.693,33	2.540,00	0,00	0,00
EQUIPOS VARIOS	868,40	868,40	868,40	868,40	868,40	868,40
DEP. ACUM. DE EQ		86,84	173,68	260,52	347,36	434,20
VEHICULO	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00	12.000,00
DEP. ACUM. VEHICULO		2.400,00	4.800,00	7.200,00	9.600,00	12.000,00
MAQUINARIA Y EQUIPO	5.100,00	5.100,00	5.100,00	5.100,00	5.100,00	5.100,00
DEP. ACUM. MAQ Y EQ		510,00	1.020,00	1.530,00	2.040,00	2.550,00
PASIVOS	0,00	4.341,26	4.455,18	4.571,39	4.975,24	5.096,14
PASIVOS CIRCULANTE		4.341,26	4.455,18	4.571,39	4.975,24	5.096,14
UTILIDADES POR PAGAR		1.932,31	1.983,02	2.034,74	2.214,50	2.268,31
IMPUESTO A LA RENTA		2.408,95	2.472,16	2.536,64	2.760,74	2.827,83
PATRIMONIO	40.823,00	49.363,82	58.128,77	67.122,32	76.910,40	86.936,33
APORTE DE CAPITAL	40.823,00	40.823,00	40.823,00	40.823,00	40.823,00	40.823,00
UTILIDAD DEL EJERCICIO		7.686,74	7.888,45	8.094,20	8.809,27	9.023,33
UTILIDAD ACUMULADA			7.686,74	15.575,19	23.669,39	32.478,66
RESERVA LEGAL		854,08	1.730,58	2.629,93	3.608,74	4.611,33
PASIVO Y PATRIMONIO	40.823,00	53.705,08	62.583,95	71.693,71	81.885,64	92.032,47

Elaboración: Las autoras

Tabla 44 Flujo neto de fondos proyectado

FLUJO NETO DE FONDOS PURO DEL PROYECTO						
COMPONENTES	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS POR VTA		133.027,25	135.687,79	138.401,55	141.169,58	143.992,97
PAGO A PROVEED		(71.120,19)	(72.542,60)	(73.993,45)	(75.473,32)	(76.982,78)
PAGO NOMINA		(31.060,47)	(31.681,68)	(32.315,31)	(32.961,62)	(33.620,85)
PAGO ENERGIA E		(1.680,00)	(1.713,60)	(1.747,87)	(1.782,83)	(1.818,49)
PAGO AGUA POTABLE		(630,00)	(642,60)	(655,45)	(668,56)	(681,93)
PAGO INTERNET		(420,00)	(428,40)	(436,97)	(445,71)	(454,62)
PAGO TELEFONO		(252,00)	(257,04)	(262,18)	(267,42)	(272,77)
PAGO ALQUILER		(6.720,00)	(6.854,40)	(6.991,49)	(7.131,32)	(7.273,94)
PAGO SUMINISTRO OF		(840,00)	(856,80)	(873,94)	(891,41)	(909,24)
PAGO MANTENIMIENTO		(1.722,00)	(1.756,44)	(1.791,57)	(1.827,40)	(1.863,95)
PAGO PATENTE PERMISO		(672,00)	(685,44)	(699,15)	(713,13)	(727,39)
PAGO PUBLICIDAD		(1.008,00)	(1.028,16)	(1.048,72)	(1.069,70)	(1.091,09)
DEP MUEBLES Y ENSERES		(177,00)	(177,00)	(177,00)	(177,00)	(177,00)
DEP EQ. DE OFICINA		(846,67)	(846,67)	(846,67)		
DEP EQ. VARIOS		(86,84)	(86,84)	(86,84)	(86,84)	(86,84)
DEP DE VEHICULO		(2.400,00)	(2.400,00)	(2.400,00)	(2.400,00)	(2.400,00)
DEP MAQUINARIA DE EQUIPO		(510,00)	(510,00)	(510,00)	(510,00)	(510,00)
RESULTADO ANTES DE IMP		12.882,08	13.220,13	13.564,95	14.763,32	15.122,06
IMPUESTO A LA RENTA (22%)		2.834,06	2.908,43	2.984,29	3.247,93	3.326,85
RESULTADO DESPUES IMPTS		10.048,02	10.311,70	10.580,66	11.515,39	11.795,21
DEP MUEBLES Y ENSERES		177,00	177,00	177,00	177,00	177,00
DEP EQ. DE OFICINA		846,67	846,67	846,67		
DEP EQ. VARIOS		86,84	86,84	86,84	86,84	86,84
DEP DE VEHICULO		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
DEP MAQUINARIA DE EQ		510,00	510,00	510,00	510,00	510,00
INVERSION MUEBLES Y ENS	(1.770,00)					
INVERSION EN EQUIPO OF	(2.540,00)					
INVERSION EQ. VARIOS	(868,40)					
INVERSION VEHICULO	(12.000,00)					
INVERSION MAQ Y EQ	(5.100,00)					
GASTO DE CONSTITUCION	(1.600,00)					
INVERSION CAPITAL TRABAJO	(18.544,60)					
RECUPERACION CAP/ TRABAJO						18.544,60
FLUJO NETO DE FONDOS	(42.423)	14.068,53	14.332,21	14.601,17	14.689,23	33.513,65
COSTO DE CAPITAL	12%					
VAN	\$ 20.308,37					
TIR	27,48%					
TIRM	21,11%					

Elaboración: Las autoras

4.5.9. Punto de Equilibrio

Tabla 45 Punto de equilibrio

INGRESOS POR VENTA								
PUERTAS MOTORES INSTALACION Y MANTENIMIENTO								
CONCEPTO	CANT. ANUAL	% DE PARTICIP	V. UNIT.	COSTO VARIABLE UNIT.	MARGEN CONTRIB. UNIT.	MARGEN CONTRIB. PONDER	P. E. CANT.	P.E. \$
PUERTA CORREDIZA	24	3,85%	\$ 592,62	\$ 263,71	\$ 328,91	12,65	4	2.629,26
PUERTA ABATIBLE	24	3,85%	\$ 644,15	\$ 298,06	\$ 346,09	13,31	4	2.857,85
PUERTA BASCULANTE	24	3,85%	\$ 944,57	\$ 498,34	\$ 446,23	17,16	4	4.190,72
PUERTA SECCIONAL	12	1,92%	\$ 1.262,94	\$ 770,73	\$ 492,21	9,47	2	2.801,62
MOTOR LIFTMASTER	72	11,54%	\$ 250,00	\$ 178,57	\$ 71,43	8,24	13	3.327,49
MOTOR CRAFTMAN	72	11,54%	\$ 250,00	\$ 174,12	\$ 75,88	8,76	13	3.327,49
INSTALACIÓN DE MOTOR	144	23,08%	\$ 80,00	\$ 36,00	\$ 44,00	10,15	27	2.129,60
INSTAL. PTA. CORREDIZA	24	3,85%	\$ 100,00	\$ 40,00	\$ 60,00	2,31	4	443,67
INSTAL. PTA. ABATIBLE	24	3,85%	\$ 100,00	\$ 40,00	\$ 60,00	2,31	4	443,67
INSTAL. PTA. BASCULANTE	24	3,85%	\$ 120,00	\$ 40,00	\$ 80,00	3,08	4	532,40
INSTAL. PTA. SECCIONAL	12	1,92%	\$ 160,00	\$ 40,00	\$ 120,00	2,31	2	354,93
MANTENIMIENTO PREVENTIVO	168	26,92%	\$ 50,00	\$ 28,00	\$ 22,00	5,92	31	1.552,83
TOTAL VENTAS	624	100%				95,66	115	24.591,53
TOTAL COSTO FIJO ANUAL \$ 11.035,11								

