

INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR “CORDILLERA”
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

PROYECTO
EL MERCADO INTERNACIONAL
DE MAQUINARIA Y LAS EMPRESAS INDUSTRIALES
EN EL ECUADOR, REESTRUCTURACION DEL DEPARTAMENTO
DE VENTAS EN LA EMPRESA IMPORTACIONES AMERICANAS
IMPORADFON CIA. LTDA. EN EL SECTOR SUR DE QUITO.

PROYECTO DE TRABAJO DE GRADUACIÓN QUE SE PRESENTA COMO
REQUISITO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE TECNÓLOGO EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS.

AUTOR: MONCAYO FONSECA, PEDRO ADOLFO

DIRECTOR DE GRADUACIÓN: ING. **CRISTIAN PRADO**

Quito, Mayo 2.013

CONTRATO DE CESION DE DERECHOS

Yo, PEDRO ADOLFO MONCAYO FONSECA, portador de la cedula de ciudadanía No. 1707793889. Alumno de la ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS reconozco que el presente proyecto es de mi Autoría, pero los derechos de propiedad intelectual pertenecen al INSTITUTO SUPERIOR CORDILLERA.

Pedro A. Moncayo F.

.....

C.I 1707793889.



CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN

En mi calidad de Director del Trabajo de Graduación en la Carrera de Administración de Empresas, nombrado por el Consejo de Escuela en fecha de

CERTIFICO:

Que se ha procedido al estudio del Trabajo de Graduación del alumno Moncayo Fonseca Pedro Adolfo.

Como requisito previo al desarrollo de la investigación para optar por el título de Tecnólogo en Administración de Empresas.

CON EL CONOCIMIENTO DEL ENTORNO COMERCIAL, Y EL MERCADO LOCAL, PROPONEMOS OFRECER UNA FORMA DIFERENTE DE NEGOCIAR LAS MAQUINARIAS, NUEVAS Y USADAS, QUE IMPORTAMOS DESDE EL MERCADO NORTEAMERICANO, MEJORANDO LOS COSTOS Y CALIDAD PARA EL EMPRENDEDOR PRODUCTIVO INTERNO.

Presentado por el alumno:

Moncayo Fonseca Pedro Adolfo

Cédula de ciudadanía No.1707793889

Director del Trabajo de Graduación:

Quito, Mayo 2.013



ÍNDICE GENERAL

CONTRATO DE CESION DE DERECHOS	ii
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADUACIÓN	iii
ÍNDICE GENERAL.....	iv
ÍNDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE FIGURAS	xii
DEDICATORIA	xiii
AGRADECIMIENTO.....	xiv
RESUMEN.....	xv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I.....	2
1. EL PROBLEMA	2
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	3
1.3. OBJETIVOS	4
1.3.1. Objetivo General:	4
1.3.2. Objetivos Específicos:	4
1.3.3. Características de los Objetivos Específicos:	4
1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA	5
CAPITULO II	6
2. MARCO TEÓRICO.....	6
2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	6
2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	8
2.2.1. “El mercado internacional de la maquinaria industrial”.....	8
2.2.1.1. Empresas en el mercado estadounidense.....	8
2.2.1.2. Equipo y Maquinaria declarada en subasta.	9
2.2.1.3. Mantenimiento del Equipo y Maquinaria.	10
2.2.1.4. Generación de un mercado electrónico de maquinaria usada..	11
2.2.1.5. El proceso de comprar maquinaria y su recepción.	11

2.2.1.6.	La logística de transporte para las maquinarias industriales. ...	12
2.2.1.7.	Los principales beneficios para vendedores y compradores....	12
2.2.1.8.	En busca de un mercado internacional.	13
2.2.2.	Mercado de la maquinaria usada.	14
2.2.2.1.	Factores que afectan la oferta y la demanda.	14
2.2.2.2.	La maquinaria usada como alternativa.	16
2.2.2.3.	lugares de venta de maquinaria usada.	16
2.2.2.4.	Posible costo de esta maquinaria.	17
2.2.2.5.	Consideraciones al negociar maquinaria usada.	18
2.2.2.6.	Posibles financiamientos a tomar en cuenta.	18
2.2.3.	Maquinaria metalmecánica.	19
2.2.4.	Maquinaria maderera.	20
2.2.5.	Maquinaria para transporte de carga.	21
2.2.6.	Maquinaria pesada nueva y usada.	22
2.2.6.1.	Maquinaria pesada en Estados Unidos.	22
2.3.	EMPRESAS INDUSTRIALES EN EL MERCADO ECUATORIANO.	23
2.3.1.	Evolución del sector Industrial el País.	24
2.3.1.1.	Inicio y desarrollo Industria en el Ecuador desde los 50s.	24
2.3.1.2.	Desarrollo de la industria desde los 50s a los 70s.	25
2.3.1.3.	Proceso de la industria desde los 70s.	25
2.3.1.4.	Presencia de la industria Ecuatoriana en la CAN.	26
2.3.2.	La Industria de la manufactura.	26
2.3.2.1.	El Proceso industrial.	27
2.3.2.2.	Resultados del proceso de industrialización.	27
2.3.2.3.	La industrialización sus límites y problemas.	28
2.3.3.	Maquinarias Usadas en el Ecuador.	29
2.3.3.1.	Maquinarias Usadas para la Industria Metalmecánica.	29
2.3.3.2.	Maquinarias Usadas para la Industria de la Madera.	30
2.4.	DEFINICIÓN DE TERMINOS BASICOS O GLOSARIO DE TERMINOS.	31



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACION

2.5.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	32
2.5.1.	Constitución de la Empresa.....	32
2.5.2.	Registro Único de Contribuyentes.....	33
2.5.3.	Patente Municipal.....	34
2.5.4.	Registro de Importador y Exportador.....	34
2.6.	CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES	35
2.7.	PREGUNTAS DIRECTRICES DE LA INVESTIGACIÓN	36
CAPITULO III.....		39
3.	METODOLOGIA	39
3.1.	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	39
3.1.1.	Modalidad de la Investigación.....	39
3.1.2.	Tipo de Investigación.	39
3.1.2.1.	Método deductivo	39
3.1.2.2.	Población y muestra.....	40
CAPITULO IV.....		43
4.	PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	43
4.1.	Pregunta No.1 ¿Considera Usted que Imporadfon Cía. Ltda., necesita Reestructurar su Departamento de Ventas?	44
4.1.1.	Conclusiones.....	44
4.1.2.	Recomendaciones	44
4.2.	Pregunta No. 2 ¿Cree usted que se debe realizar una segmentación de clientes?	45
4.2.1.	Conclusiones.....	45
4.2.2.	Recomendaciones	45
4.3.	Pregunta No. 3 ¿Conoce usted las maquinas usadas que adquieren nuestros clientes?	46
4.3.1.	Conclusiones.....	46
4.3.2.	Recomendaciones	46
4.4.	Pregunta No. 4 ¿Considera que la maquinaria se encuentra en condiciones competitivas para el mercado local?.....	47
4.4.1.	Conclusiones.....	47



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACION

4.4.2. Recomendaciones	47
4.5. Pregunta No. 5 ¿Considera que se da solución oportuna a los problemas de nuestros clientes?.....	48
4.5.1. Conclusiones.....	48
4.5.2. Recomendaciones	48
4.6. Pregunta No. 6 ¿Tiene conocimiento del funcionamiento de las maquinas que se vende?.....	49
4.6.1. Conclusiones.....	49
4.6.2. Recomendaciones	49
4.7. Pregunta No. 7 ¿Los Vendedores cuentan con un cronograma preestablecido de atención a sus clientes?	50
4.7.1. Conclusiones.....	50
4.7.2. Recomendaciones	50
4.8. Pregunta No. 8 ¿Los Vendedores con qué frecuencia visitan a sus clientes?	51
4.8.1. Conclusiones.....	51
4.8.2. Recomendaciones	51
CAPITULO V	52
5. LA PROPUESTA.....	52
5.1. ANTECEDENTES	52
5.1.1. Para qué sirve un proyecto de investigación.	52
5.1.2. Porque utilizaremos un proyecto de inversión.	52
5.2. INTRODUCCIÓN	53
5.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA.....	53
5.4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA	53
5.4.1. Análisis situacional.....	53
5.4.1.1. Análisis macro ambiente.....	53
5.4.1.1.1. Entorno económico	53
5.4.1.1.1.1. Inflación.....	54
5.4.1.1.1.2. Producto interno bruto	56
5.4.1.1.1.3. Tasa de interés activa 2011-2013	58

5.4.1.1.1.4. Tasa de interés pasiva 2011-2013.....	60
5.4.1.1.1.5. Riesgo país 2001-2013	62
5.4.1.1.1.6. Balanza comercial.....	64
5.4.1.1.2. Entorno político.....	65
5.4.1.1.2.1. Función Ejecutiva	65
5.4.1.1.2.2. Función Judicial.....	67
5.4.1.1.2.3. Función Legislativa	68
5.4.1.1.2.4. Función Electoral.....	69
5.4.1.1.2.5. Función de Transparencia y Control Social.....	70
5.4.1.1.2.6. Conclusión General	71
5.4.1.2. Análisis del microambiente.	72
5.4.1.2.1. Fuerzas de Porter.....	72
5.4.1.2.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.	72
5.4.1.2.1.2. La rivalidad entre los competidores.....	72
5.4.1.2.1.3. Poder de negociación de los proveedores.....	72
5.4.1.2.1.4. Poder de negociación de los clientes	73
5.4.1.2.1.5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos.	73
5.4.1.2.2. Entorno social.....	74
5.4.1.2.2.1. Desempleo	74
5.4.1.2.2.2. Pobreza	75
5.4.1.2.2.3. Salud	75
5.4.1.2.2.4. Educación	76
5.4.1.2.3. Entorno tecnológico	77
5.4.1.2.3.1. Industria de la Construcción.....	77
5.4.1.2.3.2. Industria textil.....	77
5.4.2. Análisis FODA	78
5.4.2.1. Factor económico	79
5.4.2.2. Factor legal.	80
5.4.2.3. Factor social.....	80
5.4.3. Gestión administrativa.....	81
5.4.3.1. Filosofía corporativa.....	83

5.4.3.1.1. Misión	83
5.4.3.1.2. Visión	83
5.4.3.2. Objetivo general	83
5.4.3.3. Objetivos específicos	83
5.4.3.4. Principios y valores	83
5.4.3.4.1. Cumplimiento a tiempo:.....	83
5.4.3.4.2. Trabajo en base a resultados:	84
5.4.3.4.3. Moral, ética y honestidad:	84
5.4.3.4.4. Respeto y cordialidad:.....	84
5.4.3.4.5. Identidad organizacional:	84
5.4.3.4.6. Apoyo a las ideas:	84
5.4.3.4.7. Calidad, eficiencia y eficacia en los recursos e insumos: .	84
5.4.4. Funciones departamento administrativo.....	85
5.4.5. Funciones departamento financiero.....	87
5.4.6. Funciones departamento logística	88
5.4.7. Funciones departamento seguridad	89
5.4.8. Departamento de ventas	90
5.4.8.1. Objetivos.....	90
5.4.8.2. Funciones del departamento de ventas	91
CAPITULO VI.....	95
6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	95
6.1. RECURSOS.....	95
6.1.1. Capital Humano.....	95
6.1.2. Recursos Materiales.....	95
6.1.3. Recursos Económicos.....	96
6.2. CONCLUSIONES Y RECOMENTACIONES GENERALES DEL PROYECTO	98
6.2.1. Conclusiones.....	98
6.2.2. Recomendaciones	98
CAPITULO VII	99
7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:.....	99



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACION

7.1. LIBROS	99
7.2. ARTÍCULOS	99
7.3. TRABAJOS DE GRADUACIÓN	99
7.4. DOCUMENTOS DE CARÁCTER LEGAL.....	100
ANEXOS.....	101



ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Necesidad de reestructuración del departamento de ventas	44
TABLA N° 2 Realización de una segmentación de clientes	45
TABLA N° 3 Conocimiento de la maquinaria que adquieren los clientes.....	46
TABLA N° 4 Competencia de la maquinaria en el mercado local	47
TABLA N° 5 Solución oportuna de los problemas de nuestros clientes	48
TABLA N° 6 Conocimiento del funcionamiento de las maquinas para la venta..	49
TABLA N° 7 Existencia de un cronograma de atención a los clientes.....	50
TABLA N° 8 Frecuencia de visita de los vendedores a los clientes	51
TABLA N° 9 Visualización de la inflación del país.	54
TABLA N° 10 El. P.I.B. del Ecuador	56
TABLA N° 11 Tasa de interés activa.....	58
TABLA N° 12 Tasa de interés pasiva 2011-2013.....	60
TABLA N° 13 Registro del riesgo país.....	62
TABLA N° 14 Balanza comercial.....	64
TABLA N° 15 Porcentaje de desempleo.....	74
TABLA N° 16 Presupuesto para la elaboración del proyecto.....	96

INDICE DE FIGURAS

FIGURA N° 1 Causas y efectos del problema	3
FIGURA N° 2 Antecedentes del estudio.....	6
FIGURA N° 3 Antecedentes del estudio.....	7
FIGURA N° 4 Descripción de maquinaria pesada.....	22
FIGURA N° 5 Variables de la investigación	38
FIGURA N° 6 Instrumento de la investigación	41
FIGURA N° 7 Procedimientos de la investigación.....	42
FIGURA N° 8 Necesidad de reestructuración del departamento de ventas.....	44
FIGURA N° 9 Realización de una segmentación de clientes	45
FIGURA N° 10 Conocimiento de la maquinaria que adquieren los clientes	46
FIGURA N° 11 Competencia de la maquinaria en el mercado local.....	47
FIGURA N° 12 Solución oportuna de los problemas de nuestros clientes.....	48
FIGURA N° 13 Conocimiento del funcionamiento de las maquinas para la venta	49
FIGURA N° 14 Existencia de un cronograma de atención a los clientes	50
FIGURA N° 15 Frecuencia de visita de los vendedores a los clientes	51
FIGURA N° 16 Inflación anual general, bienes y servicios	54
FIGURA N° 17 Variación del P.I.B. últimos dos años	56
FIGURA N° 18 Tasa de interés activa de los últimos dos años.....	58
FIGURA N° 19 Tasa de interés pasiva de los últimos dos años	60
FIGURA N° 20 Riesgo país del último mes	62
FIGURA N° 21 Balanza comercial	64
FIGURA N° 22 Proveedores y competidores	73
FIGURA N° 23 Desempleo de los últimos dos años	74
FIGURA N° 24 Organigrama estructural propuesto de empresa.....	81
FIGURA N° 25 Funciones por departamentos de la empresa.....	82
FIGURA N° 26 Flujograma de ventas	92
FIGURA N° 27 Flujograma de ventas	93
FIGURA N° 28 Flujograma de publicidad.....	94
FIGURA N° 29 Cronograma de actividades	97
FIGURA N° 30 Transformación de tipos de producción.....	101
FIGURA N° 31 Tipo de producción internacional.....	102
FIGURA N° 32 Formulario registro Importador Exportador.....	103



DEDICATORIA

Dedicado en reconocimiento formal, a mi amada Sonia Magali Vela Alarcon por su compania y alto espiritu de entrega y respaldo solidario, en todas las actividades que como persona y profesional vivo realizando dia a día.

Pedro A. Moncayo F.

**AGRADECIMIENTO**

A Dios por haberme guiado en un camino prudente hasta ahora, a cada uno de los que son parte de mi familia a mi PADRE Carlos Moncayo, a mi MADRE, Genoveva Fonseca, a mis hermanos; por siempre haberme dado su fuerza y apoyo incondicional que me han ayudado y llevado hasta donde estoy ahora. Por último a mis Instructores, a mis compañeros porque en esta armonía grupal lo hemos logrado y a mi director de tesis, Ing. Cristian Prado quién me ayudó en todo momento, también al Tlgo. Carlos Ramos.

Pedro A. Moncayo F.



**REESTRUCTURACION PARA LA IMPLEMENTACIÓN DEL
DEPARTAMENTO DE VENTAS EN IMPORTACIONES AMERICANAS
“IMPORADFON CIA. LTDA.”**

Autor: **MONCAYO FONSECA PEDRO ADOLFO**

Director del Trabajo de Graduación:

RESUMEN

Importaciones Americanas Adrian Fonseca IMPORADFON, surge de la iniciativa de nuestro principal Humberto Adrian, ecuatoriano radicado en el País del Norte Estados Unidos, quien salió del País por los años 70. En su esfuerzo de colaborar con los empresarios o microempresarios ecuatorianos, insta a generar un negocio, de venta de maquinaria industrial de segunda mano o reparada, en procura de apoyo a la mano de obra y mejora en la tecnificación de nuestros pequeños empresarios. El estudio de factibilidad, que a continuación presentamos servirá de base para la implementación del Departamento de Ventas de nuestra compañía esfuerzo que insta a conseguir el apoyo de profesionales en esta área, la metodología que utilizaremos tiene estrecha vinculación con los estudios realizados y aplicados en el Instituto Tecnológico Superior Cordillera. La importancia de este proyecto guarda relación con la búsqueda de potenciales clientes y relacionados en función de la utilización de nuestras maquinas que mantenemos generalmente en stock y dispuestas para la venta. Esta implementación servirá para el engrosamiento administrativo de nuestra empresa, generando ocupación laboral profesional a los residentes del sector en el que nos constituimos.



INTRODUCCIÓN

El sector Industrial Ecuatoriano, en especial el metal-mecánico y el maderero requieren transformaciones, de orden operativo, hasta hoy día continuamos laborado de manera manual artesanal, lo ideal es ir dando paso al avance tecnológico y sistemático, debemos estar orientados con la tendencia de la globalización, a la que obedece económicamente todo el mundo. Hemos realizado consultas y visitas a nuestros clientes más allegados y competidores, los medios operativos esto es las maquinarias no pueden ser aprovechados en un 100%, porque las condiciones actuales de nuestra mano de obra operativa no acompañan a la propuesta transformadora empresarial.

Importaciones Americanas IMPORADFON CIA. LTDA. fue creada hace más de dos años, la iniciativa de nuestro socio fundador es apoyar al emprendedor industrial, con maquinaria usada pero con un alto porcentaje operativo, estamos realizando ya importaciones y tenemos maquinarias en bodega para el cumplimiento de este objetivo. Nos proponemos realizar un estudio para la reestructuración del departamento de ventas de nuestra empresa, el requerimiento obedece a que la Compañía no dispone de esta sección plenamente definida, y la consideramos indispensable a efectos de alcanzar, los logros y metas propuestas por la Administración, los resultados obtenidos a nivel de comercialización no han sido los pretendidos factor fundamental por el que se debe realizar el proceso señalado.

Buscamos con esta investigación el establecimiento de una relación directa y filial, entre nuestros montos mensuales de facturación y por supuesto la preferencial atención a nuestros clientes, consideramos que este factor es importante y debe ser tratado de manera directa y puntual.



CAPITULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En el Ecuador específicamente en su capital la utilización de maquinaria usada importada desde varias latitudes se manifiesta de distintas maneras en apoyo al sector industrial, la empresa plantea a más de importar y vender la maquinaria identificarnos con los cliente a fin de constituirmos en proveedores y capacitadores de los bienes vendidos, objetivo fundamental debe ser que la fabricación pase de ser manual artesanal y despuntar al plano técnico industrial. Por las características de nuestra mano de obra la aplicación de la tecnología en nuestro medio no se la puede utilizar de una manera total como lo hacen en otros países, una razón más para poner a disposición máquinas de nivel intermedio en el proceso industrial manufacturero y la tecnología avanzada de la que ya se dispone.

Nuestro medio justifica la utilización de este tipo de máquinas, que es más conveniente para los industriales y menos costoso el nivel de inversión y capacitación. Al realizar la reingeniería la empresa atacará su problema básico en ventas y a la vez pretendemos conocer más de la competencia sus fortalezas y debilidades que se constituyen en amenazas y nuestras oportunidades a fin de poder competir en el medio a insertarnos comercialmente.



<u>Causas</u>	<u>Efectos</u>
La hora hombre laboral no son bien aprovechadas.	Retrasos en la entrega de pedidos, baja producción.
La poca inversión para la adquisición de nueva maquinaria.	
Retraso en el proceso de importaciones.	Incremento en el costo de la maquinaria.
Poco incremento en la facturación de la empresa.	No se pueden cancelar los préstamos de los socios.

FIGURA N° 1 Causas y efectos del problema

Nota: El cuadro anterior se identifica las causas y los posibles efectos a cubrir con el presente estudio, del problema planteado.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿La Implementación del departamento de ventas, propuesto con el presente estudio, sin duda ayudara a mejorar los ingresos operativos de Imporadfon Cía. Ltda.?



1.3. OBJETIVOS

1.3.1. Objetivo General:

En función de la puesta en marcha del departamento de ventas, el objetivo general es mejorar los ingresos mediante la comercialización de la maquinaria usada importada.

1.3.2. Objetivos Específicos:

Realizar la reingeniería aplicada a la creación del Departamento de Ventas puesto que no existe y es primordial su puesta en marcha, determinar o cuantificar los potenciales clientes que posee la empresa a fin de trabajar con una base de datos para las proyecciones de ventas requeridas. Valorar la competencia a efectos de conocerla y de ser posible superarla.

1.3.3. Características de los Objetivos Específicos:

- ◆ Describir el comportamiento de las ventas anuales de Imporadfon, en los últimos dos años.
- ◆ Medir la productividad de la empresa en los dos últimos años.
- ◆ Diagnosticar el incremento de los Clientes en los últimos dos años.
- ◆ Implantar el departamento de ventas en la empresa.
- ◆ Diagnosticar el incremento de la productividad de dicho departamento.
- ◆ Medir la facturación esperada después de la implantación del departamento de ventas.



1.4. JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA

Uno de nuestros verdaderos ideales puesto en práctica por nuestro socio fundador, el Señor Humberto Adrian, conocedor profundo de la problemática laborar artesanal manual de nuestro medio, principalmente en las industrias de la madera y el metal; al importar maquinaria usada esta se la emplee en superar metas en los siguientes niveles:

Seguridad industrial, precautelando la integridad física de los trabajadores.
Incrementar el potencial operativo de la mano de obra de los obreros.

Apoyar a los emprendedores para que a bajos costos pongan en operación su anhelo de producir más.

Poder palpar el incremento en los ingresos de los industriales y por ende el aumento de las plazas laborales en apoyo a la mano de obra local.

Con la aplicación de la reingeniería e nuestra empresa, estaremos en capacidad de consolidar nuestra empresa y podemos ver la aplicación de los objetivos propuestos antes detallados. Entre ellos, el planteamiento también va dirigido a ubicar a nuestros competidores, aprender de ellos y con el desarrollo continuo de nuestros recursos poder llegar, a posicionar a la empresa en el mercado y competir de manera digna en el mercado local.

CAPITULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

TITULO TESIS:

Planificación Estratégica en el Departamento de Ventas de la Empresa
PERVOLARE S.A.

AUTOR:

William Alfredo Encalada Puga.

METODOLOGIA APLICADA:

Deductiva Directa, Descriptiva, Lógica, Sistemática Analítica.

DATOS DE UBICACIÓN:

Biblioteca de la Facultad de Administración de Empresas, No, 658404 / E 11 /
T 4574 / Año 2010.

CONCLUSIONES:

- ◆ Muy buena obra de investigación y formas de aplicación de la nueva metodología, sobre el Tema de las Ventas, para ser aplicada a distintas áreas de la comercialización.
- ◆ Se insiste en el buen trato al cliente, investigación sobre sus necesidades, y por lo tanto buenos resultados en los objetivos a alcanzar, considerando siempre tener un adecuado servicio de post venta.
- ◆ Por la extensión del trabajo podemos considerar que la metodología aplicada fue la correcta, de ello la aprobación del trabajo presentado.

FIGURA N° 2 Antecedentes del estudio

Nota: El cuadro visualizamos el proyecto que fue revisado, y que servirá de fundamentación del presente estudio.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

1.1 ANTECEDENTES DEL ESTUDIO**TITULO TESIS:**

Organización Técnico Administrativa y de Comercialización de Repuestos y partes Automotrices para la empresa Automotriz Padilla & Asociados Cía. Ltda.

AUTOR:

Lcda. Karen Gabriela Padilla Nájera.

METODOLOGIA APLICADA:

Deductiva Directa.

DATOS DE UBICACIÓN:

Biblioteca de la Facultad de Administración de Empresas, No, 1569 / P123 / T 1569 / Año 2001.

CONCLUSIONES:

- ◆ Se realizó una investigación básica en el mercado y su forma de comercializar los repuestos usados sobre todo en la industria automotriz ya que para ese entonces se importó muchos motores y refacciones para todo tipo de maquinaria. Conforme este desarrollo se obtuvo los logros deseados por sus directivos.
- ◆ Al aplicar este tipo de metodología, al autor se le entrego la oportunidad de tomar contacto con el mercado y conocer a los gestores de los negocios sobre todo inversores de origen asiático, que fueron los verdaderos pioneros de la importación de maquinaria usada desde los distintos países de origen.

FIGURA N° 3 Antecedentes del estudio

Nota: El cuadro visualizamos el proyecto que fue revisado, y que servirá de fundamentación del presente estudio.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.



2.2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

Por naturaleza propia y lógica, el ser humano en su constante búsqueda de respuestas a las diferentes interrogantes que va encontrando a medida que desarrolla su saber, y una vez que consigue estas respuestas se realiza nuevas interrogantes, cuestiona estas respuestas. Nos atrevemos a decir que el proceso de reingeniería es una respuesta a una interrogante ("¿estamos acaso haciendo las cosas bien o podríamos hacerlas mejor?") que surgió después de haber obtenido una respuesta (el proceso o actividad en sí) a una interrogante que se planteó originalmente, (Cómo hacer las cosas). (Fonseca & Armando, 2005)

El objetivo de este trabajo, es realizar un viaje a través de la teoría de la reingeniería y como esta puede ser una herramienta eficaz en el desarrollo de nuestros negocios, en el desenvolvimiento de nuestra carrera administrativa y el ramo del mercadeo.

2.2.1. “El mercado internacional de la maquinaria industrial”

2.2.1.1. Empresas en el mercado estadounidense.

Ante la persistente contracción económica del mercado industrial norteamericano, son cada vez más los empresarios que están recurriendo a equipos usados y maquinarias reacondicionadas para mantener funcionando sus imprentas. Aunque algunas personas podrían preferir equipos nuevos, a menudo una buena máquina usada puede realizar el mismo trabajo y funcionar muchos años si se le da el mantenimiento y limpieza adecuados. Es el peor momento que la industria ha experimentado en 30 años

Hay enormes existencias de maquinaria usada debido a tantas empresas que han cerrado. Y existen numerosas gangas si usted está pensando comprar equipos usados. El costo de las máquinas nuevas es prohibitivo para muchas empresas pequeñas.



Ver Anexo No. 1

Se debe sugerir a los empresarios saber bien qué desean que su máquina haga antes de comprarlas, y para qué la usarán tanto en el largo plazo que en el corto. "Esa máquina debe contribuir al crecimiento de largo plazo de su compañía." Cuando un cliente o comprador ande buscando equipos usados, debe estar enterado de las diversas condiciones de la maquinaria de segunda mano existentes en el mercado.

2.2.1.2. Equipo y Maquinaria declarada en subasta.

En el estado en que se encuentran, generalmente los equipos son puestos en subasta. Se requiere tomar precauciones y con cuidado, pero si usted es buen mecánico, pueden ser una buena opción, las encontrará en buen estado de funcionamiento. No se les ha hecho ninguna reparación y funcionan bien. Si están reacondicionadas, el equipo ha sido parcialmente desarmado, reemplazándole algunos componentes y repintándolo en caso necesario, Por el contrario si fue reconstruida, es un equipo que ha sido desarmado totalmente, reemplazándole todas las partes móviles. De todas las condiciones descritas se visualiza una fuerte demanda de subastas de equipos usados. En particular los últimos cinco años, se ha dado gran demanda de maquinaria usada.

Los equipos re-manufacturados que según los especialistas son comparables a un automóvil restaurado, eran anteriormente lo que más se vendían, porque cuestan la mitad que algo nuevo. Pero hoy hay demanda de todo tipo de equipos usados, y especialmente equipos automáticos. Las empresas buscan hacerse más competitivas y reducir costos de mano de obra.

Y eso puede lograrse con equipos automatizados. El costo de mano de obra es un tema candente para los empresarios de hoy día. Cualquier cosa que reduzca sus costos salariales y les permita invertir en máquinas más eficientes,



representa ahorros para las compañías. Datos adicionales a ser considerados a continuación los detallamos: (Cesar, 2008)

1. Sepa cuál es la máquina idónea para su trabajo. Búsquese un distribuidor informado, uno que le asista en la compra del equipo más adecuado a sus necesidades.
2. Trabaje con un distribuidor que cuente con asistencia post-servicio, incluyendo ayuda y capacitación vía telefónica.
3. Compre con un distribuidor de buena reputación, alguien capaz de venir a darle ayuda y que seguirá en el mercado de aquí a cinco o diez años. No se limite a buscar el precio más bajo en Internet.
4. Desconfíe de una compañía que le exija pagar el 100 por ciento del precio antes de hacer el embarque.
5. Investigue sus equipos. Llame a otros concesionarios y entérese qué preparación se le da a las máquinas antes de embarcarlas.
6. Por último: "Antes de comprar, tenga en cuenta el valor de reventa de su equipo. Imagínese comprar un auto sin aire acondicionado y después tratar de venderlo. Seguramente nadie lo va a querer.

2.2.1.3. Mantenimiento del Equipo y Maquinaria.

En cuanto al mantenimiento y servicio de los equipos usados, concluimos que es necesario que el distribuidor proporcione servicios de capacitación y soporte para este tipo de maquinaria. "Las compañías inversoras ya no cuentan con personal de mantenimiento, y por eso hay que entrenar al operario para que componga su máquina, un poquito de cuidados diarios representa una gran diferencia con el paso del tiempo, Limpieza y lubricación preventiva. No se trata simplemente de lavar la máquina, sino dedicar en serio otros 15 minutos a limpiar los componentes partes y piezas.



2.2.1.4. Generación de un mercado electrónico de maquinaria usada.

El tipo maquinaria que ofertan está enfocada a los sectores de las industrias de plástico, embalaje y alimentación y bebidas, empezaron en el mundo del plástico porque es el sector de donde MachinePoint proviene donde hay experiencia y los conocimientos técnicos. Han crecido a otros mercados de una manera natural y como resultado de sinergias que han encontrado alrededor del plástico. Embalaje primero, seguido después por la alimentación donde empezaron porque había una gran demanda de equipos de embalaje para este sector y luego crecieron a maquinaria ya específica del sector como llenadoras, equipos de procesos, etc.

2.2.1.5. El proceso de comprar maquinaria y su recepción.

Empieza con la búsqueda de la maquinaria para lo cual Internet es una herramienta clave, porque la maquinaria es muy específica y la oferta en usado es limitada y además está condicionada a un momento en el tiempo, esto implica que la búsqueda en Internet es intensa. Hay que entender que hablan de equipos industriales de gran complejidad técnica lo que implica que hay una necesidad de un gran apoyo off line y de asesoramiento a los compradores para lograr conseguir encontrar los equipos que realmente encajen a sus necesidades y presupuesto. Además el hecho de que en cada proyecto estén implicadas varias personas de países diferentes en la mayoría de los casos, con idiomas y culturas diferentes implica que la coordinación ordenada y metódica de estos proyectos es primordial, especialmente cuando además reciben una gran cantidad de peticiones de compra al día.

Para ello cuentan con un CRM (Customer Relationship Management), sistema muy completo que les permite seguir los pasos del proyecto desde que el cliente hace la petición de información hasta que se termina la entrega de la maquinaria en destino. Es gracias a este CRM que pueden coordinar a los vendedores de diversos países, el equipo de marketing y el equipo de logística,



todos ellos necesarios para poder cerrar un proyecto, Los pagos de maquinaria se hacen en su mayoría a través de cartas de crédito.

2.2.1.6. La logística de transporte para las maquinarias industriales.

La logística de maquinaria industrial es algo muy complejo por los pesos y dimensiones de la maquinaria. Si a esto le sumamos la complejidad del comercio internacional, con diferentes idiomas, diferentes legislaciones, etc.; la complejidad aumenta. Es por esto que es un servicio que nosotros organizamos para nuestros clientes, lo que añade valor a nuestra oferta. Para ello cuentan con equipos de técnicos especialistas por todo el mundo coordinados por un equipo interno especializado en logística y comercio internacional, al igual que el apoyo lingüístico del equipo comercial.

2.2.1.7. Los principales beneficios para vendedores y compradores.

Los vendedores obtienen rápida visibilidad en Internet a través de una plataforma especializada de un negocio altamente internacional, Internet es una herramienta clave, porque es una forma económica de estar presente en muchos mercados, comparado con el costo de otras herramientas de marketing más tradicionales. Además de la fuerte inversión en marketing tanto online como offline les hace ser líderes a la hora de promocionar la maquinaria. Esto se traduce en eficacia para el vendedor. (Cesar, 2008)

Los compradores se benefician de tener concentrado en el mismo sitio Web las mejores máquinas en venta en el mercado lo que unido a su profesionalismo se convierte, de nuevo, en una ventaja y eficacia que a través de intermediarios tradicionales o directamente. Unimos esto a la especialización de su equipo de ventas por zonas geográficas lo que hace que tanto compradores y vendedores estén tratando en la mayoría de los casos con compatriotas suyos, lo que facilita las negociaciones por el tema del idioma y la cultura.



En los últimos años han invertido en abrir oficinas comerciales locales propias en distintos países. Esto les permite una mayor proximidad tanto geográfica como cultural y una oferta de servicios post-venta de maquinaria más adecuada a cada región. Las negociaciones de maquinarias ya operan a nivel mundial, habiendo vendido ya maquinaria a más de 80 países diferentes. Para ello cuentan con un equipo de ventas especializado tanto por sectores como geográficamente para dar cobertura en los idiomas locales: ruso, alemán, francés, inglés, español, polaco. También se destaca que en Turquía, India, Túnez y México, las negociaciones lograr un plan de expansión muy fuerte para tener más presencia local los próximos años a través de la apertura de nuevas oficinas comerciales.

2.2.1.8. En busca de un mercado internacional.

Este negocio es de por sí internacional puesto que consiste en vender maquinaria excedente en unos países a otros. Además por temas de competitividad los clientes siempre prefieren vender sus equipos usados fuera de sus mercados locales. La forma de hacerlo es principalmente invirtiendo en personal principalmente local de los mercados que ingresar, con un fuerte apoyo de marketing y de los Directores de Producto.

Ha sido y es complicado, todavía falta mucho por avanzar en algunos mercados, y para ello se continúa realizando inversiones. Además del ingreso a nuevas áreas geográficas esto les facilita el conocimiento de cómo cerrar cada una de las operaciones según los mercados. Esto da seguridad a la operación, tanto a compradores como a vendedores. Abre las fronteras a otros mercados en los que de otra forma se torna imposible para los vendedores hacer presencia.



2.2.2. Mercado de la maquinaria usada.

La creencia de que el sector de comercialización de la maquinaria usada prospera en tiempos de crisis económica ha sido algo así como parte de una paradoja. La desaceleración económica en los últimos cinco años ha tenido un profundo impacto en el precio de venta de maquinaria nueva, con los informes de los precios bajando hasta en un 35% mínimo. Contradictoriamente, los precios de la maquinaria utilizada se han resistido a caer en la misma proporción y oportunidad que los de la nueva maquinaria, por lo que la brecha entre los dos precios respectivos se ha reducido, de esto el precio de la máquina nueva es menos atractiva que en años anteriores. (Cesar, 2008)

La razón principal de esta caída de los precios es que, si bien los vendedores de Maquinaria usada basan su precio de venta según el valor contable, el precio de la Maquinaria nueva, se determina según la oferta y la demanda. Cuando la demanda es alta, en el caso de la maquinaria usada, los precios se fijan en un mucho más alto que el valor en libros. Cuando la demanda disminuye significativamente (por ejemplo debido a la crisis económica), entonces los precios se reducen con el fin de desplazar los precios de la competencia. Estos precios se han reducido hasta tal punto que son muy cercanos al precio del valor contable.