Elaboración: Las autoras

4.5.10. Indicadores Financieros

Tabla 46 *Indicadores financieros ROA ROE ROI*

$$\text{ROA} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{TOTAL ACTIVOS}} \times 100 = \frac{7.686,74}{53.705,08} \times 100 = 14,31\%$$

$$\text{ROE} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO TOTAL}} \times 100 = \frac{7.686,74}{49.363,82} \times 100 = 15,57\%$$

$$\text{ROI} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{INVERSION}} \times 100 = \frac{7.686,74}{42.423,00} \times 100 = 18,12\%$$

Elaboración: Las autoras

Tabla 47 *Cálculos para obtener la proyección de indicadores*

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
UTILIDAD NETA	7.686,74	7.888,45	8.094,20	8.809,27	9.023,33
TOTAL ACTIVO	53.705,08	62.583,95	71.693,71	81.885,65	92.032,47
TOTAL PATRIM.	49.363,82	58.128,77	67.122,32	76.910,40	86.936,33
INVERSION	42.423,00	42.423,00	42.423,00	42.423,00	42.423,00

Elaboración: Las autoras

Tabla 48 *Indicadores financieros proyectados*

INDICADORES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ROA	14,31%	12,60%	11,29%	10,76%	9,80%
ROE	15,57%	13,57%	12,06%	11,45%	10,38%
ROI	18,12%	18,59%	19,08%	20,77%	21,27%

Elaboración: Las autoras

CONCLUSIONES

Finalizado el trabajo de investigación se concluye, que para el desarrollo del tema que hace referencia a la automatización de puertas para garaje, son escasas las fuentes de información para la obtención de datos reales que sustenten este tipo investigación.

El plan de marketing y la investigación de mercado fue parte fundamental para equilibrar lo descrito anteriormente, permitiendo conocer la situación actual en la que se encuentra el mercado, que sectores requieren más de este producto y/o servicio, y quienes estarían dispuestos a adquirirlos.

Las estrategias para la etapa de introducción al mercado y crecimiento son las mismas, pues estas se ajustan íntegramente al segmento al cual Automagar busca captar.

Por último se concluye que a pesar de ser un producto que no se adquiere a diario por los costos, con diferentes estrategias de ventas es posible generar ganancias, a pesar de la situación económica que enfrenta el país, se comprobó que es un negocio económicamente rentable, quedando demostrado en el desarrollo del plan financiero como empresa Automagar, se pudo analizar los factores de viabilidad y factibilidad emprender este negocio si es rentable ya que los resultados fueron positivos.

RECOMENDACIONES

Es recomendable que para el buen funcionamiento de toda empresa se desarrolle un plan de negocio a largo plazo, que debe ser actualizado en un periodo no máximo a los 2 años, que sirva como guía para concretar las operaciones de forma eficiente.

Realizar constantemente estudios investigativos, sobre la cantidad de personas que conforman el mercado informal en este tipo de actividad, el porcentaje en que se incrementa el mercado informal anual para dicha actividad económica.

Se recomienda publicidad de los productos y servicios a ofrecer y ejecutar las promociones y estrategias plasmadas en el presente documento.

Es importante posicionar a Automagar como un lugar distintivo, cuyo diferenciador influye positivamente en el servicio y calidad de los productos ofertados.

Como último punto se recomienda la puesta en marcha de la propuesta del negocio, y cumplir a cabalidad todos los procesos propuestos, conseguir las fuentes de financiación, ya que en base a los resultados financieros elaborados, se demostró que la empresa a crear es rentable.

BIBLIOGRAFÍA

Libros citados:

Corporación Financiera Nacional. (2010). *Plan de Negocios*. s.l.

Dickson, G. B. (2008). *Como Preparar un Pan de Negocios Exitoso*. México: Editorial Mc Graw-Hill

Filion, L., Cisneros, L., y Mejía, J. (2011). *Administración de PYMES*. México: Editorial PEARSON

Botero, M. A. (2010). *Estructura del Plan de Negocios*. Recuperado el 6 de Agosto de 2016 de <http://www.virtual.uniminuto.edu>

Weinberger Villarán, K. (2009). *Plan de Negocios*. Perú: Editorial Nathan Associates Inc

Libros y páginas de referencia:

Galindo, C. J. (2011). *Formulación y Evaluación de Planes de Negocio*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U

Moyano, J., Maqueira, J., y Martínez, P. (2011). *Administración de Empresas un Enfoque Teórico-Práctico*. Madrid: Editorial PEARSON

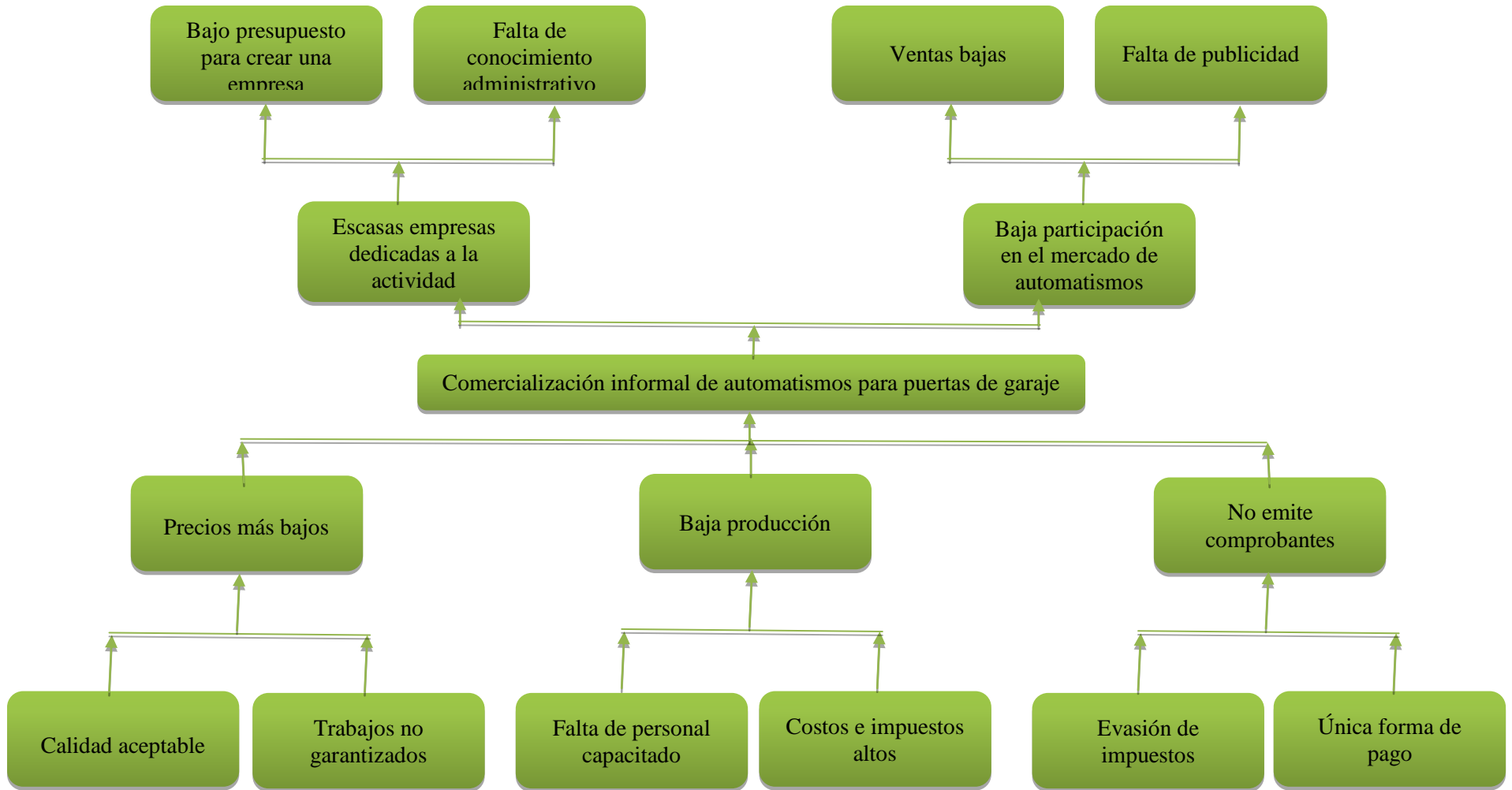
Flores, J. A., (2012). *Plan de Negocios para Pequeñas Empresas*. Bogotá, Colombia: Ediciones de la U

Toledo, M. A., (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Editorial Mc Graw-Hill

Anderson, D., Sweeney, D., y Williams, T., (2012). *Estadística para Negocios y Economía*. México: Editorial Cengage Learning

Anejos

Anexo 1 Árbol de problemas



Elaboración: Las autoras

Anexo 2 Cuadro de consistencia

Tema	Problema	Objetivos	Hipótesis	Variables	Metodología
<p>Plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte.</p>	<p>¿Qué elementos se deben considerar para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte?</p>	<p>Diseñar los elementos que conforman un plan de negocio para la creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en el sector norte de la ciudad de Guayaquil.</p>	<p>Contar con una empresa de venta e instalación de motores y puertas de garaje en el sector norte de la ciudad de Guayaquil que fortalezca el posicionamiento en el mercado e incremente la venta de automatismos para puertas de garaje.</p>	<p>Y: (Dependiente) Creación de la empresa.</p> <hr/> <p>X:(Independiente) Plan de negocio</p>	<p>La metodología que se aplica es investigación descriptiva.</p>

Elaboración: Las autoras

Anexo 3 Pasos para constituir y solicitar permisos

Pasos para constituir la empresa

- 1.- Debe decidir qué tipo de compañía se va a constituir.
- 2.- Escoger el nombre de su empresa.
- 3.- Reservar el nombre de su compañía en la Superintendencia de Compañías.
- 4.- Abrir la cuenta de integración de capital en la institución bancaria de su elección (el monto mínimo para Cía. Ltda. es 400 dólares y para S. A. es 800 dólares)
- 5.- Contrato o acto constitutivo y estatutos de la compañía que se trate, y elevar a escritura pública la constitución de la compañía (se puede realizar en cualquier notaría)
- 6.- Presentar en la Superintendencia de Compañías, la papeleta de la cuenta de integración del capital y 3 copias de la escritura pública con oficio del abogado.
- 7.- Retirar resolución aprobatoria u oficio con correcciones a realizar en la Superintendencia de Compañías luego de esperar el tiempo establecido (48 horas)
- 8.- Publicar en un periódico de amplia circulación, los datos indicados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 3 ejemplares del mismo.
- 9.- Marginar las resoluciones para el Registro Mercantil en la misma notaría donde se elevó a escritura pública la constitución de la empresa.
- 10.- Designar representante Legal y el administrador de la empresa, e inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento de ellos.
- 11.- Presentar en la Superintendencia de Compañías los documentos: Escritura inscrita en el registro civil, un ejemplar del periódico donde se publicó la creación de la empresa, copia de los nombramientos del representante legal y administrador, copia de la Cédula de Identidad de los mismos, formulario de RUC (Registro Único de Contribuyentes) cumplimentado y firmado por el representante.
- 12.- Esperar a que la Superintendencia, una vez revisados los documentos le entregue el formulario del RUC, el cumplimiento de obligaciones y existencia legal, datos generales, nómina de accionistas y oficio al banco.
- 13.- Entregar en el Servicio de Rentas Internas (SRI), toda la documentación anteriormente recibida de la Superintendencia de Compañías, para la obtención del RUC.
- 14.- Así mismo, el empleador debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) aportando copia de RUC, copia de C.I., y papeleta de representante legal, copia de nombramiento del mismo, copia de contratos de trabajo legalizados en el Ministerio de Relaciones Laborales y copia de último pago de agua, luz o teléfono y afiliarse a sus trabajadores.
- 15.- Se debe obtener el permiso de funcionamiento emitido por el Municipio del domicilio, así como el permiso del Cuerpo de Bomberos.

Todos los tipos de empresas de negocios están sujetos a los reglamentos de la Superintendencia de Compañías, la cual revisa los estados financieros anuales y asegura el cumplimiento de las regulaciones existentes

Obtención de RUC (Registro Único de contribuyente)

El RUC corresponde a un número de identificación para todas las personas naturales y sociedades que realicen alguna actividad económica en el Ecuador, en forma permanente u ocasional o que se titulares de bienes o derechos por los cuales deban pagar impuestos.

El número de registro está compuesto por trece números y su composición varía según el tipo de contribuyente.

El Ruc registra información relativa al contribuyente como por ejemplo: la dirección de la matriz y sus establecimientos donde se realiza la actividad económica, la descripción de las actividades económicas que lleva a cabo, las obligaciones tributarias que se derivan de aquellas, entre otras.

Requisitos para obtener el RUC (PERSONA JURÍDICA)

El proceso inicia con la obtención de los formularios RUC01-A y RUC01-B (debidamente firmados por el representante legal, apoderado o liquidador); y comprende tres partes.

1. Identificación de la sociedad. (Los requisitos varían según el tipo de empresa).
2. Identificación del representante legal. (Ciertos requisitos varían según la empresa).

Ecuatorianos: Original y copia a color de la cédula vigente y original del certificado de votación. Se aceptan los certificados emitidos en el exterior. En caso de ausencia del país se presentará el Certificado de no presentación emitido por el Consejo Nacional Electoral o Provincial.

Permisos y requisitos de funcionamiento.

Los requisitos de funcionamiento son requisitos obligatorios y necesarios para poner en marcha el negocio.

Establecimientos que deben obtener permiso de funcionamiento:

1. De servicios de salud públicos y privados.
2. Farmacéuticos.
3. De medicamentos homeopáticos.
4. De productos naturales de uso medicinal.
5. De cosméticos y productos higiénicos.
6. De alimentos.
7. Comerciales y de servicios.
8. Servicios de turismo.
9. Escenarios permanentes de espectáculos.
10. Servicios funerarios.
11. Estaciones para expendio de combustibles y lubricantes.
12. Establecimiento de plaguicidas de uso doméstico e industrial..

13. Otros establecimientos sujetos a control sanitario descritos en el Ac. Ministerial No. 4907 del 27 de junio de 2014, publicado en el Registro Oficial No. 294 de 22 de julio de 2014.

Requisitos para Obtener Permiso de Funcionamiento

1. Formulario de solicitud (sin costo) llenado y suscrito por el propietario.
2. Registro único de contribuyentes (RUC).
3. Cédula de identidad, identidad y ciudadanía, carné de refugiado, o documento equivalente a éstos, del propietario o representante legal del establecimiento.
4. Documentos que acrediten la personería Jurídica del establecimiento, cuando corresponda.
5. Categorización emitida por el Ministerio de Industrias y Productividad, cuando corresponda.
6. Comprobante de pago por derecho de Permiso de Funcionamiento; y,
7. Otros requisitos específicos dependiendo del tipo de establecimiento, de conformidad con los reglamentos correspondientes.

Costos del permiso de funcionamiento: (Descritos en el Ac. Ministerial No 4907)

Patente Municipal

Objetivo del trámite

Toda persona natural o jurídica que ejerza habitualmente actividades comerciales, industriales y/o financieras dentro del cantón, está obligada a obtener su Registro de Patente Municipal.

Igual obligación tendrán incluso aquellas personas exentas por ley, del pago del impuesto de patentes.

No están obligadas a obtener Registro de Patente Municipal, las personas que se hallen en el libre ejercicio profesional.