Por otra parte, diferentes vendedores de la misma maquinaria puede proporcionar diferentes precios por la depreciación según las técnicas contables empleadas. Para complicar aún más las cuestiones, la demanda comparada con la hipótesis de suministro es continua y con frecuencia puede cambiar sin previo aviso.

2.2.2.1. Factores que afectan la oferta y la demanda.

- La inducción de las nuevas tecnologías puede liberar la maquinaria que utilizan al momento, en apoyo o confrontación para el mercado de reventa.



- La escasez de nueva maquinaria en un determinado mercado puede hacer que la maquinaria usada sea una propuesta atractiva.
- Los cambios regulatorios económicos en una región, puede hacer que la maquinaria usada ya no cumpla rol protagónico en ese lugar en particular, en cambio mantienen su nivel productivo en otros mercados.
- Una fuerte presencia de O.E.M. (original equipment manufacturer) (en español fabricante original de equipos) post-venta en un mercado impulsará la venta de maquinaria usada para esa mercado en particular.

Si tomamos el ejemplo de maquinaria de plástico, los factores que afectan el precio de la maquinaria usada de plástico son de marca, auxiliares y otros equipos que acompañan a la maquinaria utilizada, la edad de la máquina, el estado de mantenimiento, el grado de renovación, los documentos disponibles, y si la máquina está en el ciclo de secado o desmantelado. Debido a los factores antes mencionados, la variación de precios es evidente a través de las diferentes regiones en el mercado de maquinaria usada. Como un comprador que necesita saber si la maquinaria usada que le interesa es ofertada al usuario a un precio adecuado.

Es aconsejable tomar la ayuda de un asesor con experiencia que puede colocar una figura tangible sobre los factores que influyen mencionando varias alternativas. Se puede ahorrar una cantidad apreciable, y lo más importante, conseguir al corriente de la mejor oferta para usted mientras está disponible al elegir los servicios de una firma de corretaje de buena reputación.

Un vendedor conocedor con voluntad de poder evaluar rápidamente si va por la maquinaria disponible más barata esto es lo más adecuado para sus necesidades. Muy a menudo no es la solución correcta. Por otra parte, una agencia que se especializa en la compra y venta pueden juzgar y valorar el impacto de un avance tecnológico importante en el precio de la tecnología existente, a menudo la introducción de las nuevas tecnologías puede devaluar la maquinaria usada mucho más que lo que el valor en libros se sugieren. Hay razones válidas para la alta



depreciación de la maquinaria utilizada. Los riesgos asociados con la compra de cualquier artículo de segunda mano siempre afectan a la demanda, y siempre hay la logística y los costos de ingeniería para tener en cuenta. Sin embargo, los industriales pueden obtener múltiples beneficios si pueden poner sus manos sobre el tipo de maquinaria utilizada en el precio correcto.

2.2.2.2. La maquinaria usada como alternativa.

Ante la crisis y la necesidad de ajustar costos conviene aprovechar todas las oportunidades. Si hablamos de aparato productivo industrial inmovilizado, una buena opción puede ser recurrir al mercado de maquinaria de segunda mano. Ante los numerosos cierres empresariales, la oferta se ha disparado, y se puede encontrar en el los mismo equipos a precios muy atractivos. Esta apuesta no está exento de riesgos, especialmente si son nuevos en estas lides. Conviene tener claro dónde podemos encontrar esta maquinaria, el verdadero costo de estas adquisiciones, los riesgos que podemos correr con las mismas, así como las propuestas de su posible financiación.

2.2.2.3. lugares de venta de maquinaria usada.

Una de las alternativas iniciales que pueden revisar son los propios proveedores de maquinaria nueva. Si bien prefieren vender equipos nuevos, ante la negativa de no alcanzar sus metas de facturación y teniendo claro la necesidad de equipo usado, es posible que cuenten con este stock. En los vehículos a motor es un clásico, pero existen otros sectores donde también se da (pensemos en los equipos industriales metalmecánicos, madereros, textiles, etc.). (Cesar, 2008)

Preguntemos a nuestro proveedor sí o sí. En ocasiones este mismo proveedor, o bien otro que no tenga nada que ver con la maquinaria, o quizás un cliente, de la pista de algún empresario que venda sus equipos. Esto ocurre tanto si le va bien, por la necesidad de renovación, como si le va mal, por la necesidad de



hacer caja. Se debe mantener los oídos bien abiertos, pero sobre todo informar a todo aquel con el que nos relacionamos nuestro interés en dichas adquisiciones.

Otra opción es acudir a las subastas públicas que celebran las Aduanas, la Seguridad Social o la Empresa Privada. En este caso, resulta especialmente interesante si contamos con un buen conocimiento directo de la maquinaria a subastar. Como no podía ser de otra manera, existen brókeres especializados en la compra y venta de maquinaria usada, que incluso operan a nivel internacional. Compran equipos en países más desarrollados y los trasladan a países en vías de desarrollo, donde estas máquinas aún tienen mercado operativo.

2.2.2.4. Posible costo de esta maquinaria.

Está claro que debemos hacer una valoración in situ de la maquinaria, teniendo en cuenta los costos accesorios a la misma. Dicho de otro modo, además del costo nominal de adquisición hay que valorar lo que nos costará trasladarla hasta nuestras instalaciones, cuál es la vida útil que le queda, las inversiones que requerirá durante la misma, la productividad que le prevén extraer, etc. Debemos tener en cuenta la repercusión en costos que nos supone integrar dicha maquinaria en nuestro actual proceso productivo, así como su impacto en el costo de aseguramiento de nuestras instalaciones. (Debemos hablar con el profesional que nos lleva el tema de Seguros). En determinados casos la maquinaria tendrá un valor relevante como chatarra o, en todo caso, despiezada nos puede suministrar repuestos a nuestro parque de maquinaria. Incluso cabe que se compre maquinaria inservible pensando en ello, o en construir una máquina nueva combinando distintas piezas viejas, lo que puede dar lugar a una excelente optimización de costos, el precio debe ser atractivo, lo suficiente para que la operación siga siendo viable o ejecutable.



2.2.2.5. Consideraciones al negociar maquinaria usada.

Para empezar, la maquinaria usada **no suele tener garantía**, más allá de la que nos brinde voluntariamente el vendedor. Es más, incluso existiendo dicha garantía, en muchos caso habrá que ver hasta qué punto puede ser exigida posteriormente. Por tanto, el peritaje de la máquina es obligatorio, así como tener claro qué hacer ante una supuesta avería seria en los primeros momentos de vida de la máquina. (Cesar, 2008)

Existen otro tipo de riesgos, como los jurídicos. ¿Hasta qué punto el que nos vende la máquina es propietario de la misma? En España existe el registro de Bienes Muebles, pero solo acceden al mismo algunos bienes financiados. Puede ser que estamos participando en alguna suerte de alzamiento de bienes, o, en el mejor de estos casos, en que se anule la operación en el marco de un proceso concursal. Es recomendable contar con asesoramiento jurídico en estas operaciones. Estos son los dos principales riesgos que podemos correr, aunque no cabe descartar otros, incluyendo un mal mantenimiento previo o similar que desemboque en accidentes laborales, por ejemplo.

2.2.2.6. Posibles financiamientos a tomar en cuenta.

Respecto a la financiación, recurriremos a las vías clásicas: financiación bancaria, leasing, fondos propios, subvenciones, financiación del proveedor, etc. pero algunas de ellas muestran variaciones con respecto a cuándo las usamos para adquirir maquinaria nueva. Conviene conocerlas para evitarnos disgustos. Si hablamos de préstamos bancarios, no suele haber problemas, aunque los plazos que se suelen conceder son inferiores, adecuándose a la vida útil de la maquinaria usada. Incluso los préstamos rápidos admiten la posibilidad de invertir en activos usados.

Claro que si optamos por el leasing, hay financieras que no lo admiten de entrada. Si lo hacen, habrá que peritar el bien, algo que también puede ocurrir en



determinados préstamos calificados o en determinadas aportaciones en especie de dichos bienes a una empresa para suscribir una constitución o ampliación de capital. Es importante que leamos bien la letra pequeña de las subvenciones a las que nos acogamos para ver si admiten la inversión en bienes usados, pues hay bastantes ayudas públicas que no cubren los bienes usados.

2.2.3. Maquinaria metalmecánica.

Equipos y máquinas usadas para la industria metal mecánica. La industria metalmecánica está adquiriendo máquinas herramientas de última tecnología, pero muchas de éstas no son aprovechadas al máximo por las empresas debido a que las velocidades no se optimizan y los materiales de las herramientas de corte no siempre son los más adecuados.

Esto se puede visualizar en la transformación que ha experimentado esta industria a nivel mundial, con el uso de nuevas tecnologías aplicadas al uso de rayos laser y precisión sistematizada, si bien es cierto en algunos casos no es debidamente acompañada por la mano de obra esto se va superando con el uso inclusive de robots técnicos en metalmecánica. Lo vemos al experimentar el uso de tornos para rectificación de aros para vehículos, labor que ha pasado de golpes con combo a criterio de buen ojo del operador, a la utilización de máquinas que garantizan un alto porcentaje de tarea eficiente y sobre todo mayor capacidad operativa laboral.

Podemos también hablar de las experiencias en corte de metal, como en antaño se lo hacía a golpe de punzón y luego con tijeras para el efecto, hoy en día se utilizan máquinas de corte con sierras especiales que garantizan cortes perfectos y lo más importante precautelan la integridad del operador aún más elevando su capacidad de obra.



2.2.4. Maquinaria maderera

Debemos reconocer que esta industria ha experimentado una transformación total, con el uso de la maquinaria los factores de producción se convirtieron en altamente rentables, al haber generado distintas líneas de producción tales como en el hogar, en su construcción, decoración y afines, en la oficina en sus interiores y divisiones modulares,

A continuación describiremos algunos de los procesos de transformación que tiene la madera desde su origen y al fin llegar a ser muebles de perfectos acabados, nos reservamos el comentar marcas y fabricantes. Entonces consideremos que los procesos productivos en esta industria, han dado pasos agigantados tal como podemos ver con la labor del trozado de madera que se lo realizaba con sierras dentadas o circulares, los arboles al ser sometidos a transformación por corte el nivel de desperdicio en planta era excesivo, hoy esta labor se la realiza con sierras sin fin y cuchillas especiales, recordemos el uso de serruchos metálicos con manija de madera efectuando grandes cortes solamente rectos, las maquinas actuales que realizan variedad de cortes direccionados y con el uso de brocas que aplicando velocidades extremas y sistemas de aire, logran dar forma a la madera en figuras antes no alcanzables de manera manual mismas que economizan tiempo y material.

La labor de prensado, pegado y de ensamblaje de piezas en madera, se la realizaba de manera manual e individual, a estas labores se incorporaron maquinas hidráulicas de presión en distintos tamaños y capacidades que complementan y mejoran la producción. El sistema de acabados y pintura tiene nuevas técnicas esto es debido al uso de cabinas especiales, se supera el nivel de acabado de antaño y al utilizar robótica en esta área se procura la salud de los obreros en planta. (Cesar, 2008)

Ponemos a criterio una de las empresas pioneras en esta transformación y lo destacable es que lo realizo bajo la dirección de un compatriota migrante quien



desde la década de los setentas realiza trabajos exquisitos para el mercado americano y de seguro mundial.

Ver Anexo No. 2.

2.2.5. Maquinaria para transporte de carga

Implementando nuevas tecnologías, incluyendo cada vez más en el mercado con proveedores y compradores, siempre buscando concretar el mejor servicio con herramientas apropiadas, personal entrenado, e instalaciones acordes a la demanda, sin duda con algunos errores, quizás algunos traspies. Aplicando la inteligencia necesaria y buena determinación se puede pasar de inmediato a la acción, logrando los objetivos más audaces. Pasaron unos años desde el inicio y si algo hay que destacar como principal patrimonio adquirido desde los comienzos.

Es el valor humano, las personas que dan el mejor servicio y se destacan a lo lejos por su alto desempeño, capacidad en brindar soluciones inmediatas con altos valores éticos aplicados en cada labor que desempeñan, por los trabajadores, clientes, proveedores, en conjunto que hacen la ejecución de esta industria el transporte de carga. Si bien es cierto que las personas muchas veces se asustan con los cambios, y les cuesta confiar en compañías nuevas. El sistema tuvo muy buena acogida por el usuario, porque de esta forma existe un significativo ahorro de dinero, mejor calidad de los vehículos, y por supuesto que mucho menor tiempo de tardanza en la operación que en los números finales se nota demasiado la ventaja, se suma también la atención personalizada, el envío de un técnico a verificar las unidades como si fuera el mismo cliente que allí estuviera.

Los primeros países en utilizar el sistema de transporte de carga fueron americanos (DHL, UPS.) que se podían contar con los dedos de una sola mano. Al tiempo comenzó una mayor demanda, y se logró manejar un gran volumen de exportaciones, así fue como los proveedores también los compradores

comenzaron a demostrar mayor interés uniéndose a la industria de transporte de carga.

2.2.6. Maquinaria pesada nueva y usada.

La definición de *maquinaria pesada*, es referida a todo tipo de maquinaria a motor a explosión por combustión, para cualquier trabajo pesado que puede ser construcción, minería, vialidad, y demás. Las norteamericanas se caracterizan por su prestaciones, grande motores con muchos caballos de fuerza a muy bajo consumo de combustible, especiales de gran porte generosas en cantidad de acero en estructura, existentes maquinarias pesadas, para todo tipo de trabajo que una persona necesite. (Cesar, 2008)

2.2.6.1. Maquinaria pesada en Estados Unidos.

Algunos tipos de maquinarias que se puede adquirir mediante los grandes proveedores. Con seguridad que existen más tipos de máquinas, estos son los más comunes consumidos por los usuarios de todas formas puede conseguir aquí la que usted desee.

Asfalto / Planta de Cemento	Compactadoras
Retroexcavadoras	Grúas
Trituradora / trituradora de piedra	Bulldozers
Taladro	Excavadoras
Carretillas elevadoras	Pórtico / techo
Grado – Bañeras	Palas cargadoras
Pantallas	Raspadores
Remolques	Camiones
Grúa Camiones	Maquinaria Agrícola
Motores Usados	Grúas Telescópicas

FIGURA N° 4 Descripción de maquinaria pesada

Nota: Detalle de maquinarias que se disponen para la compra venta según el requerimiento planteado.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.



Para nuestros mercados incursionar en estos negocios es un verdadero reto, por los montos que se va a invertir y el nivel de riesgos que tienen las operaciones una vez iniciadas debemos tener muy en cuenta a la hora de la compra lo más importante, más si es para exportación, de mirar que todas sus partes estén completas sin faltantes y que se haya dado un buen mantenimiento, en su mecánica y sistemas hidráulicos, los vástagos y retenes que no tengan ralladuras y que no produzcan pérdidas de fluidos en la maquinaria pesada para exportación, el motor al ser de grandes tamaños debe darse cuidado máximo, para asegurar más horas de uso, excelente estado de compresión, buena presión de aceite, buscando una extensa vida útil, esto en mal estado aparte de ser un gasto adicional tremendo, la emanación de gases de carbono son muy dañinos a la capa de ozono, estaríamos colaborando a la aceleración del calentamiento global, con los gases de efecto invernadero, y eso es muy malo. La parte de la transmisión completa incluyendo llantas u orugas, debe ser revisada minuciosamente en la maquinaria pesada para su importación, no serán tentados a experimentar en ese negocio de importación de maquinaria pesada, hay que realmente saber muy bien lo que se está haciendo, caso contrario se requiere asesoramiento profesional. (Cesar, 2008)

2.3. EMPRESAS INDUSTRIALES EN EL MERCADO ECUATORIANO.

El Ecuador está catalogado como un país en vías de desarrollo y una de las razones es el poco impulso que se ha dado a las ramas industriales por tal motivo son pocas las industrias que presentan grandes avances y su desempeño es realmente significativo para la economía, sin embargo la mayoría aún carece de nuevos procesos, implementación y explotación de maquinaria industrial e innovación. El sector de la Industria se constituye como el eje central para el desarrollo económico y social de cualquier país, ya que cumple un rol muy importante en la investigación, tecnológica y en el desarrollo de las actividades empresariales. (Fonseca & Armando, 2005)



El proceso de industrialización mundial pone en evidencia que América Latina y el Caribe no cuentan con capacidad competitiva industrial para hacer frente a otras regiones del mundo, como es el caso de los países de Asia del Este, perdiendo oportunidades para incrementar su presencia en las actuales tendencias industriales.

La industrialización se afianza en el Ecuador a partir de la exportación del petróleo en la década de 1970. Sin embargo pese al crecimiento cuantitativo y cuantitativo de la estructura general, la orientación productiva de la industria seguía girando en torno a sectores muy específicos como productos alimenticios, bebidas y tabaco. Es así que el sector industrial en los últimos años ha ocupado el cuarto lugar para la conformación del PIB con un promedio de participación del 13.5% según las estadísticas del Banco Central del Ecuador.

2.3.1. Evolución del sector Industrial el País.

2.3.1.1. Inicio y desarrollo Industria en el Ecuador desde los 50s.

En la época de la colonia y después de la Independencia, la principal actividad era la producción agrícola, y la industria apenas existía en áreas como los obrajes. Durante este tiempo la economía ecuatoriana fue tan débil, que no se pudo adquirir bienes de capital y materias primas para la industria; los productos que consumían las clases pudientes eran importados.