Registro de Patente: PERSONAS JURÍDICAS

Requisitos generales:

1. Formulario “Solicitud para Registro de Patente Personas Jurídicas”.
2. Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
3. Copia legible de la cédula de ciudadanía y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
4. Original y copia legible del R.U.C. actualizado.
5. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales.
6. Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).

Pago de impuesto, impuesto de alcabalas

Objetivo del trámite

Efectuar el pago del impuesto de alcabalas, registro y adicionales, en los casos determinados en la Ley de Régimen Municipal (Art. 362)

Requisitos:

1. Formulario “Declaración para el pago del impuesto de alcabalas, registro y adicionales (F.96.07.045)” firmado por un notario público.
2. Certificado de avalúos para transferencia de dominio, otorgado por la Jefatura de Avalúos y Registros de la M.I. Municipalidad de Guayaquil.
3. Copia del comprobante de pago del impuesto predial del año.

Pasos del trámite:

1. Llenar la solicitud a máquina.
2. Adjuntar al formulario todos los requisitos indicados, colocarlos en una carpeta y entregarla en las ventanillas #17, 18 o 20 (Palacio Municipal, planta baja).
3. Se procede a revisar en forma inmediata la documentación entregada
4. De existir conformidad con la documentación revisada, se procede a recaudar el valor del impuesto.

Nota: La cancelación del tributo se efectuará en forma inmediata a la presentación de los requisitos.

Impuesto a la Utilidad

Requisitos:

1. Formulario “Declaración para el pago del impuesto a la utilidad” firmado ante un notario público.
2. Certificado de avalúos para transferencia de dominio, otorgado por la Jefatura de Avalúos y Registros de la M.I. Municipalidad de Guayaquil.
3. Copia del comprobante de pago del impuesto predial del año.
4. Copia certificada del título de dominio anterior.
5. Copia certificada de la minuta.

Pasos del trámite:

1. Llenar la solicitud a máquina.
2. Adjuntar al formulario todos los requisitos indicados, colocarlos en una carpeta y entregarla en las ventanillas #17, 18 o 20 (Palacio Municipal, planta baja)
3. Se procede a revisar en forma inmediata la documentación entregada.
4. De existir conformidad con la documentación revisada, se procede a recaudar el valor del impuesto, caso contrario se devuelve con la respectiva observación

Nota: La cancelación del tributo se efectuara en forma inmediata a la presentación de los requisitos.

Registro de la patente Municipal

Persona jurídica debe presentar los siguientes requisitos:

1. Tasa Única de Trámite y formulario “Declaración del Impuesto del 1.5 por mil y Registro de Patente Municipal para personas obligadas a llevar Contabilidad”
2. Copia legible de los Estados Financieros del período contable a declarar, con la fe de presentación de la Superintendencia de Compañías o de Bancos, según sea el caso.
3. Copia legible de la cédula de identidad y del nombramiento actualizado del Representante Legal.
4. Copia legible del R.U.C. Actualizado.
5. Desglose de los ingresos brutos distribuidos por Cantones, firmado por el Contador (cuando hay actividad comercial en varios Cantones)
6. Copia de la Escritura de Constitución (cuando es por primera vez).

Requisitos adicionales para el pago del Impuesto de Patente Municipal

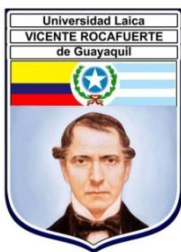
1. Original y copia legible del Certificado de Seguridad (otorgado por el Benemérito Cuerpo de Bomberos). Las personas que tienen más de un establecimiento, deben presentar el Certificado de Seguridad de cada uno de los locales.
2. Copia del comprobante de pago de la Tasa Anual de Turismo, para los establecimientos que desarrollan actividad turística.

Pasos del trámite:

1. Solicitar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Recaudaciones de la Municipalidad, la Tasa Única de Trámite para la Declaración del Impuesto del 1.5 por mil (allí se le entregará el formulario “Declaración Conjunta del Impuesto del 1.5 por mil y Registro de Patente Municipal para personas obligadas a llevar Contabilidad”).
2. Llenar la solicitud con letra imprenta o máquina.
3. Adjuntar los requisitos indicados a la solicitud y entregar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Patente de la Dirección Financiera de la Municipalidad (Bloque Noroeste 2, Palacio Municipal, Planta Baja), donde se le entregará las liquidaciones correspondientes a cada impuesto. (No se aceptará documentación incompleta, incorrecta o ilegible).
4. Cancelar en la Ventanilla Única Municipal (Cámara de Comercio) o en las Ventanillas de Recaudaciones de la Municipalidad.

Nota: La cancelación del tributo se efectuará en forma inmediata a la presentación de los requisitos.

Anexo 4 Cuestionario de la encuesta



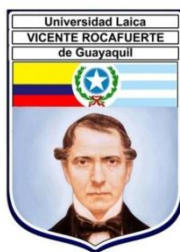
Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil Facultad de Administración

Tema: creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje Encuestas a personas de la parroquia Tarqui ciudad de Guayaquil

El objetivo de la presente encuesta es determinar el grado de aceptación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje en la ciudad de Guayaquil sector norte.

- 1.- ¿Con qué mecanismo funciona su puerta de garaje? (Si su respuesta es manual pase a la pregunta 6)
Manual____ Automotizada____
- 2.- ¿Ha tenido problemas con su puerta de garaje y/o automatismo?
Puerta____ Motor____
Control remoto____
- 3.- ¿Con qué frecuencia le da mantenimiento a su garaje?
Dos veces al año ____ Cuando lo necesita ____
Cada año____ Nunca____
- 4.- ¿Cómo conoció el servicio de automatización de puertas para garaje?
Páginas web____ Redes sociales____ Referencia personales____
- 5.- ¿Cómo calificaría la calidad del servicio recibido de su puerta de garaje automatizada?
Excelente____ Bueno____ Malo____
Muy bueno____ Regular____
- 6.- ¿Qué le gustaría encontrar en una empresa de automatización de puertas para garaje? Enumérelas del 1 al 4
Servicio técnico capacitado____ Manejo de reclamos____
Diversas formas de pago____ Variedad de productos____
- 7.- ¿De los siguientes tipos de puertas, cuál es el de su mayor agrado?
Corrediza____ Seccional____
Basculante____ Abatible____
- 8.- Al momento de adquirir una puerta para su garaje ¿Cuál de las siguientes características influyen más en su compra? Enumérelas del 1 al 4
Modelo y color____ Material____
Calidad____ Precio____
- 9.- ¿Cuál sería su forma de pago referida para este tipo de transacción?
Contado____ Cheque____
Crédito directo____ Tarjeta de crédito____
- 10.- ¿Cuál es el medio de comunicación por el que usted le gustaría recibir información de automatismos para puertas de garaje?
Periódicos____ Televisión____
Internet ____ Radio____
- 11.- ¿Qué promociones le gustaría recibir por la compra automatismos y puertas de garaje?
Descuento del 10% por pago en efectivo____ Control remoto adicional gratis____
Primer mantenimiento gratis____ Oferta por combo____

Anexo 5 Entrevista realizada al dueño del negocio



Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil
Facultad de Administración
Ingeniería Comercial

Tema: creación de una empresa dedicada a la venta e instalación de motores y puertas de garaje

Nombre: Marcos Javier Toala Ávila

Cargo: Dueño del negocio

1. ¿Cuál fue el motivo de crear su propio negocio?

La falta de empleo en el país, este fue el motivo por el cual me decide en crear mi negocio el mismo que ha servido para mejorar mi situación económica y salvaguardar mis intereses familiares.

2. ¿Cuál es el valor agregado que presenta su negocio en relación a la competencia?

El valor agregado es el servicio de asistencia técnica 24/7, dando solución de manera inmediata. Logrando la entera satisfacción del cliente de esta manera se genera una relación duradera a largo plazo.

3. ¿De qué depende el éxito en un nuevo mercado?

El éxito depende de factores económicos sociales, políticos y culturales en el entorno que se desarrolla el negocio, forma de administrar los recursos materiales, humanos y tecnológicos

4. ¿Cuáles son las estrategias de Marketing que utiliza en su negocio?

- * Descuentos en pagos efectivos
- * Publicación de productos y servicios mediante redes sociales y correos electrónicos
- * Brindar confianza en los productos ofrecidos de buena calidad y sobretodo garantía.

5. ¿Cuánto es la probabilidad de éxito para el negocio de la automatización en garajes?

El éxito dependerá del tipo de administración del negocio, que incluirá la parte financiera.

Anexo 6 Información de población y vivienda

INFOGRAFÍA

Así es Guayaquil cifra a cifra

Población del cantón Guayaquil
2.350.915

1.158.221 | 1.192.694
49,3% | 50,7%

Población y tasa de crecimiento intercensal anual



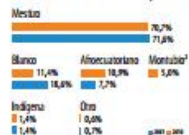
Promedio de personas por hogar Censos 2001 y 2010



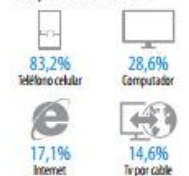
Porcentaje de población por grupos de edad

Grupo de edad	2001	2010
0 a 14	29,4%	28,8%
15 a 64	64,1%	65,6%
65 y más	6,5%	5,8%

Autoidentificación de la población¹

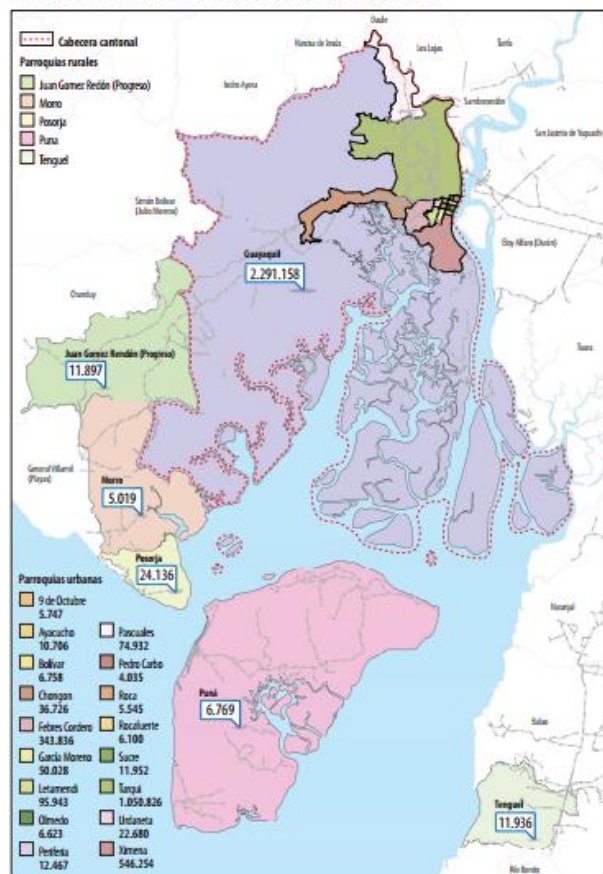


Disponibilidad de TIC's



Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Número de habitantes del cantón Guayaquil por parroquias (urbanas y rurales).



No.	Orden Geográfico	Sector Municipal	No de Zonas por Sector	Población Total	Proporción referida a la Población del Grupo	Proporción referida a la Población Total de Guayaquil
1	11	Samanes	3	12525	0.038	0.006
2	12	Guayacanes	3	16485	0.050	0.008
3	13	Juan Montalvo	8	47562	0.143	0.024
4	14	El Cóndor	5	21482	0.065	0.011
5	16	Sauces	14	76540	0.231	0.039
6	17	Acuarela	1	4285	0.013	0.002
7	19	Lomas de la Prosperina	2	6123	0.018	0.003
8	20	Alborada	8	39640	0.120	0.020
9	21	Garzota	2	6921	0.021	0.003
10	22	Urdenor	1	5458	0.016	0.003
11	25	Simón Bolívar	1	5945	0.018	0.003
12	28	La Fae	1	5319	0.016	0.003
13	23	Los Álamos	1	6280	0.019	0.003
14	24	Mapasingu	12	64436	0.194	0.032
15	27	Kennedy	3	12445	0.038	0.006
TOTAL			65	331446	1.00	0.167


Elaborado por: Centro de Estudios e Investigaciones Estadísticas ICM-ESPOL

Grupo de Sectores Municipales de Guayaquil No. 2

Anexo 7 Recolección de información



Anexo 8 Precios de la competencia


 **METALMAN**
METAL MANCHEÑO
FABRICA DE PUERTAS

RUC # 1700037700001
Fabrica y Oficina
Km. 3.5 vía Damián, Magwaya Este
Calle No. 34, 3 Edif. 2 Comp. 13 de Agosto
a 100mts. suroeste por IFAAC
Telf: 240329-2396483 - Fax: 2403993
Cel: 987 436129 - 987 466427
E-mail: info@metalmans.com.ec

Guayaquil - Ecuador www.metalmans.com.ec

FECHA: 26 DE JULIO DE 2016 PROFORMA # 201624
 CLIENTE: **Rosana Merchan**
 ATENCIÓN:
 DIRECCIÓN:
 TELÉFONO: 0981105699
 EMAIL: rosaly13@hotmail.com

CANT	DESCRIPCION	ANCHO	ALTO	M2	P. UNIT	P. TOTAL
1	Puerta de Garaje Abatible Modelo Tipo Americano Incluye: Instalacion	3,00	2,40		\$ 1.132,00	\$ 1.132,00
1	Motor Craftman 1/2 Hp Americano Motor Resistencial para Ocho aperturas Como Máximo Incluye: Das controles Riel T				\$ 300,00	\$ 300,00
1	Instalacion Motor Puerta				\$ 80,00 \$ 110,00	\$ 80,00 \$ 110,00
Nota: no realizamos obra civil, ni puntos electricos						
Instalacion dentro de la ciudad de Guayaquil						
OBSERVACIÓN: Veinte dias laborales				SUB. TOTAL	\$ 1.542,00	
FORMA DE PAGO: 50% firma de contrato y 50% finalizada la obra				IVA 14%	\$ 215,88	
VENDEDOR: Oficina				TOTAL	\$ 1.757,88	

 **METALMAN**
METAL MANCHEÑO
FABRICA DE PUERTAS

RUC # 1700037700001
Fabrica y Oficina
Km. 3.5 vía Damián, Magwaya Este
Calle No. 34, 3 Edif. 2 Comp. 13 de Agosto
a 100mts. suroeste por IFAAC
Telf: 240329-2396483 - Fax: 2403993
Cel: 987 436129 - 987 466427
E-mail: info@metalmans.com.ec

Guayaquil - Ecuador www.metalmans.com.ec

FECHA: 26 DE JULIO DE 2016 PROFORMA # 201623
 CLIENTE: **Rosana Merchan**
 ATENCIÓN:
 DIRECCIÓN:
 TELÉFONO: 0981105699
 EMAIL: rosaly13@hotmail.com

CANT	DESCRIPCION	ANCHO	ALTO	M2	P. UNIT	P. TOTAL
1	Puerta de Garaje Corrediza Modelo Tipo Americano Incluye: Instalacion	3,00	2,40		\$ 1.724,00	\$ 1.724,00
1	Motor Craftman 1/2 Hp Americano Motor Resistencial para Ocho aperturas Como Máximo Incluye: Das controles Riel T				\$ 300,00	\$ 300,00
1	Instalacion Motor Puerta				\$ 80,00 \$ 120,00	\$ 80,00 \$ 120,00
Nota: no realizamos obra civil, ni puntos electricos						
Instalacion dentro de la ciudad de Guayaquil						
OBSERVACIÓN: Veinte dias laborales				SUB. TOTAL	\$ 2.324,00	
FORMA DE PAGO: 50% firma de contrato y 50% finalizada la obra				IVA 14%	\$ 325,36	
VENDEDOR: Oficina				TOTAL	\$ 2.649,36	