La Primera Ley de Protección Industrial fue dictada en 1906 durante el gobierno de Eloy Alfaro, pero su alcance fue limitado. Después de la crisis por los bajos precios del cacao, en 1922 se dictó una nueva Ley de Fomento Industrial, que pretendía disminuir en cierto grado la alta dependencia del comercio exterior, esta medida permitió un relativo desarrollo y para 1930 se apreciaba un avance mayor respecto a años anteriores.



2.3.1.2. Desarrollo de la industria desde los 50s a los 70s.

Durante este período, se produjo en el mundo la Tercera Revolución Industrial; esto sumado a la integración física del mercado y al apareamiento de un modelo alternativo de industrialización no capitalista, la descolonización de Asia, África y El Caribe y la presencia de corporaciones Multinacionales Industrializadas permitió un desarrollo con pasos agigantados de este sector en los grandes países del mundo. Sin embargo esto no se dio igual, en los países subdesarrollados como Ecuador la industria no creció del mismo modo, y su importancia seguía siendo baja. Con la nueva Ley de Fomento Industrial de 1957 se pretendía alentar a la industria como respuesta a la crisis del modelo agro - exportador; de manera que para 1961 el aporte del sector industrial al PIB creció en un 1.2% anual. (Fonseca & Armando, 2005)

Para la década de los años 60 se puso en marcha la aplicación del modelo Sustitución de Importaciones que fue producto de dos factores esenciales: las crisis sucesivas del modelo agro-exportador, que impulsa la búsqueda de modelos alternativos, y la crisis de la “democracia representativa”, producto de fenómenos nacionales, como la inestabilidad política.

2.3.1.3. Proceso de la industria desde los 70s.

Relativa ampliación del mercado interno, provocada por la Reforma Agraria, las migraciones internas y el incremento del nivel ingresos de las capas medias y altas de la población. Desde los años 70 se puede notar la importancia que adquirió el sector industrial para la economía ecuatoriana pero aún existen deficiencias en el desarrollo de este sector. La exportación del petróleo, permitió afianzar al sector de la industria, sobre las siguientes bases:

- ◆ El excedente económico proveniente de la explotación del petróleo se destina al fomento de la industria.



- ◆ Urbanización acelerada y desarrollo de la infraestructura requerida por la industria.
- ◆ Presencia de capitales extranjeros, estimulados por los beneficios ofrecidos por la Ley de Fomento Industrial.

2.3.1.4. Presencia de la industria Ecuatoriana en la CAN.

Al comparar a los países miembros de la CAN se puede observar que en Bolivia y Perú el porcentaje de contribución del sector Industrial al PIB llega al 16 %, y Colombia junto a Ecuador apenas alcanzan el 15 y 14 por ciento respectivamente, la diferencia radica principalmente en el tipo de tecnologías que se utilizan en cada país y en la clase de productos que cada uno de ellos industrializa. El continente sudamericano sigue siendo proveedor de materias primas por lo que las industrias son limitadas y primarias, sin embargo cabe destacar al país Brasileño dentro del análisis del sector industrial al ser considerada la octava economía más importante del mundo y por ende su desarrollo industrial está alcanzando niveles superiores a los otros países en esta parte del continente.

En los países desarrollados, la industria es de vital importancia para sus economías, este sector impulsa a los demás sectores productivos y genera un buen porcentaje de empleo, con la preparación y calificación de la mano de obra. Sin embargo en países en vías de desarrollo como Bolivia y otros, este sector aún no se ve impulsado de la misma manera por lo que no se obtiene el cien por ciento de beneficios que genera en otras regiones como Europa y Asia, en donde el promedio de participación del sector Industrial es del 16 y 25 por ciento respectivamente.

2.3.2. La Industria de la manufactura.

En nuestro país esta industria del sector Manufacturero se constituye como eje de actividad económica del área informal en la clasificación de la economía le



corresponde la letra D, las actividades inmersas se dividen en 57 subsectores, en los que se encuentran agrupadas todas las actividades relacionadas a la transformación de materias primas en objetos elaborados. La manufactura es la forma más primaria de la industria; misma que significa “hacer a mano” pero en economía significa transformar la materia prima en un producto de utilidad concreta. Casi todo lo que usamos es resultado de este proceso, todo lo que se manufacturase elabora en grandes fábricas.

Existen artículos que requieren fabricarse en varias fases por ejemplo los automóviles, que se construyen por piezas proceder de diferentes países. También existen los artículos o mercaderías que pueden producirse en empresas pequeñas como una zapatería, mecánica o taller micro industrial. (Fonseca & Armando, 2005)

2.3.2.1. El Proceso industrial.

Ha pasado por varias modificaciones. Al inicio de la revolución industrial existían ciertos factores que se constituían primordiales como la mano de obra, herramientas básicas manuales y las materias primas; sin embargo, con el pasar de los años estos factores han adquirido nuevas características y otros se han incorporado según la evolución del proceso industrial. Ahora se considera de vital importancia a factores lo menos visibles como la organización empresarial y a otros factores más notables como la utilización de maquinaria semi industrial y de hecho tecnología de punta.

2.3.2.2. Resultados del proceso de industrialización.

Los artículos y productos finales elaborados, de los que están listos para el uso por parte del consumidor y semi - elaborados, de los que se requieren un proceso posterior de transformación para poder ser usados. Adicionalmente los residuos, que pueden ser líquidos, sólidos o gaseosos, resultantes de materias primas que sobraron en el proceso de transformación o como producto del



consumo energético, los cuales son los causantes de la contaminación ambiental al no ser tratados de forma adecuada. Por la uso de maquinarias para la aceleración de los procesos de producción con la obtención de mejores resultados. Entre los subsectores más significativos dentro de la Industria Manufacturera son: Producción y elaboración de productos cárnicos, camarón y pescado con una contribución de aproximadamente el 8 %, 13% y 8% respectivamente en el periodo 2000-2008. El primer lugar lo ocupa Fabricación de textiles con una participación del 16.5% mientras que la Producción de madera tiene un 10% de contribución.

2.3.2.3. La industrialización sus límites y problemas.

La industria encontró más de un problema en nuestro país desde su inicio, al tiempo que otros países aprovechaban al máximo los beneficios que este sector podía brindar al aparato productivo y a sus economías. Entre los principales problemas se puede destacar la falta de tecnología y desarrollo de la misma, esto ha provocado que la fabricación se oriente a productos manufacturados con poca tecnología, de un nivel muy primario y básico. Otro gran problema es la falta de capacitación del personal, en la actualidad el nivel de capacitación sigue siendo bajo, y no va al ritmo de los avances que se dan en los países desarrollados. (Fonseca & Armando, 2005)

Además, en el Ecuador faltan procesos de especialización que permitan a los trabajadores dedicarse por completo a una actividad en la rama industrial, y como la mayoría de empresas son pequeñas y microempresarios, los trabajadores realizan varias actividades, lo que conlleva a la pérdida de tiempo y competitividad con las grandes industrias. Como se puede observar los problemas que se suscitaron al inicio de la industrialización en nuestro país no han encontrado una solución adecuada y hasta la actualidad persisten muchos de ellos, esto debido a la falta de políticas que impulsen el desarrollo de este sector.



2.3.3. Maquinarias Usadas en el Ecuador.

La presencia de este tipo de máquinas como negocio se visualiza quizás antes de los 90s, a nuestro país llega maquinaria industrial usada, sobre todo para ciudades como Guayaquil, Cuenca, Ambato y Quito, plazas en las que sin duda los procesos industriales van más a prisa, sobretodo en apoyo a micro empresarios que tienen creatividad y se esfuerzan por sobresalir a nivel empresarial. Podemos dar testimonio de algunas líneas mercado La industria encontró más de un problema en nuestro país desde su inicio, al tiempo que otros países aprovechaban al máximo los beneficios que este sector podía brindar al aparato productivo y a sus economías.

2.3.3.1. Maquinarias Usadas para la Industria Metalmecánica.

Entre los principales sectores industriales que se han revisado tenemos la industria metalmecánica, empresas muy representativas se encuentran constituidas en la ciudad de Ambato, mismas que son un soporte de la industria del transporte por la fabricación de las carrocerías nuevas para los buses, gran parte quizás un 60% del parque automotor de buses que prestan el servicio en los corredores de la ciudad fueron ya construidos por estas compañías. Esta línea de labor de alta rotación económica recibe el apoyo de las maquinarias usadas, mejorando su nivel de producción al emplearlas sobretodo en las secciones de corte y moldura que son áreas primarias y de alta peligrosidad dentro de esta producción.

Los resultados que se alcanzan al dar cabida a este tipo de maquinarias, es altamente rentable de hecho el apogeo económico de sus usuarios, resultado de esto tenemos una mano de obra más técnica y que se capacita constantemente para poder operar esas máquinas, de hecho a nivel laborar se requiere más colegios de orden técnico dando oportunidad a mas mano de obra calificada. Empresas proveedoras de todo tamaño ya compiten por tener un segmento de este potencial mercado, este tema se incrementa por el efecto de la globalización del mercado



claro está que se deben tomar en cuenta al someterse al comercio todos los factores allegados al mismo.

2.3.3.2. Maquinarias Usadas para la Industria de la Madera.

Cuando tratamos este tema sin duda se constituye en pilar de resolución, ya que esta línea de producción siempre ha representado una propuesta interesante a desarrollar, el apoyo dado por la inventiva industrial a la labor de la madera, pone sin duda una diferenciación extrema entre lo que se producía antes con lo que se conoce como labor de la madera y sus materias primas actualmente. Para términos de producción podemos decir que se procesa con aplicación industrial de punta tecnológica todo el desperdicio que se desechaba antiguamente, de esta manera el sector industrial apoya al mejor trato del planeta aplicando esta medida alternativa.

Tanto al sur en del país en la ciudad de Cuenca, así como en Guambalo Ambato y desde luego en Quito se promovieron grandes empresas, medianas y microempresas de fabricación de muebles, al no tener apoyo económico y otras por un mal manejo del aparato laboral, se perdieron en el tiempo cerraron sus operaciones y otras quebraron económicamente con los traumas generales que esto da como resultado. En la actualidad fruto de esos procesos se tiene entes productivos que sin duda ya exponen otro nivel de calidad y productividad, acaparando targets sociales que los apoyan con sus demandas y respaldan su iniciativa de transformación, estas empresas así como los microempresarios ya apostaron en su momento y lo siguen de manera acertada confiando en integrar todo tipo de maquinaria reprocesada para efectos de producción, integrando mejor tecnología y capacitación de la mano de obra teniendo como resultado mejores acabados costos más apetecibles y dando la oportunidad de que el mercado interno se da a conocer y reciba el respaldo de sus compradores.

De este estudio se confirma que la utilización y puesta en marcha de maquinaria usada o reprocesada, han dado mejores resultados y que se



incorporaron al factor industrial sin el problema que representa el manejo de alta tecnología por la falta de capacitación de la mano de obra, y del costo a nivel de inversión que la tecnología industrial representa. Con este proceso se da un impulso sostenido a las economías de este sector.

2.4. DEFINICIÓN DE TERMINOS BASICOS O GLOSARIO DE TERMINOS

Capital: inversión económica necesaria para el inicio y continuidad de la actividad productiva.

CRM: Customer Relationship Management (Administración de la Relación con los Clientes).

CIIU: Clasificación Industrial Internacional Uniforme.

Energía: fuerza impulsora de la maquinaria.

FCP: Federación de Contadores Públicos.

Gestión (G) Rotación de ventas Rotación de activo fijo Impacto de gastos administrativos y ventas.

Liquidez (L) Liquidez corriente Prueba ácida.

Mano de obra: actividad que dirige y maneja la maquinaria para fabricar productos elaborados a partir de las materias primas.

Materias Primas: son los recursos naturales que serán transformados en la Industria.

OEM: Un original equipment manufacturer u (en español "fabricante de equipamiento original").

Organización empresarial: estructura organizativa de la empresa, mandos directivos e intermedios.

Solvencia (S) Endeudamiento del activo fijo Endeudamiento patrimonial Apalancamiento.

Rentabilidad (R) Margen operacional Rentabilidad neta de ventas Rentabilidad financiera.

Tecnología: maquinaria necesaria para la transformación de la materia prima.

2.5. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

Para este proyecto que ya se encuentra en operación desde el año 2.011, se la define que el tipo de organización es **Persona Jurídica** y conforme su constitución es una **Compañía Limitada**, la que tiene una visión de actividades con fines de lucro, y se estableció teniendo en cuenta los parámetros legales que a continuación detallamos:

- ◆ Leyes y Normas de vigentes para el funcionamiento.
- ◆ Reglamentaciones Gubernamentales y Municipales.

2.5.1. Constitución de la Empresa.

El nombre legal de la empresa es IMPORTACIONES AMERICANAS IMPORADFON CIA. LTDA. Se encuentra registrada en la Superintendencia de Compañías con fecha 21 de febrero del 2.011 y su número de expediente es 7345030, dando cumplimiento a la disposición legal número 415 de la Ley de Compañías de Ecuador. (Compañías, 2012 Actualización)



Conforme la aplicación legal los requisitos a cumplir son los siguientes:

- ◆ Asesoría de un Abogado de confianza.
- ◆ Acta de reunión para la solicitud de trámite de Constitución de la empresa.
- ◆ Cédulas de Identidad y Papeleta de votación de los integrantes de la sociedad a fundar.
- ◆ Costo aproximado de USD. 1.250,00 hasta USD. 2.500,00.
- ◆ Tiempo requerido para el trámite de tres a seis meses.

2.5.2. Registro Único de Contribuyentes.

El número de registro de la empresa es el 1792303656001, esta gestión fue realizada en el Servicio de Rentas Internas el 23 de marzo de 2.011 en la que consta su actividad principal que es la de venta de maquinaria usada para la industria metalmecánica, maderera, agrícola, caminera entre otras. (Internas, 2012 Actualización)

Los requisitos para la obtención de este documento son los siguientes:

- ◆ Acta de Constitución de la Compañía.
- ◆ Nombramientos de Gerente General y Presidente de la empresa.
- ◆ Formulario de solicitud del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.) proporcionado por el Servicio de Rentas Internas, lo puede conseguir en el portal de la institución pública, se lo presentara con los datos requeridos de la empresa.
- ◆ Cédulas de Identidad y Papeleta de votación del Gerente General o Representante Legal de la empresa.
- ◆ Costo aproximado de USD. 5,00 hasta USD. 15,00. El costo del trámite en el S.R.I. es gratuito, el valor mencionado es referencial de copias y varios del trámite.
- ◆ Tiempo requerido para el trámite de uno a cinco días.



2.5.3. Patente Municipal.

Debido a que se realizó el traslado de las instalaciones desde Quito hacia Machachi, el periodo 2.013 se debe realizar el registro correspondiente, esto se encuentra en trámite, a futuro la empresa ya estará debidamente legalizada en el municipio antes indicado. (Municipal, 2012 Actualización)

Los requisitos para la obtención de este documento son los siguientes:

- ◆ Acta de Constitución de la Compañía.
- ◆ Nombramientos de Gerente General de la empresa.
- ◆ Formulario del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.) entregado Servicio de Rentas Internas.
- ◆ Formulario de solicitud de la Patente Municipal proporcionado por el Distrito Metropolitano de Quito, lo puede conseguir en el portal de la institución pública, se lo presentara con los datos requeridos de la empresa.
- ◆ Cédulas de Identidad y Papeleta de votación del Gerente General o Representante Legal de la empresa.
- ◆ Costo aproximado de USD. 50,00 hasta USD. 250,00. El costo del trámite en la Tesorería del Distrito Metropolitano es gratuito, el valor mencionado es referencial de copias y varios del trámite.
- ◆ Tiempo requerido para el trámite de una semana a un mes.

2.5.4. Registro de Importador y Exportador.

En cumplimiento a la Ley de Aduanas, R.O. 351 del 29 de diciembre del 2010, y del boletín 32-2012 del 08 febrero del 2.012, bajo el sistema de ECUAPASS, la empresa se encuentra debidamente legalizada, para visualización en anexos (3) se encuentra el modelo del formulario que se debe llenar, lo recomendado es que se presente este trámite por medio de un Agente Afianzado,

ya que ellos conocen más de los requerimientos y sus requisitos son los siguientes: (Corporación Aduanera Ecuatoriana, 2012 Actualización)

- ◆ Registro Único de Contribuyentes.
- ◆ Cédulas de Identidad y Papeleta de votación del Gerente General o Representante Legal de la empresa.
- ◆ Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación que entrega el Banco Central del Ecuador y la empresa Ecuapass.
- ◆ Actualizar la base de datos de la empresa.
- ◆ Crear el usuario y contraseña en el sistema Ecuapass.
- ◆ Aceptar las políticas de uso del sistema.
- ◆ Registrar la firma electrónica.
- ◆ Costo aproximado de USD. 350,00 hasta USD. 500,00.
- ◆ Tiempo requerido para el trámite de una semana a un mes.

2.6. CARACTERIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Conforme al avance tecnológico, y al desplazamientos de los grandes entes productivos, dados por efectos de la globalización económica mundial; en el **Mercado Internacional**, existen grandes depósitos de maquinarias industriales, que al importarse sobre todo en dirección a nuestro país, pasan a ser soportes de la transformación productiva en nuestro medio.

Identificamos algunas de las **Empresas Industriales en el Ecuador** y sus sectores económicos en los que se han aplicado maquinas usadas y generan plazas laborables, entre ellas metalmecánicas, textiles y madereras.



	<p>La Industria de la Manufactura.</p> <p>Maquinarias Usadas en el Ecuador.</p>	<p>Proceso de la industria desde los 70s.</p> <p>Presencia de la industria Ecuatoriana en la CAN.</p> <p>El Proceso Industrial.</p> <p>Resultados del Proceso de Industrialización.</p> <p>La Industrialización sus Límites y Problemas.</p> <p>Maquinarias Usadas para la Industria Metalmeccánica.</p> <p>Maquinarias Usadas para la Industria de la Madera.</p>
--	---	--

FIGURA N° 5 Variables de la investigación

Nota: Resumen de las variables planteadas para la investigación y sus derivaciones según el estudio.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.



CAPITULO III

3. METODOLOGIA

3.1. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.1. Modalidad de la Investigación.

En este proyecto se aplicará el estudio básico, porque se fundamenta en la razón, esto es en la lógica, lo cual significa que parte de conceptos, juicios y razonamientos y retorna a ellos. Buscando la verdad racional mediante la adaptación y uso de las ideas reflejándonos en los hechos para lo cual utiliza la observación y la experimentación que se puede dar en el campo de aplicación.

Los problemas en la reestructuración formación del departamento de ventas se formularan de manera clara y precisa y concreta, explicando cada uno de los procesos que se pondrán en práctica, permitiendo la determinación y verificación de los hechos o problemas, apuntando firmemente a alcanzar los objetivos planteados.

3.1.2. Tipo de Investigación.

3.1.2.1. Método deductivo

La deducción es un proceso que parte de un principio general ya conocido para inferir de las consecuencias particulares, las funciones principales son:

- ◆ Hallar el principio desconocido de un hecho conocido.
- ◆ Descubrir la consecuencia desconocida de un principio conocido.

Debido a que se parte del análisis del entorno interno y externo de la empresa para de esta manera poder desarrollar el plan de implementación del Departamento de ventas, se aplicara este método.



3.1.2.2. Población y muestra

En esta Reestructuración del Departamento de ventas se contará con el personal que conforma Importaciones Americanas Imporadfon Cía. Ltda.: Ventas, Bodega, y Gerencia dando como resultado un número de tres en relación laboral, y por servicios prestados dos personas.

Se acordó realizar un censo, labor a realizarse entre los clientes, empleados y relacionados de la empresa, con la finalidad de reunir información clara y contundente con la que podemos continuar nuestra tarea.

IMPORTACIONES AMERICANAS	
IMPORADFON CIA. LTDA.	
FORMATO PARA ENCUESTAS	
1. Considera Usted que ImporadfonCia. Ltda. necesita Reestructurar su Departamento de Ventas.	NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
2. Cree usted que se debe realizar una segmentación de clientes.	NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
3. Conoce usted las maquinarias usadas que adquieren nuestros clientes.	NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>
4. Considera que la maquinaria se encuentra en condiciones competitivas para el mercado local.	NO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/>



5.	Considera que se da solución oportuna a los problemas de nuestros clientes.	NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/>
6.	Tiene conocimiento del funcionamiento de las máquinas que se venden.	NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/>
7.	Los Vendedores cuentan con un cronograma preestablecido de atención a sus clientes.	NO <input type="checkbox"/>
		SI <input type="checkbox"/>
8.	Los Vendedores con qué frecuencia visitan a sus clientes.	A <input type="checkbox"/>
		B <input type="checkbox"/>
		C <input type="checkbox"/>

NOTA: A=Semanal / B=Quincenal / C=Mensual.

FIGURA N° 6 Instrumento de la investigación

Nota: Esquema de la información a requerir a los censados.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.



FIGURA N° 7 Procedimientos de la investigación

Nota: Procedimientos a emplear en la investigación realizada.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.



CAPITULO IV

4. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

Dando cumplimiento al proceso secuencial que conforma el presente documento, se procedió al levantamiento de encuestas a los relacionados, clientes y empleados de la empresa a fin de recolectar información de sustentación que apoyara la determinación de conclusiones y recomendaciones, a las que se llegara con el estudio. Considerando que la mayor parte de los consultados ya son parte de la clientela de la empresa, y por la normativa a atención el trato es más fraterno.

El sistema de tabulación se lo realizo utilizando, hojas de cálculo de esta manera se obtendrá resultados más precisos y de mayor confiabilidad, apoyados en la misma hoja se elaboro presentaciones graficas de tipo pastel en tercera dimensión y apoyados en el sistema de captación numérico.

Esta información fue trasladada a formar parte del texto asegurando de esta manera que tenemos información real y se sujeta a la proporcionada por las personas a las que se les solicito el apoyo pertinente al consultar la información requerida.

4.1. Pregunta No.1 ¿Considera Usted que Imporadfon Cía. Ltda., necesita Reestructurar su Departamento de Ventas?

Si	18	95%
No	1	5%
TOTAL	19	100%

TABLA N° 1 Necesidad de reestructuración del departamento de ventas

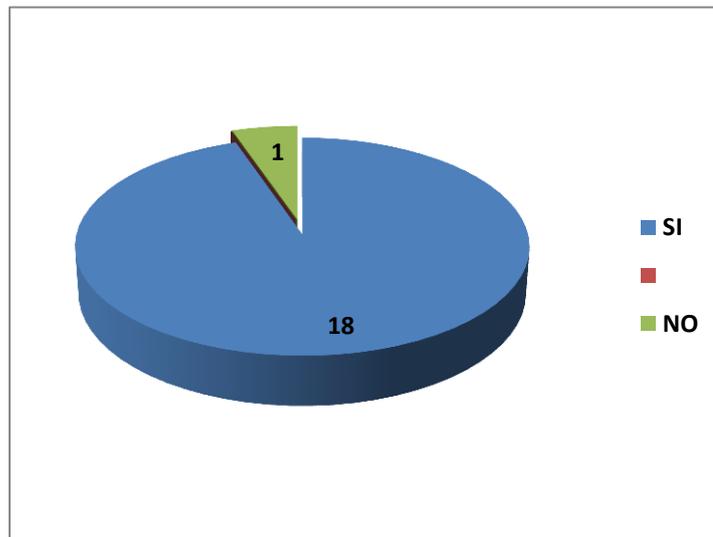


FIGURA N° 8 Necesidad de reestructuración del departamento de ventas

Nota: Cuadro de tabulación y Representación Gráfica de la pregunta uno.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

4.1.1. Conclusiones

Al aplicar esta pregunta como inicio del ejercicio de encuestas, deseamos captar la atención y por seguro el apoyo de nuestros relacionados, a que se ejecute este proyecto de reestructuración en nuestra empresa.

4.1.2. Recomendaciones

Aceptando y de manera frontal, el proceso y trabajo desarrollado en función de cumplimiento del requerimiento planteado en la presente interrogante se ha cumplido de manera objetiva y se desea que se lo aplique de la mejor manera posible.

4.2. Pregunta No. 2 ¿Cree usted que se debe realizar una segmentación de clientes?

Si	17	89%
No	2	11%
TOTAL	19	100%

TABLA N° 2 Realización de una segmentación de clientes

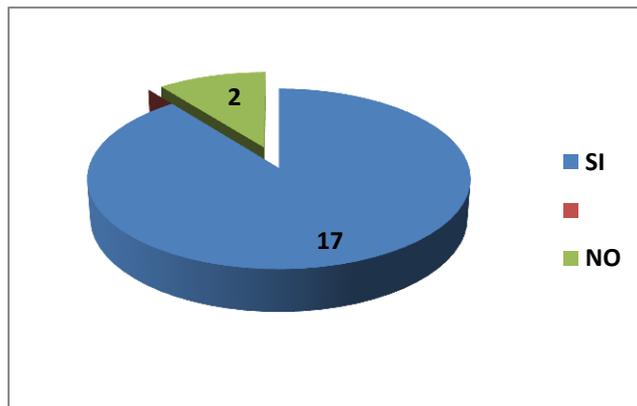


FIGURA N° 9 Realización de una segmentación de clientes

Nota: Cuadro de tabulación y Representación Gráfica de la pregunta dos.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

4.2.1. Conclusiones

Al iniciar actividades en el sur de la capital, se realizó contactos con otros nuevos clientes, que solicitaron se les considere con otro tipo de segmentación debido a que ellos pertenecen al grupo de micro empresarios y también emprendedores que solicitan se conceda crédito para sus compras.

4.2.2. Recomendaciones

En conformidad con los resultados del trabajo realizado, se realizara la segmentación solicitada con la finalidad a futuro promover según el cliente un crédito conforme el volumen de ventas.

4.3. Pregunta No. 3 ¿Conoce usted las maquinas usadas que adquieren nuestros clientes?

Si	1	5%
No	18	95%
TOTAL	19	100%

TABLA N° 3 Conocimiento de la maquinaria que adquieren los clientes

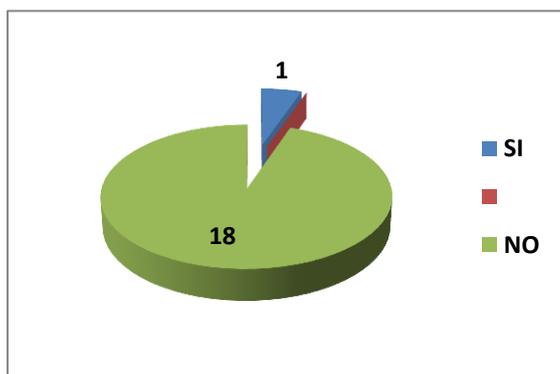


FIGURA N° 10 Conocimiento de la maquinaria que adquieren los clientes

Nota: Cuadro de tabulación y Representación Gráfica de la pregunta tres.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

4.3.1. Conclusiones

Uno de los mayores problemas que se definen según este estudio es que la gran mayoría de clientes no conocen el tipo de maquinaria y si las conocen no entienden su utilidad operativa a un ciento por ciento, sobre todo en lo referente a la industria de la madera.

4.3.2. Recomendaciones

Con las nuevas importaciones planificadas para este año, estamos solicitando el envío oportuno de material escrito esto es manuales de funcionamiento de las maquinas a fin de entregar a los clientes en las visitas programadas.

4.4. Pregunta No. 4 ¿Considera que la maquinaria se encuentra en condiciones competitivas para el mercado local?

Si	12	63%
No	7	37%
TOTAL	19	100%

TABLA N° 4 Competencia de la maquinaria en el mercado local

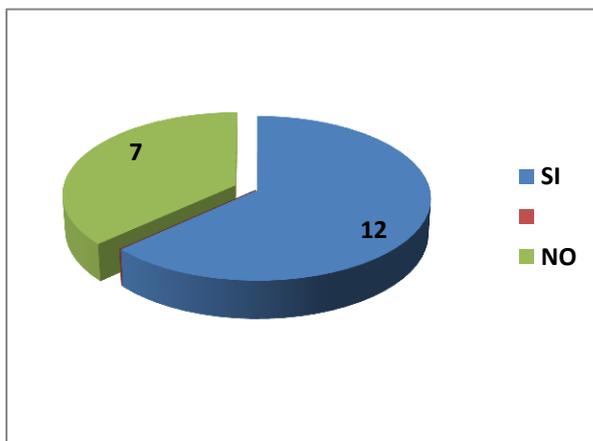


FIGURA N° 11 Competencia de la maquinaria en el mercado local

Nota: Cuadro de tabulación y Representación Gráfica de la pregunta cuatro.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

4.4.1. Conclusiones

Con las visitas realizadas por los clientes y a ellos en sus negocios y empresas, concluimos que nuestras maquinas si son operativas y se acoplan a los requerimientos del mercado. En la empresa metalmecánica y maderera especialmente.

4.4.2. Recomendaciones

La sugerencia a nuestro proveedor es que se envíe maquinas en buen estado y de ser posible que se realicen revisiones operativas de estas a fin de que en la empresa no se tenga contratiempos por este tipo de aspectos.

4.5. Pregunta No. 5 ¿Considera que se da solución oportuna a los problemas de nuestros clientes?

Si	14	74%
No	5	26%
TOTAL	19	100%

TABLA N° 5 Solución oportuna de los problemas de nuestros clientes

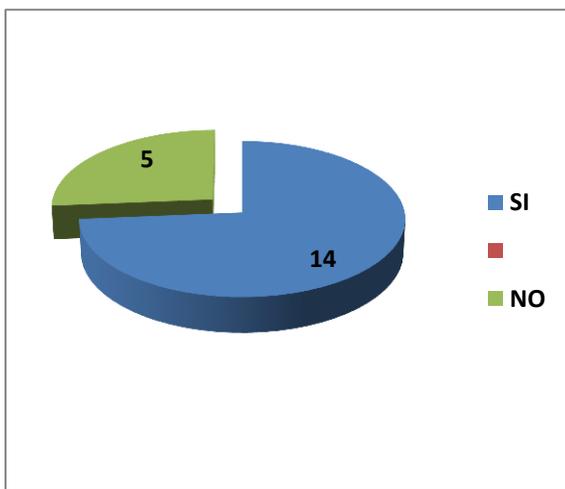


FIGURA N° 12 Solución oportuna de los problemas de nuestros clientes

Nota: Cuadro de tabulación y Representación Gráfica de la pregunta cinco.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

4.5.1. Conclusiones

Al ser nuevos en el mercado la ideología aplicada a nuestros relacionados que a futuro se constituirán en nuestra fuerza de ventas, es que se visite a los clientes y se les consulte y revisen las maquinas ya adquiridas a fin de fidelizar este tipo de relación, en procura de siempre ser sus proveedores.

4.5.2. Recomendaciones

En consideración que es un mercado grande y distante la idea es poner en contacto a los clientes y a sus gestores esto es los vendedores para que no dejen de estar en permanente comunicación con ellos.

4.6. Pregunta No. 6 ¿Tiene conocimiento del funcionamiento de las maquinas que se vende?

Si	7	37%
No	12	63%
TOTAL	19	100%

TABLA N° 6 Conocimiento del funcionamiento de las maquinas para la venta

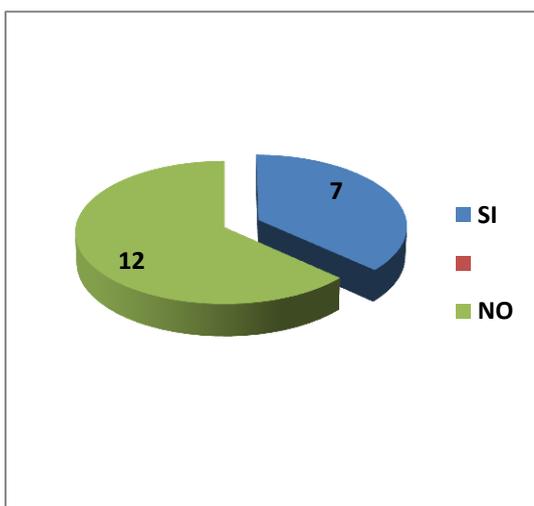


FIGURA N° 13 Conocimiento del funcionamiento de las maquinas para la venta

Nota: Cuadro de tabulación y Representación Gráfica de la pregunta seis.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

4.6.1. Conclusiones

No se ha visto aun personal técnico que sepa al ciento por ciento operar las maquinas que vienen del exterior, se ve claramente que la capacidad operativa todavía es limitada de nuestra mano de obra.

4.6.2. Recomendaciones

Lo ideal es proporcionar asistencia técnica y soporte operativo a los clientes, esto facilitara que el trato mejore y sobre todo la capacidad operativa de las maquinas sea aprovecha de mejor forma, en función de producción continua

4.7. Pregunta No. 7 ¿Los Vendedores cuentan con un cronograma preestablecido de atención a sus clientes?

Si	8	42%
No	11	58%
TOTAL	19	100

TABLA N° 7 Existencia de un cronograma de atención a los clientes

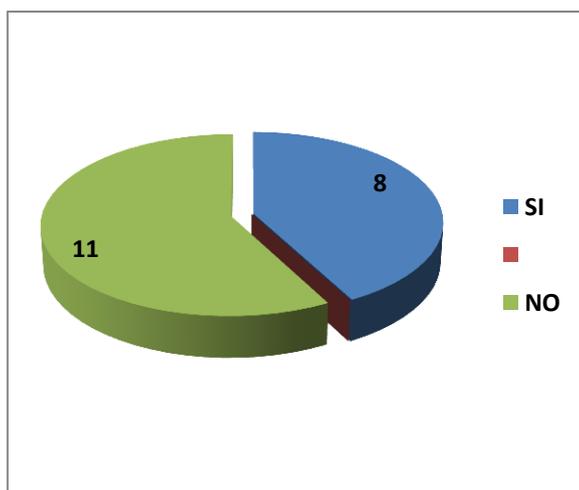


FIGURA N° 14 Existencia de un cronograma de atención a los clientes

Nota: Cuadro de tabulación y Representación Gráfica de la pregunta siete.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

4.7.1. Conclusiones

Debemos ser enfáticos la reestructuración del departamento de ventas, es imprescindible de hecho si lo postergan más el resultado será más descuidos en temas importantes para la empresa y sus resultados.

4.7.2. Recomendaciones

Las personas que son actualmente relacionados, deben recibir instrucción a fin de que esta sea aplicada en campo, para mejor ubicación y atención a los clientes, ya que no se da una buena labor de cobertura.

4.8. Pregunta No. 8 ¿Los Vendedores con qué frecuencia visitan a sus clientes?

A	4	21%
B	6	32%
C	9	47%
TOTAL	19	100%

TABLA N° 8 Frecuencia de visita de los vendedores a los clientes

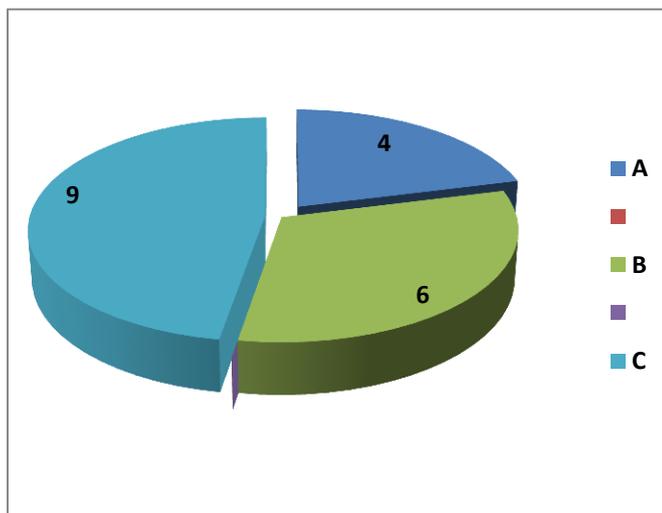


FIGURA N° 15 Frecuencia de visita de los vendedores a los clientes

Nota: Cuadro de tabulación y Representación Gráfica de la pregunta ocho.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

4.8.1. Conclusiones

No se pudo revisar ni realizar una determinación de las atenciones entregadas y realizadas a los clientes esto sí es perjudicial en extremo para la empresa porque puede determinar pérdidas de oportunidades y negocios.