METALMAN
METAL MANCHEÑO
FABRICA DE PUERTAS

Quetzaltenango - Ecuador

www.metalmanec.com.ec

RUC # 1700037700001

Fábrica y Oficina
Cra. 3.3 vía Davao - Manguayaguá Este
Calle No. 1403 Edif. 3 Comp. 13 de Agosto
a 100mts. retirado por IPAC
Telf. 3404129 - 3404143 - Fax. 3403994
Cel. 987 404129 - 987 404137
E-mail: 1700037700001@ec.com.ec

FECHA: 26 DE JULIO DE 2016
CLIENTE: **Roxana Merchan**
ATT:
DIRECCIÓN:
TELÉFONO: 0981109679
EMAIL: roxxy18@hotmail.com

PROFORMA # 201625

CANT	DESCRIPCION	ANCHO	ALTO	M2	P. UNIT.	P. TOTAL
1	Puerta de Garage Levantada Modelo Tipo Americano Incluye Instalación	3,00	2,40		\$ 1.432,00	\$ 1.432,00
1	Juego de Herraje Incluye Brazos y Resortes					
1	Motor Craftsman 1/2 Hp Americano Motor Residencial para Ocho Aperturas Como Máximo Incluye: Dos controles Riel T e Instalación			1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Motor				\$ 80,00	\$ 80,00
	Puerta				\$ 125,00	\$ 125,00
<p>Nota: no realizamos obra civil, ni pintas electricas</p> <p>Instalación dentro de la ciudad de Quetzaltenango</p>						
OBSERVACIÓN: Veinte días laborables				SUB. TOTAL		\$ 1.937,00
FORMA DE PAGO: 50% firma de contrato y 50% finalizada la obra				IVA 14%		\$ 273,18
VENDEDOR: Oficina				TOTAL		\$ 2.210,18



METALMAN
METAL MANCHEÑO
FABRICA DE PUERTAS

Quetzaltenango - Ecuador

www.metalmanec.com.ec

RUC # 1700037700001

Fábrica y Oficina
Cra. 3.3 vía Davao - Manguayaguá Este
Calle No. 1403 Edif. 3 Comp. 13 de Agosto
a 100mts. retirado por IPAC
Telf. 3404129 - 3404143 - Fax. 3403994
Cel. 987 404129 - 987 404137
E-mail: 1700037700001@ec.com.ec

FECHA: 26 DE JULIO DE 2016
CLIENTE: **Roxana Merchan**
ATT:
DIRECCIÓN:
TELÉFONO: 0981109679
EMAIL: roxxy18@hotmail.com

PROFORMA # 201625

CANT	DESCRIPCION	ANCHO	ALTO	M2	P. UNIT.	P. TOTAL
1	Puerta de Garage Seccional Modelo Tipo Americano Incluye Instalación	3,00	2,40		\$ 1.132,00	\$ 1.132,00
1	Juego de Herraje Incluye Resortes, Bisagras y Juego de Curvas				\$ 330,00	\$ 330,00
1	Motor Craftsman 1/2 Hp Americano Motor Residencial para Ocho Aperturas Como Máximo Incluye: Dos controles Riel T e Instalación			1	\$ 300,00	\$ 300,00
	Motor				\$ 80,00	\$ 80,00
	Puerta				\$ 180,00	\$ 180,00
<p>Nota: no realizamos obra civil, ni pintas electricas</p> <p>Instalación dentro de la ciudad de Quetzaltenango</p>						
OBSERVACIÓN: Veinte días laborables				SUB. TOTAL		\$ 2.262,00
FORMA DE PAGO: 50% firma de contrato y 50% finalizada la obra				IVA 14%		\$ 316,68
VENDEDOR: Oficina				TOTAL		\$ 2.578,68

JUAN LORENZO GUALE BUENO
 RUC: 0908780661001
 PUERTAS & PUERTAS METALICAS
juan-puertasmetalicas@hotmail.es
 km. 8.5 via Daule Cdla. Pueblo y su Reino mz. 1870 SI.14
 TELEF: 2186474 - 2188478 MOV.: 0999436028
 CALIFICACION ARTESANAL # 8713

PROFORMA # 1899

ESTIMADO
 GQUIL, 26/7/2016

CANT	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V.TOTAL
1	PUERTA DE GARAJE ABATIBLE MEDIDAS. 3 X 2.50		710
1	MOTOR CRAFTSMAN O LIFTMASTER AMERICANO DE 1/2 HP INCLUYE: 2 CONTROL REMOTO		230
1	INSTALACION: MOTOR PUERTA	80 108	
SUBTOTAL			940
IVA			0.00
TOTAL			940.00

GARANTIA: -
 TIEMPO DE ENTREGA: 8 DIAS LABORABLE

ANTICIPO: 50%
 SALDO CONTRA ENTREGA

- * PARA INSTALACION DE MOTORES REQUERIMOS UN PUNTO DE LUZ DE 110 V O 220 V
- * LOS TRABAJOS DE PICADA, RESANES DE CEMENTO, PINTURA, CORTES Y ARREGLO DE TUMBADOS E INSTALACIONES ELECTRICAS DEBE EFECTUARLAS EL CLIENTE

JUAN LORENZO GUALE BUENO
 RUC: 0908780661001
 PUERTAS & PUERTAS METALICAS
juan-puertasmetalicas@hotmail.es
 km. 8.5 via Daule Cdla. Pueblo y su Reino mz. 1870 SI.14
 TELEF: 2186474 - 2188478 MOV.: 0999436028
 CALIFICACION ARTESANAL # 8713

PROFORMA # 1902

ESTIMADO
 GQUIL, 26/7/2016

CANT	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V.TOTAL
1	PUERTA DE GARAJE BASCULANTE MEDIDAS. 3 X 2.50		1115
1	MOTOR CRAFTSMAN O LIFTMASTER AMERICANO DE 1/2 HP INCLUYE: 2 CONTROL REMOTO		230
1	INSTALACION: MOTOR PUERTA	80 120	
	ERRAJE PARA PUERTA BASCULANTE INCLUYE: BRAZOS Y RESORTES		250
SUBTOTAL			1345
IVA			0.00
TOTAL			1345.00

GARANTIA: .
 TIEMPO DE ENTREGA: 8 DIAS LABORABLE

ANTICIPO: 50%
 SALDO CONTRA ENTREGA

- * PARA INSTALACION DE MOTORES REQUERIMOS UN PUNTO DE LUZ DE 110 V O 220 V
- * LOS TRABAJOS DE PICADA, RESANES DE CEMENTO, PINTURA, CORTES Y ARREGLO DE TUMBADOS E INSTALACIONES ELECTRICAS DEBE EFECTUARLAS EL CLIENTE

JUAN LORENZO GUALE BUENO
RUC: 0908780661001
PUERTAS & PUERTAS METALICAS
juan-puertasmetalicas@hotmail.es
km. 8.5 via Daule Cdl. Pueblo y su Reino mz. 1870 SI.14
TELEF: 2186474 - 2188478 MOV.: 0999436028
CALIFICACION ARTESANAL # 8713