4.8.2. Recomendaciones

Con la aplicación del estudio realizado, se empieza una nueva forma de atender y conquistar clientes entre ellas maneras y formas de atención al cliente.



CAPITULO V

5. LA PROPUESTA

5.1. ANTECEDENTES

5.1.1. Para qué sirve un proyecto de investigación.

Siempre que exista una necesidad humana de un bien o un servicio habrá necesidad de invertir, pues hacerlo es la única forma de producir un bien o servicio, es claro entonces que las investigaciones no se hacen solo porque alguien desea producir determinada artículo o piensa que produciéndolo va a ganar dinero. En la actualidad una inversión inteligente requiere una base que la justifique, dicha base es precisamente un proyecto bien estructurado y evaluado que indique la pauta que debe seguirse de ahí se deriva la necesidad de elaborar los proyectos. Pues al utilizarlos nos permite alcanzar crecimiento y desarrollo en mayor grado, es decir: una mayor producción, más empleos, mejor salud y otros indicadores que evidencian bienestar, progreso y mejoras en los niveles de vida.

5.1.2. Porque utilizaremos un proyecto de inversión.

La realización de proyectos se ha transformado en un instrumento prioritario entre los agentes económicos que participan en la asignación de recursos para implementar iniciativas de inversión, esta técnica es tomada como una posibilidad de proporcionar más información a quien debe decidir, así será posible rechazar un proyecto no rentable y aceptar uno rentable. La realización de proyectos de inversión es importante para el trabajo multidisciplinario de administradores, contadores, economistas, ingenieros, psicólogos, etc., con el objeto de introducir una nueva iniciativa de inversión, y elevar las posibilidades de éxito. El planteamiento sistemático, metodológico y científico de proyectos es de gran importancia en los proyectos de inversión ya que complementan la visión empírica y la acción empresarial. A nivel empresa la importancia es tal que el



éxito de las operaciones normales se apoya principalmente en las utilidades que el proyecto genera.

5.2. INTRODUCCIÓN

Dentro de la industria moderna, se considera que la implementación de una sección estratégica, dentro de las actividades productivas de estas dinamizará el trabajo y mejorará los sectores económicos aledaños contribuyendo de esta manera al desarrollo de la población económicamente activa.

Por tanto el interés que se pone de parte tanto de los semi y micro industriales, como de su personal colaborador para que la empresa mejore cada vez en su solidez y calidad ya puede ser que, este está contribuyendo al incremento positivo de la balanza comercial.

5.3. OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

- ◆ Constatar una viabilidad mercadotécnica, para llevar nuestras maquinarias usadas al mercado.
- ◆ Verificar la viabilidad técnica.
- ◆ Evaluar la viabilidad financiera.

5.4. DESARROLLO DE LA PROPUESTA

5.4.1. Análisis situacional

5.4.1.1. Análisis macro ambiente

5.4.1.1.1. Entorno económico



5.4.1.1.1. Inflación

FECHA	VALOR
Marzo-31-2013	3.01 %
Febrero-28-2013	3.48 %
Enero-31-2013	4.10 %
Diciembre-31-2012	4.16 %
Noviembre-30-2012	4.77 %
Octubre-31-2012	4.94 %
Septiembre-30-2012	5.22 %
Agosto-31-2012	4.88 %
Julio-31-2012	5.09 %
Junio-30-2012	5.00 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	5.42 %
Marzo-31-2012	6.12 %
Febrero-29-2012	5.53 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	5.41 %
Noviembre-30-2011	5.53 %
Octubre-31-2011	5.50 %
Septiembre-30-2011	5.39 %
Agosto-31-2011	4.84 %
Julio-31-2011	4.44 %
Junio-30-2011	4.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	3.88 %

TABLA N° 9 Visualización de la inflación del país.

Nota: Cuadro demostrativo de los registros de la inflación del país.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

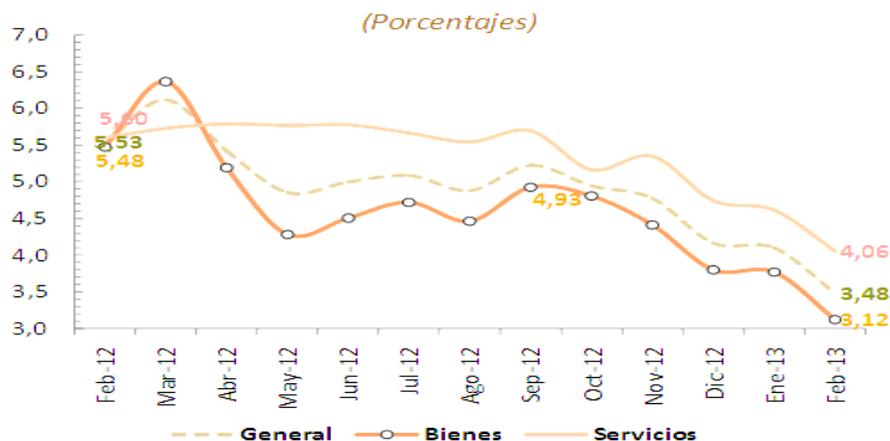


FIGURA N° 16 Inflación anual general, bienes y servicios

Nota: Diagrama de la inflación registrada.

Fuente: Banco Central del Ecuador.



La inflación es medida estadísticamente a través del Índice de Precios al Consumidor del Área Urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de hogares.

La evidencia empírica señala que inflaciones sostenidas han estado acompañadas por un rápido crecimiento de la cantidad de dinero, aunque también por elevados déficit fiscales, inconsistencia en la fijación de precios o elevaciones salariales, y resistencia a disminuir el ritmo de aumento de los precios (inercia). Una vez que la inflación se propaga, resulta difícil que se le pueda atribuir una causa bien definida.

Adicionalmente, no se trata sólo de establecer simultaneidad entre el fenómeno inflacionario y sus probables causas, sino también de incorporar en el análisis adelantos o rezagos episódicos que permiten comprender de mejor manera el carácter errático de la fijación de precios.

En febrero 2013, la inflación del rubro de los servicios se ubicó casi un punto porcentual por sobre la serie que representa a los bienes. El comportamiento que ha reportado la inflación en el Ecuador durante los últimos años, se debe a causas exógenas tanto internas como externas. Dando como resultado el incremento de precios.

Para la importación y comercialización de maquinaria este índice es **FAVORABLE** ya que en el mercado y con este tipo de producto en el exterior donde se da negociaciones estables y al interior podemos tener localmente una subida de precios esto causa un desequilibrio en el costo.

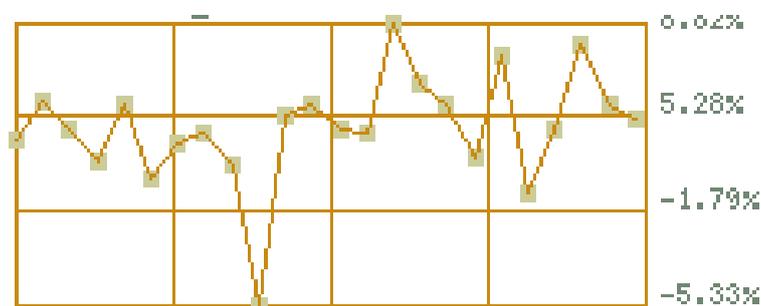
5.4.1.1.2. Producto interno bruto

FECHA	VALOR
Marzo-31-2013	5.25 %
Febrero-28-2013	5.30 %
Enero-31-2013	7.80 %
Diciembre-31-2012	4.70 %
Noviembre-30-2012	-1.79 %
Octubre-31-2012	7.75 %
Septiembre-30-2012	2.22 %
Agosto-31-2012	5.28 %
Julio-31-2012	5.60 %
Junio-30-2012	8.82 %
Mayo-31-2012	4.85 %
Abril-30-2012	4.92 %
Marzo-31-2012	5.29 %
Febrero-29-2012	5.23 %
Enero-31-2012	5.29 %
Diciembre-31-2011	-5.33 %
Noviembre-30-2011	1.53 %
Octubre-31-2011	3.50 %
Septiembre-30-2011	3.19 %
Agosto-31-2011	1.12 %
Julio-31-2011	5.34 %
Junio-30-2011	2.28 %
Mayo-31-2011	4.23 %
Abril-30-2011	5.48 %

TABLA N° 10 El. P.I.B. del Ecuador

Nota: Cuadro demostrativo de P.I.B. país.

Fuente: Banco Central del Ecuador.



Máximo = 8.82%

Mínimo = -5.33%

FIGURA N° 17 Variación del P.I.B. últimos dos años

Nota: Grafico demostrativo del P.I.B. del país.

Fuente: Banco Central del Ecuador.



A partir del año 2000 la economía ecuatoriana se ha logrado consolidar en gran medida, apoyada fuertemente por condiciones externas favorables, como precio del petróleo, las remesas en divisas por parte de los emigrantes.

El junio del año 2012 fue el de mayor crecimiento del período, esto se debió al incremento significativo del valor agregado petrolero, VAP a partir de la entrada en operación del OCP. Sin embargo, la carencia de nuevos proyectos de gran escala se tradujo en una reducción del nivel de crecimiento. A pesar de ello, el año 2012 fue de gran actividad económica debido al incremento del precio del petróleo exportado y a una política de fuerte inversión pública. En diciembre de 2011 sufre la caída al -5.33% pero a partir de esto tenemos un crecimiento considerable terminando el 2012 con un PIB del 4.70% continuando el 2013 con una variante mínima colocándose en un 5.25%.

El crecimiento del PIB es **FAVORABLE** para este nuestro proyecto hoy que por medio de las producciones se contribuye al aumento del mismo, por otra parte con el crecimiento del PIB se entiende que existen las condiciones adecuadas en el país para que el proyecto en mención sea exitoso.

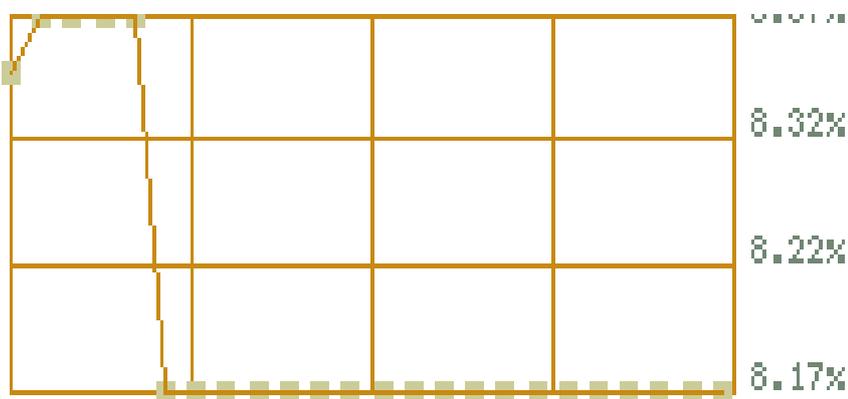
5.4.1.1.1.3. Tasa de interés activa 2011-2013

FECHA	VALOR
Abril-30-2013	8.17 %
Marzo-31-2013	8.17 %
Febrero-28-2013	8.17 %
Enero-31-2013	8.17 %
Diciembre-31-2012	8.17 %
Noviembre-30-2012	8.17 %
Octubre-31-2012	8.17 %
Septiembre-30-2012	8.17 %
Agosto-31-2012	8.17 %
Julio-31-2012	8.17 %
Junio-30-2012	8.17 %
Mayo-31-2012	8.17 %
Abril-30-2012	8.17 %
Marzo-31-2012	8.17 %
Febrero-29-2012	8.17 %
Enero-31-2012	8.17 %
Diciembre-31-2011	8.17 %
Noviembre-30-2011	8.17 %
Octubre-31-2011	8.17 %
Septiembre-30-2011	8.37 %
Agosto-31-2011	8.37 %
Julio-31-2011	8.37 %
Junio-30-2011	8.37 %
Mayo-31-2011	8.34 %

TABLA N° 11 Tasa de interés activa

Nota: Detalle de la Tasa de interés Activa registradas en el país.

Fuente: Banco Central del Ecuador.



Máximo = 8.37%

Mínimo = 8.17%

FIGURA N° 18 Tasa de interés activa de los últimos dos años

Nota: Grafico demostrativo de los registros de la Tasa de interés Activa.

Fuente: Banco Central del Ecuador.



En la gráfica se observa que en los últimos meses de 2011 se mantenía alta la tasa de interés activa ubicándose en el 8.37% y a partir del 2012 se estabiliza y hasta el momento el interés se mantiene en el 8.17% claro está que esta tasa de interés es para créditos corporativos que es el más bajo de todos los segmentos, en el caso de nuevos emprendimientos estaríamos hablando de crédito para PYMES está en el 11.20% la mínima y en 11.83% la máxima.

Este indicador es muy **FAVORABLE** para el emprendimiento del proyecto ya que al tener una tasa de interés constante nos permite proyectarnos de una forma más real y segura.



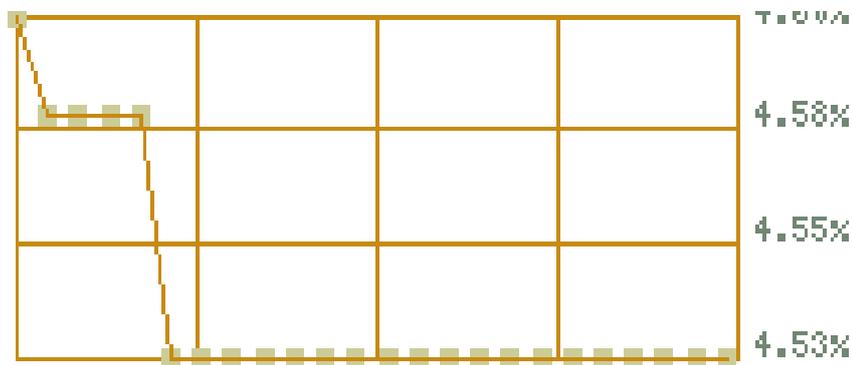
5.4.1.1.4. Tasa de interés pasiva 2011-2013

FECHA	VALOR
Abril-30-2013	4.53 %
Marzo-31-2013	4.53 %
Febrero-28-2013	4.53 %
Enero-31-2013	4.53 %
Diciembre-31-2012	4.53 %
Noviembre-30-2012	4.53 %
Octubre-31-2012	4.53 %
Septiembre-30-2012	4.53 %
Agosto-31-2012	4.53 %
Julio-31-2012	4.53 %
Junio-30-2012	4.53 %
Mayo-31-2012	4.53 %
Abril-30-2012	4.53 %
Marzo-31-2012	4.53 %
Febrero-29-2012	4.53 %
Enero-31-2012	4.53 %
Diciembre-31-2011	4.53 %
Noviembre-30-2011	4.53 %
Octubre-31-2011	4.53 %
Septiembre-30-2011	4.58 %
Agosto-31-2011	4.58 %
Julio-31-2011	4.58 %
Junio-30-2011	4.58 %
Mayo-31-2011	4.60 %

TABLA N° 12 Tasa de interés pasiva 2011-2013

Nota: Cuadro demostrativo de los registros de la Tasa de interés Pasiva.

Fuente: Banco Central del Ecuador.



Máximo = 4.60%

Mínimo = 4.53%

FIGURA N° 19 Tasa de interés pasiva de los últimos dos años

Nota: Grafico demostrativo de los registros de la Tasa de interés Pasiva.

Fuente: Banco Central del Ecuador.



La tasa pasiva, se puede observar que se mantiene estable en los últimos meses y durante los dos últimos años sin mayores variaciones, lo que nos indica que a futuro no se descarta llegar a invertir en sistema financiero nacional. En los últimos años el punto máximo se alcanza a 4.60% en el mes de mayo del 2011 y el mínimo de 4.53% se mantiene desde el mes de octubre del 2011.

La estabilidad que tiene la tasa pasiva es **FAVORABLE** para este proyecto, no se descarta que a futuro se pueda realizar inversiones a corto plazo, maximizando de esta manera el capital de trabajo.

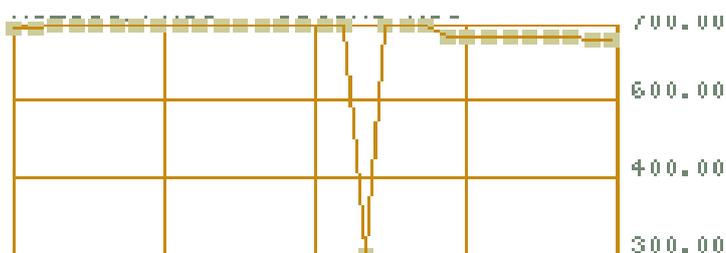
5.4.1.1.1.5. Riesgo país 2001-2013

FECHA	VALOR
Abril-11-2013	677.00
Abril-10-2013	677.00
Abril-09-2013	679.00
Abril-08-2013	680.00
Abril-07-2013	680.00
Abril-06-2013	680.00
Abril-05-2013	680.00
Abril-04-2013	681.00
Abril-03-2013	680.00
Abril-02-2013	699.00
Abril-01-2013	700.00
Marzo-31-2013	700.00
Marzo-30-2013	300.00
Marzo-29-2013	700.00
Marzo-28-2013	700.00
Marzo-27-2013	699.00
Marzo-26-2013	698.00
Marzo-25-2013	699.00
Marzo-24-2013	698.00
Marzo-23-2013	698.00
Marzo-22-2013	698.00
Marzo-21-2013	698.00
Marzo-20-2013	699.00
Marzo-19-2013	700.00
Marzo-18-2013	699.00
Marzo-17-2013	698.00
Marzo-16-2013	698.00
Marzo-15-2013	698.00
Marzo-14-2013	697.00
Marzo-13-2013	697.00

TABLA N° 13 Registro del riesgo país

Nota: Cuadro de los registros del riesgo país.

Fuente: Banco Central del Ecuador.



Máximo = 700.00

Mínimo = 300.00

FIGURA N° 20 Riesgo país del último mes

Nota: Grafico demostrativo de los registros de la Tasa de interés Activa.

Fuente: Banco Central del Ecuador.



Al mirar la gráfica podemos deducir que el riesgo país es medianamente alto también se debe tomar en cuenta que tiene una tendencia a la baja lo cual nos da a entender que de a poco los inversionistas extranjeros irán confiando en Ecuador.

El riesgo país ha llegado a su punto más bajo el 30 de marzo del 2013 con 300 puntos y en este momento ha alcanzado un valor de 700 puntos, resulta atractivo para los inversionistas.

El hecho de que el riesgo país tenga tendencia a la baja, es **FAVORABLE** para este o cualquier proyecto de inversión por lo que nos da mayor confianza para emprender nuevos negocios. En conclusión podemos decir que los índices macroeconómicos son en su mayoría **ALTAMENTE FAVORABLES** para emprender con nuevos proyectos de inversión que nos lleven a contribuir a la mejora de la economía de nuestro país y por ende al desarrollo de un mejor estilo de vida de los ecuatorianos.

5.4.1.1.1.6. Balanza comercial

■ Balanza Comercial - Total	-95,999	-19,241	110,146	-179,869
■ Bal. Comercial - Petrolera	366,865	609,328	943,395	683,604
■ Bal. Comercial - No petrolera	-462,863	-628,569	-833,249	-863,473
● Precio de barril de petróleo / USD (eje der.)	72.52	81.99	99.62	99.81

TABLA N° 14 Balanza comercial

Nota: Datos de la Balanza Comercial.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

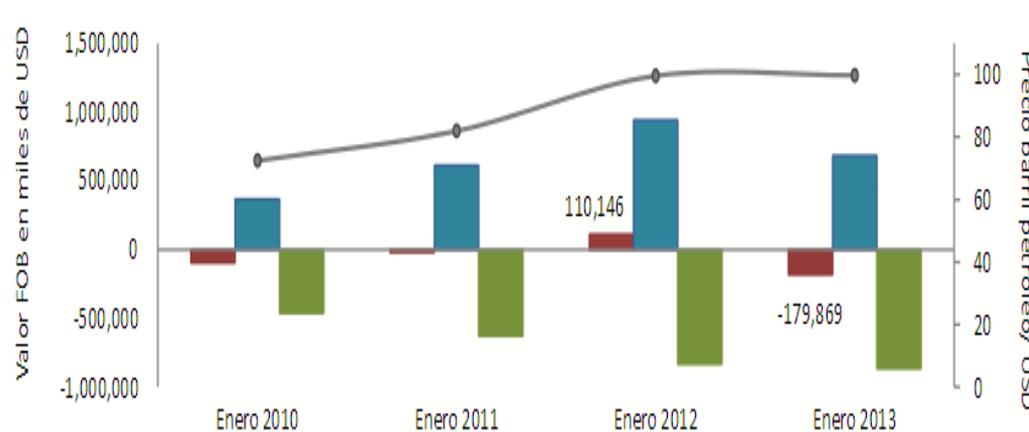


FIGURA N° 21 Balanza comercial

Nota: Representación Grafica de la Balanza Comercial.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

Como podemos observar, las estadísticas nos indican desde el 2010 al 2013 las exportaciones han sido mayores que las importaciones, se puede ver también que la tendencia tanto de importaciones como de exportaciones es a la baja. La balanza comercial es **FAVORABLE** para el proyecto, puesto que la panela producida será exportada y estos índices ratifican nuestros productos pueden ser comercializados fuera del país.



5.4.1.1.2. Entorno político

5.4.1.1.2.1. Función Ejecutiva

Esta función es cumplida por el Presidente de la República independientemente si se trata de periodo dictatorial, como hemos tenido por varios años o Constitucionales dados por mandato popular y voto secreto.

1.- Cumplir y hacer cumplir la Constitución, las leyes, los tratados y los convenios internacionales y demás normas jurídicas dentro del ámbito de su competencia.

2.- Presentar, en el momento de su posesión, su plan de gobierno con los lineamientos fundamentales de las políticas y acciones que desarrollará durante su ejercicio.

3.- Establecer las políticas generales del estado, aprobar los correspondientes planes de desarrollo y velar por su cumplimiento.

4.- Participar en el proceso de formación y promulgación de las leyes, en la forma prevista en esta Constitución.

5.- Expedir los reglamentos necesarios para la aplicación de las leyes, sin contravenirlas ni alterarlas, así como los que convengan a la buena marcha de la administración.

6.- Convocar a consultas populares de acuerdo con lo preceptuado en la Constitución.

7.- Presentar a la Asamblea Nacional, el 15 de enero de cada año, el informe sobre la ejecución del plan de gobierno, los indicadores de desarrollo humano, la situación general de la República, los objetivos que el gobierno se proponga alcanzar durante el año siguiente, las acciones que llevará a cabo para lograrlo, y



el balance de su gestión. Al fin del período presidencial, cuando corresponda posesionar al nuevo presidente, presentará el informe dentro de los días comprendidos entre el 6 y el 14 de enero.

8.- Convocar a la Asamblea Nacional a períodos extraordinarios de sesiones. En la convocatoria se determinarán los asuntos específicos que se conocerán durante tales períodos.

9.- Dirigir la administración pública y expedir las normas necesarias para regular la integración, organización y procedimientos de la Función Ejecutiva.

10.- Nombrar y remover libremente a los ministros de Estado, a los jefes de las misiones diplomáticas y demás funcionarios que le corresponda, de conformidad con la Constitución y la Ley.

11.- Designar al Contralor General del estado de la terna propuesta por el Congreso Nacional; conocer su excusa o renuncia y designar su reemplazo en la forma prevista en la Constitución.

12.- Definir la política exterior, dirigir las relaciones internacionales, celebrar y ratificar los tratados y convenios internacionales, previa aprobación del Congreso Nacional, cuando la Constitución lo exija.

13.- Velar por el mantenimiento de la soberanía nacional y por la defensa de la integridad e independencia del Estado.

14.- Ejercer las demás atribuciones que le confieren la Constitución y las leyes.

La existencia de la función ejecutiva en el Ecuador es **FAVORABLE** para el proyecto ya que por medio de esta función sabemos que estamos protegidos por esta función y que vivimos en un país soberano.

**5.4.1.1.2.2. Función Judicial**

1.- Juzgar a los miembros de la Corte Constitucional por responsabilidad penal de acción pública, de conformidad con lo que dispone el artículo 431 inciso segundo de la Constitución.

2.- Desarrollar el sistema de precedentes jurisprudenciales, fundamentando en los fallos de triple reiteración.

3.- Dirimir los conflictos de competencia entre salas especializadas de la Corte Nacional de Justicia.

4.- Discutir y aprobar proyectos de ley relacionados con el sistema de administración de justicia; y presentarlos por medio de su Presidenta o Presidente a la Asamblea Nacional.

5.- Conceder licencia entre nueve y sesenta días a los jueces que la integran, y declararles en comisión de servicio cuando fuere del caso.

6.- Expedir resoluciones en caso de duda u oscuridad de las leyes, las que serán generales y obligatorias, mientras no se disponga lo contrario por la Ley, y regirán a partir de su publicación en el Registro Oficial.

7.- Designar, en los casos previstos por la ley, los representantes de la Función Judicial ante entidades y organismos del sector público, y ante organismos internacionales.

8.- Ejercer las demás atribuciones que establece la Constitución.



La Función Judicial es una **OPORTUNIDAD** para el emprendimiento del proyecto, puesto que sabemos que en el momento que se presente cualquier tipo de litigio sea con respecto a los trabajadores o problemas de cobranzas etc., tenemos un sitio a dónde acudir para resolver el problema de forma legal.

5.4.1.1.2.3. Función Legislativa

- 1.- Creación de leyes y fiscalización.
- 2.- Incluye la posibilidad de plantear juicio político en contra del Presidente de la República, el Vicepresidente y los Ministros de Estado, denominada como Asamblea Nacional.
- 3.- Fiscalizar los actos de las funciones Ejecutiva, Electoral y de Transparencia y Control Social, y los otros órganos del poder público, y requerir a las servidoras y servidores públicos las informaciones que considere necesarias.
- 4.- Depurara Normativa Jurídica.- 2010-03-24
- 5.- Leyes, decretos supremos, reglamentos que datan de 1800 al 2009, serán depurados tras el análisis del Proyecto de Ley de Depuración de la Normativa legal, que fue presentado por el Poder Ejecutivo el 12 de enero de 2010 a la Asamblea Nacional.
- 6.- La aprobación de normas con rango de ley.
- 7.- Elaborar y modificar las leyes existentes de acuerdo a la opinión de los ciudadanos.
- 8.- La aprobación de las leyes está a cargo de un cuerpo deliberativo.



La función Legislativa es una **OPORTUNIDAD** puesto que por medio de esta función se aprueban nuevas leyes que están en su mayoría favor del pueblo.

5.4.1.1.2.4. Función Electoral

- 1.- Emitir los reglamentos, instructivos, acuerdos y resoluciones para su funcionamiento.
- 2.- Inscribir los Partidos Políticos, sus autoridades y candidatos a cargos de elección popular y las alianzas, funciones y candidaturas independientes.
- 3.- Exigir a los Partidos Políticos, al finalizar cada ejercicio fiscal, al presentación de sus estados financieros y publicarlos.
- 4.- Organizar, dirigir, administrar y vigilar los procesos electorales.
- 5.- Elaborara, depurar y publicar el Censo Nacional Electoral.
- 6.- Recibir, custodiar y verificar la documentación y material electoral utilizado en los procesos electorales.
- 7.- Recibir, custodiar y verificar la documentación y material electoral utilizados en los procesos electorales.
- 8.- Divulgar resultados preliminares de los escrutinios.
- 9.- Practicar el escrutinio definitivo con base en las actas de cierre suscrita por los miembros de las Mesas Electorales Receptoras.
- 10.- Anular de oficio o a petición de parte, la inscripción de candidatos a cargos de elección popular, cuando los inscritos no llenen los requisitos de Ley.



11.- Establecer un sistema de estadísticas electorales.

12.- Fomentar la educación cívica electoral.

13.- Las demás que le señale la presente Ley.

La Función Electoral es una **OPORTUNIDAD** para llevar a cabo este proyecto ya que es un ente público controlador de los partidos políticos y especialmente de los eventos electorales, de esta manera nuestros mandantes ejercen el poder del voto, porque el pueblo elige a sus mandantes esto da un sentimiento más de seguridad.

5.4.1.1.2.5. Función de Transparencia y Control Social

Al Consejo de Participación Ciudadana y Control Social le compete de conformidad con la ley:

- 1, Promover la participación ciudadana, estimular procesos de deliberación pública y propiciar la formación en ciudadanía, valores, transparencia y lucha contra la corrupción.
2. Establecer mecanismos de rendición de cuentas de las instituciones y entidades del sector público, y las personas jurídicas del sector del sector privado que presten servicios públicos o manejen recursos públicos.
3. Instar a las demás entidades del sector o función para que actúen de forma obligatoria sobre los asuntos que ameriten intervención a criterio del Consejo.
4. Organizar el proceso y vigilar la transparencia en la ejecución de los actos de las comisiones ciudadanas de selección de las autoridades estatales.

La Función de Transparencia y Control Social en una **OPORTUNIDAD**, ya que por medio de este poder del estado se puede controlar



y en lo posible disminuir el porcentaje de corrupción que lamentablemente aún existe en nuestro país, sea en el sector privado o en el público pese a la presencia de la Contraloría General del Estado.

5.4.1.1.2.6. Conclusión General

La manera de generar, desarrollar y controlar la gestión política en nuestro país luego del retorno a la vida constitucional por lecciones soberanas del pueblo, en términos generales a partir finales de los años setenta con la presidencia del Dr. Oswaldo Hurtado, siempre se detallaron actos de corrupción económicos, irrespetos a los derechos humanos, falta de gobernabilidad, deficiencia de efectividad en los distintos poderes del estado, agrandado estos términos por los ataques de los países vecinos como por ejemplo los dados en los años ochenta, la sociedad nacional e internacional siempre estuvo a la expectativa de que exista una variable del mandato constitucional. Este pedido generalizado se ve atendido con la elección del Economista Rafael Correa que apoyado por una reforma Constitucional logra dar un giro bastante considerable a los poderes del estado y sobre todo recupera la credibilidad en lo relacionado al manejo del erario público, de esta manera da cavidad de una nueva manera de búsqueda de negocios por los nuevos micro emprendedores industriales.



5.4.1.2. Análisis del microambiente.

Afectan a una empresa en particular y, a pesar de que generalmente no son controlables, se puede influir en ellos. Son fuerzas que una empresa puede intentar controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Entre ellas tenemos a los proveedores, la empresa en sí, intermediarios, clientes y públicos. A partir del análisis del Microambiente nacen las fortalezas y las debilidades de la empresa.

5.4.1.2.1. Fuerzas de Porter

5.4.1.2.1.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores.

La entrada de nuevos competidores genera disminución en las ventas e incremento de las devoluciones en ventas. Es decir, siempre debes estar atento en qué lugar estas colocando tu negocio y sobre todo que tanta competencia hay por esa zona, ya que esto genera más o menos ventas.

5.4.1.2.1.2. La rivalidad entre los competidores.

Cuando la rivalidad entre competidores es fuerte, nuestro cliente puede estar enfrentado a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos, generando ventas o pérdidas. Que significan pérdidas y retrasos en los resultados proyectados.

5.4.1.2.1.3. Poder de negociación de los proveedores.

Cuando nuestro cliente depende de un solo proveedor este puede aprovechar esta situación para imponer sus condiciones (precio de compra, tamaño del pedido, forma de pago, calidad del producto, etc.), generando altos costos para nuestro cliente y por consiguiente la venta de productos a pérdida.

Esto quiere decir que no quieras abusar porque el cliente también necesita que haya en un equilibrio sobre todo de tus precios.

5.4.1.2.1.4. Poder de negociación de los clientes

Cuando nuestro negocio depende de pocos clientes o clientes grandes, estos pueden imponer sus condiciones (precio de venta, descuentos, devoluciones en ventas, servicios, forma de pago, calidad de los productos, etc.), generando altos costos para nuestro cliente y por consiguiente la venta de productos a pérdida.

5.4.1.2.1.5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos.

La entrada de productos sustitutos le puede generar a nuestro cliente la disminución en las ventas, el incremento de las devoluciones en ventas y en casos extremos problemas de negocio en marcha.

EMPRESA	PRODUCTO	TIEMPO EN EL MERCADO	TIPO DE EMPRESA	UBICACIÓN
PROVEEDORES DIRECTOS DE LA EMPRESA				
Jemp Exports	Maquinaria Transporte pesado	Más de 10 años	Compañía constituida	California
GBS Global Inc.	Equipamiento industrial	Más de 10 años	Compañía constituida	New York
PROVEEDORES INDIRECTOS DE LA EMPRESA				
Adrian Inc.	Todo tipo de Maquinaria	Más de 20 años	Persona Natural	New York
COMPETIDORES DIRECTOS DE LA EMPRESA				
Maquinarias Usadas	Todo tipo de maquinaria	5 Años Ecuador	Legalmente constituida	Quito/Ambato
VANPAT S.A.	Maquinaria Industrial	Más de 20 años	Compañía constituida	Guayas
COMPETIDORES SUSTITUTOS				
PASCAR	Maquinaria Avícola	Más de 5 años	Persona Natural	Tungurahua
Sidagrin	Maquinaria Usada	Más de 5 años	Persona Natural	Esmeraldas

FIGURA N° 22 Proveedores y competidores

Nota: Proveedores y competidores de la empresa

Fuente: Investigación

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

5.4.1.2.2. Entorno social

5.4.1.2.2.1. Desempleo

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %
Diciembre-31-2010	6.11 %
Septiembre-30-2010	7.44 %
Junio-30-2010	7.71 %
Marzo-31-2010	9.09 %
Diciembre-31-2009	7.93 %
Septiembre-30-2009	9.06 %
Junio-30-2009	8.34 %
Marzo-31-2009	8.60 %
Diciembre-31-2008	7.31 %
Septiembre-30-2008	7.06 %
Junio-30-2008	6.39 %
Marzo-31-2008	6.86 %
Diciembre-31-2007	6.07 %
Septiembre-30-2007	7.06 %

TABLA N° 15 Porcentaje de desempleo

Nota: Grafico demostrativo de La Tasa de Desempleo.

Fuente: Banco Central del Ecuador.

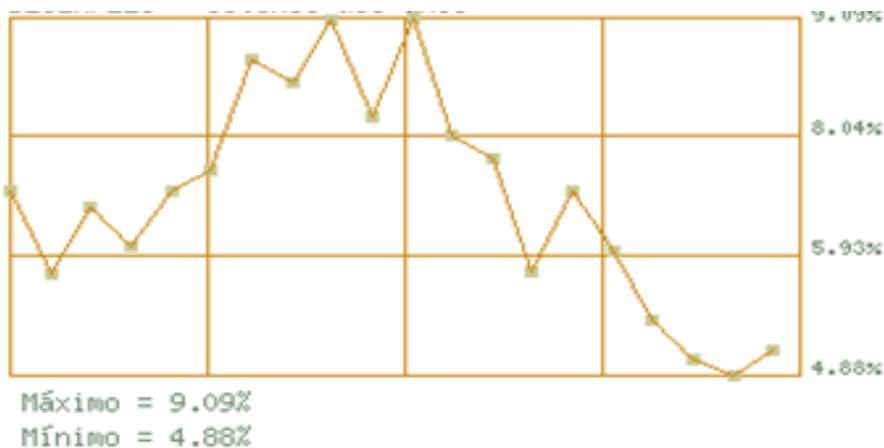


FIGURA N° 23 Desempleo de los últimos dos años

Nota: Grafico demostrativo de la Tasa de desempleo registrada en el país.