PROFORMA # 1900

ESTIMADO
GQUIL, 26/7/2016

CANT	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V.TOTAL
1	PUERTA DE GARAJE CORREDIZA MEDIDAS: 3 X 2.50		765
1	MOTOR CRAFTSMAN O LIFTMASTER AMERICANO DE 1/2 HP INCLUYE: 2 CONTROL REMOTO		230
1	INSTALACION: MOTOR PUERTA	80 115	
	ERRAJE PARA PUERTA CORREDIZA INCLUYE: CORREA 80 C 3MM, RULIMANES	75	
SUBTOTAL			995
IVA			0.00
TOTAL			995.00

GARANTIA: . ANTIPO: 50%
TIEMPO DE ENTREGA: 8 DIAS LABORABLE SALDO CONTRA ENTREGA

* PARA INSTALACION DE MOTORES REQUERIMOS UN PUNTO DE LUZ DE 110 V O 220 V
* LOS TRABAJOS DE PICADA, RESANES DE CEMENTO, PINTURA, CORTES Y ARREGLO DE TUMBADOS
E INSTALACIONES ELECTRICAS DEBE EFECTUARLAS EL CLIENTE

JUAN LORENZO GUALE BUENO
RUC: 0908780661001
PUERTAS & PUERTAS METALICAS
juan-puertasmetalicas@hotmail.es
km. 8.5 via Daule Cdl. Pueblo y su Reino mz. 1870 SI.14
TELEF: 2186474 - 2188478 MOV.: 0999436028
CALIFICACION ARTESANAL # 8713

PROFORMA # 1901

ESTIMADO
GQUIL, 26/7/2016

CANT	DESCRIPCION	V. UNITARIO	V.TOTAL
1	PUERTA DE GARAJE SECCIONAL MEDIDAS: 3 X 2.50		1450
1	MOTOR CRAFTSMAN O LIFTMASTER AMERICANO DE 1/2 HP INCLUYE: 2 CONTROL REMOTO		230
1	INSTALACION: MOTOR PUERTA	80 175	
	ERRAJE PUERTA SECCIONAL INCLUYE: CURVOS, RODAMIENTOS POLEAS, BISAGRAS	400.00	
SUBTOTAL			1680
IVA			0.00
TOTAL			1680.00

GARANTIA: . ANTIPO: 50%
TIEMPO DE ENTREGA: 8 DIAS LABORABLE SALDO CONTRA ENTREGA

* PARA INSTALACION DE MOTORES REQUERIMOS UN PUNTO DE LUZ DE 110 V O 220 V
* LOS TRABAJOS DE PICADA, RESANES DE CEMENTO, PINTURA, CORTES Y ARREGLO DE TUMBADOS
E INSTALACIONES ELECTRICAS DEBE EFECTUARLAS EL CLIENTE

Anexo 9 Cotizaciones de materiales para elaboración de las puertas

MULTIMETALES S.A.
 PORTETE #3838 ENTRE LA 13AVA.Y LA 14AVA. Cotización No. : 146975
 Telf: 2476832
 Ruc: 0992160454001
 Almacén : L5 PORTETE Fecha : 13/10/2016 Vendedor: MU Multimetales
 Cliente : 999999999 CONSUMIDOR FINAL

Producto	Descripción	Cantidad	Precio	Subtotal	Dcto 1	Dcto 2	Total
T415	TUBO CUADRADO 1 1/2 X 1.8/2 (40X	13.00	13.7060	178.1780	6.00	5.00	159.1180
P175	PLANCHA NEGRA 1/25 0.90 (4X8)	8.00	17.3868	139.0944	6.00	5.00	124.2044
K135	BISAGRAS TORNEADAS DE 3/4	4.00	.7800	3.1200	6.00	.00	2.9300
K900	FUNDA AGA 6011 (1/8) 5 KLS.	4.00	16.9400	67.7600	6.00	5.00	60.5100
A195	ANGULO 1 1/2 X 1/8 (38-40X3MM)	5.00	10.8264	54.1320	6.00	5.00	48.3420
RS20	RUEDA AEREA (CORREA 80)	2.00	5.9000	11.8000	6.00	.00	11.0900
G125	CORREA 80 X 40 X 15 X 1.8MM (REF	1.00	11.5060	11.5060	6.00	10.00	9.7360
T530	TUBO RECTANGULAR 1 1/2 X 3/4 X 2	7.00	10.8020	75.6140	6.00	10.00	63.9640
T665	TUBO GALV. CERR. 2 X 1.8/2 (50 X	1.00	18.0180	18.0180	6.00	5.00	16.0880
T475	TUBO CUADRADO 4 X 2 (100X2MM)	2.00	34.7490	69.4980	6.00	10.00	58.7980

Su descuento total es de \$73.94 Subtotal : 554.78
 Total Final Incluye Iva. Exento : .00
 Presentemos una mejor Opción y se la Mejoramos Impuesto : 14.00 % 77.67
 Stock y Precios sujetos a variación sin previo aviso Total : 632.45

DIPAC MANTA S.A.
 R.U.C. 1390060757001
 CONTRIBUYENTE ESPECIAL

DIPAC
 PRODUCTOS DE ACERO

PROFORMA

NUMERO DE OFERTA: 090061462 GUYAQUIL LOCAL 2, 13-10-16
 NOMBRE/RAZON SOCIAL: WILSON ROSERO
 CODIGO DE CLIENTE: 099999999 TELEFONO:
 CODIGO DE DIRECCION: 024065445 COLOMBIA

Pos	Artículo	Descripción	Cantidad	Precio	Total USD. U
10	ERC25502	TS. EST.NEG.REC 25x50x2 .0mm	1.00	11.33	11.33 u
20	AL02803	ANG. IMP. 25mmx2mm (1x1/8) "	1.00	6.10	6.10 u
30	PL7012030	PLANTIA 1/2x1/8 BLANCA (12x3) "	1.00	1.45	1.45 u
40	VCU12	VARILLA CUADRA 1/2 (12mm) "	1.00	4.01	4.01 u
50	ECU07502	T.EST.NEG.CU.IMP. 75MM X 2MM	1.00	29.02	29.02 u

ESTE DOCUMENTO NO CONSTITUYE VENTA Y LOS PRECIOS PUEDEN CAMBIARSE SIN PREVIO AVISO

Estos precios no aplican para pago con Tarjeta de Crédito
 FUERZA DE PAGO: CONTRATO

Subtotal 61.91
 Iva 7.26
 Total USD ORIGINAL - ORIGINARIO

PFC ACCESOS AUTOMATICOS DEL ECUADOR S.A.
RUC: 1791761618001

FACTURA S002-001
Nº 000022034

QUITO: Isla Genovesa N43-189 y Río Coca Cda. Jipijapa.
 Telfs: (593-2) 2243-485 / 2244-892 / 2275-906
 Fax: (593-2) 2240-487 / Cels: 099 8759890 / 097 9393560
 E-mail: ventas@pfccontrols.com

GUAYAQUIL: Los Alamos Principal solar 13 y secundaria, atrás de Comandato de la Atarazana
 Telfs: (593-4) 269-1139 / 269-1148 Fax: (593-4) 269-1142 / Cel: 098 7471143
 E-mail: ventasg@pfccontrols.com
 www.pfccontrols.com

Aut. SRI. 1118850134
 DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO

Fecha: 7/3/2016

Cliete: RUC/CI: 0920977576001
TOALA AVILA MARCOS
 KM 8.5 VIA DAULE
 COOP. JUAN MONTALVO Mz V2 SL27
 GUAYAQUIL

Teléfono: 0939201635

Guía de Remisión:

Atención	P.O. No	Forma de Pago	Vence	
			7/3/2016	
Canti...	Codigo	Descripcion	Unitario	Total
2	SE-53648	Motor Craftsman 2R 1/2 HP	174.12	348.24

Nombre: TOALA AVILA MARCOS Firma: [Firma] CI: 092097757-6
 Efectivo \$ 396.99 Transf/Dpsto Bco: Valor: Cobrador: [Firma] Despchado: Subtotal \$348.24
 Banco: No Cheque Fecha: Valor \$ IVA \$48.75
 Recepción en bodega: Recibí conforme Fecha: 10/03/16 Nombre: Javier Toala A. **Total \$396.99**

BONIFAZ BERRONES SONIA ELIZABETH "IMPRESIONES GRAFICAS T&B" RUC: 0601870769001 AUT. S.R.I.: 1745 FECHA DE AUTORIZACIÓN: 24/05/2016 DEL 21701 AL 22200
 FECHA DE CADUCIDAD 24 DE MAYO DEL 2017 Original: CLIENTE / 1era Copia: EMISOR / 2da Copia: SRI VALOR TRIBUTARIO

PFC ACCESOS AUTOMATICOS DEL ECUADOR S.A.
RUC: 1791761618001

FACTURA S002-001
Nº 000021486

QUITO: Isla Genovesa N43-189 y Río Coca Cda. Jipijapa.
 Telfs: (593-2) 2243-485 / 2244-892 / 2275-906
 Fax: (593-2) 2240-487 / Cels: 099 8759890 / 097 9393560
 E-mail: ventas@pfccontrols.com

GUAYAQUIL: Los Alamos Principal solar 13 y secundaria, atrás de Comandato de la Atarazana
 Telfs: (593-4) 269-1139 / 269-1148 Fax: (593-4) 269-1142 / Cel: 098 7471143
 E-mail: ventasg@pfccontrols.com
 www.pfccontrols.com

Aut. SRI. 1118542247
 DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO

Fecha: 5/11/2016

Cliete: RUC/CI: 0920977576001
TOALA AVILA MARCOS
 KM 8.5 VIA DAULE
 COOP. JUAN MONTALVO Mz V2 SL27
 GUAYAQUIL

Teléfono: 0939201635

Guía de Remisión:

Atención	P.O. No	Forma de Pago	Vence	
			5/11/2016	
Canti...	Codigo	Descripcion	Unitario	Total
1	LM-1210E 095611200379 095611200385 095611200395 095611200386.	Motor Liftmaster 1/2HP, riel 2controles botonera sin fotoceldas	178.572	714.29T

Nombre: TOALA AVILA MARCOS Firma: [Firma] CI: 092097757-6
 Efectivo \$ 800.00 Transf/Dpsto Bco: Valor: Cobrador: [Firma] Despchado: Subtotal \$714.29
 Banco: No Cheque Fecha: Valor \$ IVA \$85.71
 Recepción en bodega: Recibí conforme Fecha: 10/03/16 Nombre: Javier Toala A. **Total \$800.00**

BONIFAZ BERRONES SONIA ELIZABETH "IMPRESIONES GRAFICAS T&B" RUC: 0601870769001 AUT. S.R.I.: 1745 FECHA DE AUTORIZACIÓN: 23/03/2016 DEL 21201 AL 21700
 FECHA DE CADUCIDAD 23 DE MARZO DEL 2017 Original: CLIENTE / 1era Copia: EMISOR / 2da Copia: SRI VALOR TRIBUTARIO

PFC ACCESOS AUTOMATICOS DEL ECUADOR S.A.
RUC: 1791761618001
 QUITO: Isla Genovesa N43-189 y Rio Coca Cda. Jipijapa.
 Telfs: (593-2) 2243-485 / 2244-952 / 2275-906
 Fax: (593-2) 2240-487 / Cels: 099 8759880 / 097 8393560
 E-mail: ventas@pfccontrols.com
 GUAYAQUIL: Los Alamos Principal solar 13 y secundaria, atrás de Comandato de la Alarazana
 Telfs: (593-4) 269-1139 / 269-1148 Fax: (593-4) 269-1142 / Cel: 098 7471143
 E-mail: ventas@pfccontrols.com
 www.pfccontrols.com

FACTURA S002-001
Nº 000021681
 Aut. S.R.I. 1118542247
 DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO

Fecha: 6/2/2016

Cliente: **RUC/CI:** 0920977576001
TOALA AVILA MARCOS
 KM 8.5 VIA DAULE
 COOP. JUAN MONTALVO Mz V2 SL27
 GUAYAQUIL
Teléfono: 0939201635

Atención: **Guía de Remisión:**

Atención	P.O. No.	Forma de Pago	Vence	
			6/2/2016	
Canti...	Codigo	Descripcion	Unitario	Total
2	PF-TX433N	Control Remoto 2ch 433.92 mhz-NUEVO	14.77	29.54T

RECIBI CONFORME
 Fact. 21681
 Fecha 09/02/2016
 Firma [Firma]

Nombre: [Firma] Firma: [Firma] C.I. 092097757-6
 Efectivo \$ 33.68 Transf/Dpsto Bco. Valor Cobrado D Dspchado Subtotal \$29.54
 Banco No Cheque Fecha Valor \$ IVA \$4.14
Total \$33.68

Recepción en bodega: Recibí conforme

BONIFAZ BERRONES SONIA ELIZABETH "IMPRESIONES GRAFICAS TAB" RUC: 0601870769001 AUT. S.R.I.: 1745 FECHA DE AUTORIZACIÓN 23/03/2016 DEL 21201 AL 21700
 FECHA DE CADUCIDAD 23 DE MARZO DEL 2017 Original: CLIENTE / 1era Copia: EMISOR / 2da Copia: SIN VALOR TRIBUTARIO

PFC ACCESOS AUTOMATICOS DEL ECUADOR S.A.
RUC: 1791761618001
 QUITO: Isla Genovesa N43-189 y Rio Coca Cda. Jipijapa.
 Telfs: (593-2) 2243-485 / 2244-952 / 2275-906
 Fax: (593-2) 2240-487 / Cels: 099 8759880 / 097 8393560
 E-mail: ventas@pfccontrols.com
 GUAYAQUIL: Los Alamos Principal solar 13 y secundaria, atrás de Comandato de la Alarazana
 Telfs: (593-4) 269-1139 / 269-1148 Fax: (593-4) 269-1142 / Cel: 098 7471143
 E-mail: ventas@pfccontrols.com
 www.pfccontrols.com

FACTURA S002-001
Nº 000021737
 Aut. S.R.I. 1118850134
 DOCUMENTO CATEGORIZADO: NO

Fecha: 6/8/2016

Cliente: **RUC/CI:** 0920977576001
TOALA AVILA MARCOS
 KM 8.5 VIA DAULE
 COOP. JUAN MONTALVO Mz V2 SL27
 GUAYAQUIL
Teléfono: 0939201635

Atención: **Guía de Remisión:**

Atención	P.O. No.	Forma de Pago	Vence	
			6/8/2016	
Canti...	Codigo	Descripcion	Unitario	Total
1	LM-SL1000	Kit Corredizo 2 controles	446.50	446.50T
4	DI-CRI	Cremallera galvanizada	15.726	62.90T
3	LM-811LM	Control remoto 1ch 315-390mhz	14.18	42.54T

RECIBI CONFORME
 Fact. 21737
 Fecha 09/08/2016
 Firma [Firma]

Nombre: [Firma] Firma: [Firma] C.I. 092097757-6
 Efectivo \$ 629.21 Transf/Dpsto Bco. Valor Cobrado D Dspchado Subtotal \$551.94
 Banco No Cheque Fecha Valor \$ IVA \$77.27
Total \$629.21

Recepción en bodega: Recibí conforme

BONIFAZ BERRONES SONIA ELIZABETH "IMPRESIONES GRAFICAS TAB" RUC: 0601870769001 AUT. S.R.I.: 1745 FECHA DE AUTORIZACIÓN 24/05/2016 DEL 21701 AL 22200
 FECHA DE CADUCIDAD 24 DE MAYO DEL 2017 Original: CLIENTE / 1era Copia: EMISOR / 2da Copia: SIN VALOR TRIBUTARIO