Fuente: Banco Central del Ecuador.



Según información publicada por el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos) el desempleo en el Ecuador tuvo un leve descenso al pasar de 4,12% a 4,21% entre ambos períodos. En cuanto al nivel de desempleo del 4,12% del último trimestre del 2012, Carrera señala que parecería que en Ecuador hay pleno empleo, lo cual llama la atención en un país con un bajo PIB (Producto Interno Bruto) y resalta la importancia de conocer cuánto ha invertido el sector privado en generar empleo, dado que las inversiones del este están estancadas.

5.4.1.2.2.2. Pobreza

La pobreza por ingresos en el Ecuador se redujo en 1,33 puntos porcentuales en el cuarto trimestre del 2012, ubicándose en el 27,31% frente al 28,64% del mismo periodo del año anterior. Esto, mientras el desempleo tuvo un leve descenso al pasar de 4,12% a 4,21% entre ambos períodos, según información publicada por el INEC (Instituto Nacional de Estadística y Censos).

La pobreza por ingresos se refiere a las personas cuyo ingreso es menor a la línea de pobreza que a diciembre del 2012 fue de \$ 2,54 diarios que significan \$ 76,2 mensuales. El analista Jaime Carrera opina que debería redefinirse lo que se entiende por pobreza de parte de las autoridades, pues cree que un umbral de \$ 76,2 de ingresos al mes, bajo el cual recién se consideran pobres a las personas, no es real cuando en Ecuador no se puede vivir ni con \$ 200 al mes. Observa que se requieren tasas más elevadas de crecimiento económico y que se mantengan por largo tiempo para que ello se refleje en una real reducción de la pobreza.

5.4.1.2.2.3. Salud

Los problemas de nuestro sistema sanitario son bien conocidos, están bien documentados y más que debatidos. Lo que ya no es tan evidente es que muchos de ellos surgen porque nuestro sistema de salud no es, en realidad, un sistema. El aumento de los costos, el acceso limitado, los altos índices de error, la



falta de cobertura, la mala respuesta a las enfermedades crónicas y el largo ciclo de desarrollo de nuevos medicamentos, la mayoría de estos problemas podrían mejorarse si pudiéramos vincular el diagnóstico realizado al descubrimiento de fármacos, a los proveedores, a las aseguradoras, a los profesionales, a los pacientes y a las comunidades. Hoy en día, estos componentes, procesos y participantes que forman el gran sistema sanitario no están conectados. La duplicación de documentos y el retraso en las entregas son cada vez más comunes. La información útil es en muchos casos inaccesible.

Un sistema sanitario más inteligente comienza con mejores conexiones, mejores datos, y análisis más rápidos y detallados. Significa integrar todos los datos, centrarlos en el paciente, para que cada persona sea "propietaria" de su propia información y tenga acceso a una red de colaboración sanitaria. Un sistema sanitario más inteligente significa dejar de lado los registros escritos, a fin de reducir los errores médicos y mejorar la eficiencia. Y significa aplicar avanzados análisis de grandes cantidades de datos, para mejorar los resultados.

5.4.1.2.2.4. Educación

La situación de la educación en el Ecuador es dramática, ya que muchos factores afectan al aprendizaje de los estudiantes, por el bajo nivel de escolaridad, persistencia del analfabetismo, mala calidad de la educación, mala infraestructura de los establecimientos, falta de materiales didácticos y una elevada tasa de repetición.

A lo largo de los años la educación en el Ecuador ha empeorado ya que el gobierno que le corresponde este trabajo no presta gran importancia a este problema, que afecta gravemente a la sociedad ecuatoriana. En la actualidad el nuevo gobierno de Rafael Correa, muestra nuevas alternativas para mejorar la educación, implementando material didáctico gratuito para las instituciones públicas, y la capacitación de nuevos maestros con conocimientos en tecnología, para que los estudiantes puedan acceder a nuevas alternativas educativas.



Una de las partes fundamentales para mejorar la educación es la infraestructura de las instituciones, ya que muchos establecimientos se encuentran en malas condiciones y el gobierno debe hacer algo con este problema que si afecta mucho al aprendizaje de los estudiantes.

5.4.1.2.3. Entorno tecnológico

5.4.1.2.3.1. Industria de la Construcción.

La industria de la Construcción ha mantenido una tendencia ascendente en los últimos años, sobre todo en dos ejes fundamentales que son la Obra Pública esto es en el desarrollo de vías creación de hospitales, desarrollo de instalaciones para las oficinas estatales, y el segundo sector de la vivienda que cuenta con el apoyo del B.E.V. y del BIESS, apoyados con las empresas de esta línea productiva que ya cuenta con maquinaria nueva y usada, importada desde distintos países para lograr generar los resultados hasta hoy alcanzados.

Organismos Estatales y gremiales tales como la Cámara de la Construcción o el Consejo Ecuatoriano de Edificación, promueven entre sus miembros la utilización de nuevas tendencias para la construcción y el empleo de maquinaria técnica y nuevas tecnologías con la finalidad de que este sector brinde más seguridad en sus edificaciones. Esta tendencia es evidente sobre todo en las grandes ciudades tales como Quito, Cuenca, Guayaquil y Manta los niveles de inversión son sustanciosos, generando de esta manera grandes cantidades de plazas laborales, dinamizando la economía del país.

5.4.1.2.3.2. Industria textil

Esta industria data de la época colonial, esto podemos visualizar en los obrajes y la utilización de la lana de las ovejas, superada la década de los cincuentas ya tenemos presencia industrial trabajando el algodón y otro tipo de

fibras. Las provincias con más presencia de esta rama empresarial son Pichincha, guayas, Tungurahua, Azuay e Imbabura las más representativas, con el apoyo de la industrialización y en algunos casos con la presencia de alta tecnología, esta línea productiva da cabida laboral a unos entre 50.000 y 200.000 trabajadores, pese a la presencia de productos terminados de otros países.

La visualización de crecimiento ha llevado a promotores industriales a que presenten sus productos a nivel internacional y sin duda alguna su altísima calidad en diseño, materia prima y acabados los posicionan en altos mercados, el factor desfavorable es el contrabando que estuvo casi a nivel de colapsar este mercado, sobretodo el ingresado desde países asiáticos y centro americanos donde por la presencia, de proyectos maquiladores el costo producto tiende a disminuir y en ciertos casos por romper la competencia se negocian a costos que atentan inclusive hasta con el punto de equilibrio de producción. Actualmente la presencia de control público impuesto por el gobierno, genera un cierto control y relativa confianza de parte del inversor.

5.4.2. Análisis FODA

El análisis FODA es una herramienta que permite conformar un cuadro de la situación actual de la empresa u organización, permitiendo de esta manera obtener un diagnóstico preciso que permita en función de ello tomar decisiones acordes con los objetivos y políticas formulados. “El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas (en inglés SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas; en cambio las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas”.

Fortalezas. Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, y por los que cuenta con una posición privilegiada frente a la competencia. Recursos que se



controlan, capacidades y habilidades que se poseen, actividades que se desarrollan positivamente, etc.

Oportunidades. Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en el que actúa la empresa, y que permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades. Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carece, habilidades que no se poseen, actividades que no se desarrollan positivamente, etc.

Amenazas. Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar incluso contra la permanencia de la organización.

5.4.2.1. Factor económico

Oportunidad

- Crecimiento acelerado del sector de la construcción.
- Desarrollo progresivo de la industria metalmecánica.
- Nuevas explotaciones en el sector petrolero.

Porque incrementa las oportunidades de interrelación comercial entre las empresas y microempresas en función de conseguir mejores resultados aprovechando de mejor manera el apoyo de maquinaria industrializada y de ser posible utilizando maquinas usadas.



5.4.2.2. Factor legal.

Oportunidad

-Demostrar en este fundamento la transparencia en función de ejecución de las responsabilidades asumidas. Aplicando de manera correcta la nueva normativa legal, empresarial, institucional se logra mantener mejores relaciones entre el sector rector en este caso el gobierno, y las instituciones de indole privado constituidas por emprendedores, microempresarios y empresas industriales.

5.4.2.3. Factor social.

Oportunidad

- Aplicación de nuevas técnicas de marketing, en apego al basamento legal, económico apoyando a la mano de obra debidamente capacitada y tecnicada la que se puede obtener en las instituciones de enseñanza Tecnológica Superior, que desde hace más de 10 años se viene gestando en nuestro medio, pero que no tiene un apoyo integral como es requerido.

5.4.3. Gestión administrativa

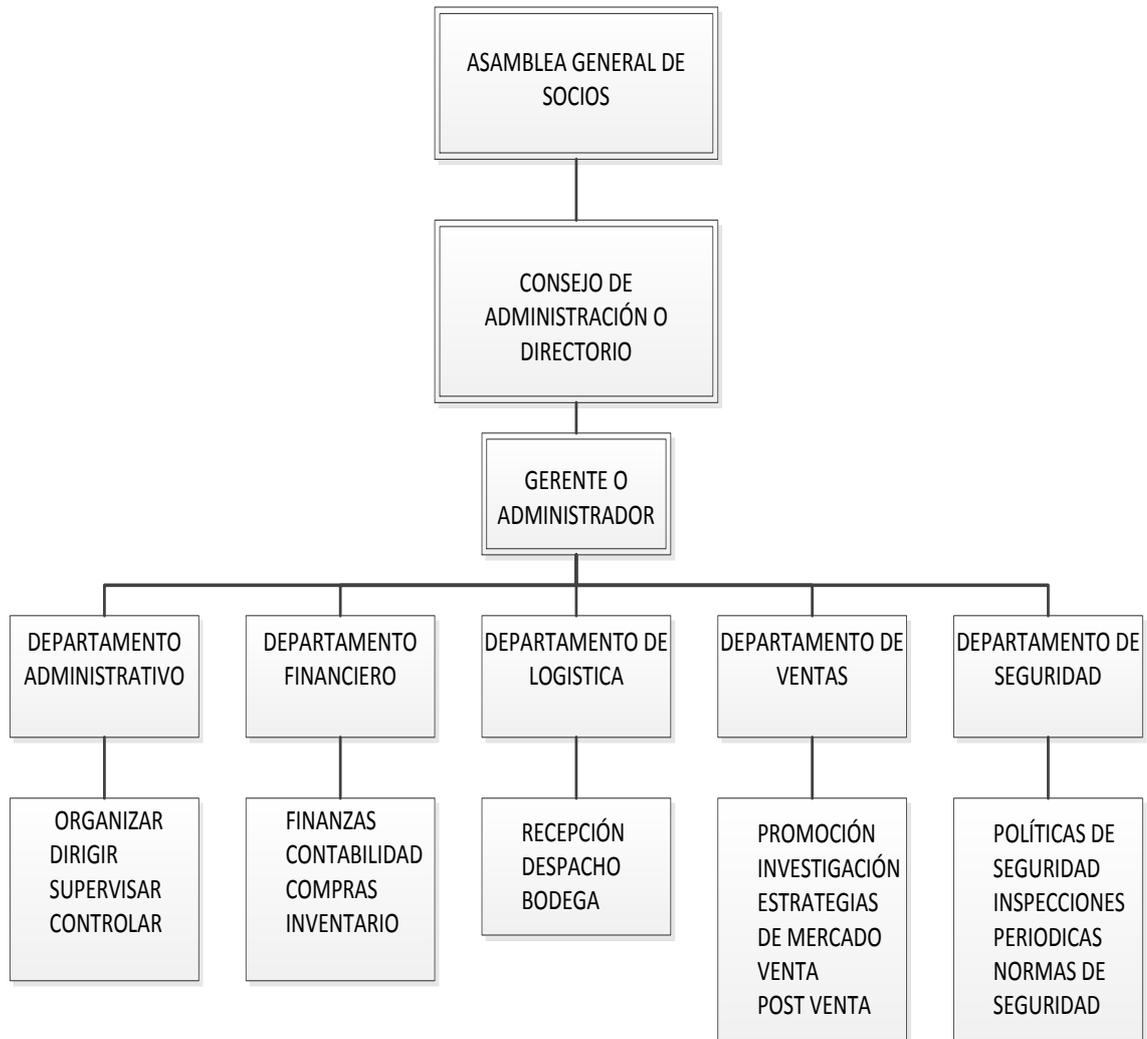


FIGURA N° 24 Organigrama estructural propuesto de empresa

Nota: Organigrama de la Compañía Imporadfon Cía. Ltda. en su estructura administrativa funcional operativa.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

CARGO	RESPONSABILIDAD	ACTIVIDAD
Junta de Accionistas	Dueños de la Empresa	Control Rendimiento de la inversión Mantenimiento de estructuras Desarrollo de utilidad
Presidente	Administrador	Reemplazo de gerencia Apoyo gestión administrativa Consultoría jurídica Control de resultados
Gerente	Representante Legal y Extrajudicial	Administración general de la empresa Representante judicial Representante extrajudicial Rector de procesos
Jefe Financiero	Control de Gestión Financiera y Contabilidad	Control documentario y ejecución del sistema de contabilidad. Emisión de balances y Actualización de impuestos y documentos patronales.
Jefe de Logística	Control de Bodega, Recepción y Entrega de Mercadería	Control de stocks, movimientos y entrega – recepción de mercaderías y maquinaria comprada y vendida.
Jefe de Seguridad	Custodia total de la Empresa	Seguridad física y personal de la empresa.
Jefe de Ventas	Implementación de Políticas y Ejecución del Cronograma Projectado	Selección del personal de ventas, revisión y control de visitas a clientes. Control de cumplimiento de presupuestos mensuales.

FIGURA N° 25 Funciones por departamentos de la empresa

Nota: Grafico de las funciones básicas a cumplir por los distintos departamento de la empresa.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.



5.4.3.1. Filosofía corporativa

5.4.3.1.1. Misión

Nuestro objetivo fundamental es poder brindar maquinaria y apoyo técnico a pequeñas y medianas industrias, a un bajo costo y con la oportunidad de manejar créditos viables. De esta manera apoyarlos para una mejor tecnificación en elaboración y acabado a nuestra mano de obra.

5.4.3.1.2. Visión

Consideramos que nuestra empresa en el término de tres a cinco años seremos competitivos en alto grado, obteniendo los resultados proyectados y marcando una diferencia en el mercado nacional y de ser posible latino.

5.4.3.2. Objetivo general

5.4.3.3. Objetivos específicos

Lograr también que cada departamento administrativo de la empresa funciones de forma organizada y controlada, contando con el suficiente personal capacitado y permitiendo desarrollarse individualmente.

5.4.3.4. Principios y valores

5.4.3.4.1. Cumplimiento a tiempo:

La empresa tiene como filosofía el cumplimiento de entregas de mercaderías a tiempo, en función a los requerimientos del cliente. Esto denota seriedad y responsabilidad en todo momento.

**5.4.3.4.2. Trabajo en base a resultados:**

La principal filosofía es el trabajo en base a resultados de ventas y logros profesionales u organizacionales, a partir de metas propuestas que constantemente son analizadas para conocer el potencial de fuerza de ventas.

5.4.3.4.3. Moral, ética y honestidad:

Las labores serán desempeñadas bajo las reglas morales y éticas implantadas en nuestras políticas organizacionales, maximizando la honestidad en cada negociación y venta que se realice.

5.4.3.4.4. Respeto y cordialidad:

Cumplimos nuestras labores diarias con buen trato, respeto y cordialidad para con el cliente, compañeros y otras personas que integran la organización.

5.4.3.4.5. Identidad organizacional:

Nuestra empresa se identifica con la labor de satisfacer las necesidades de nuestros clientes para obtener la mayor rentabilidad posible lo cual trae beneficios a todos quienes integran la organización.

5.4.3.4.6. Apoyo a las ideas:

La organización apoyara la generación constante de nuevas ideas que fomente el crecimiento de ventas, incentivando la apertura de nuevos clientes.

5.4.3.4.7. Calidad, eficiencia y eficacia en los recursos e insumos:

Es nuestro compromiso mantener altos estándares de calidad, eficiencia y eficacia con relación a todo lo que ofrecemos para poder dar lo mejor a nuestros clientes.



IMPORTACIONES AMERICANAS
IMPORADFON CIA. LTDA.
QUITO - ECUADOR

MANUAL DE FUNCIONES

1 - 10

5.4.4. Funciones departamento administrativo

Cargo: Gerente general

El departamento administrativo desempeña y ejerce las siguientes funciones específicas:

1. Organizar, dirigir, supervisar y coordinar las actividades operativas de Importaciones Americanas Imporadfon Cía. Ltda. y proponer políticas generales operacionales; la estructura orgánica y los reglamentos empresariales, a efecto de alcanzar sus fines y objetivos.
2. Supervisar y dirigir la elaboración de los planes estratégicos de largo plazo, los planes operativos anuales; los presupuestos de funcionamiento e inversión y los estados financieros de la empresa, proponer sus modificaciones, ajustes y actualizaciones, y presentarlos a consideración de la Junta de Accionistas, para su correspondiente aprobación, y ejecución una vez aprobados.
3. Velar por el cumplimiento de las leyes vigentes, las políticas generales y operativas, los reglamentos y los manuales que amparan las operaciones de la empresa y, en su caso, alertar a la Junta de Accionistas cuando estime que sus decisiones no están de acuerdo con las normas y disposiciones legales pertinentes.
4. Coordinar y supervisar las actividades de las diferentes áreas de la empresa y presentar informes periódicos sobre las actividades de éstas, a la Junta de Accionistas.



IMPORTACIONES AMERICANAS
IMPORADFON CIA. LTDA.
QUITO - ECUADOR

MANUAL DE FUNCIONES

2 - 10

5. Organizar, dirigir, supervisar y coordinar las actividades de Planificación Estratégica, Seguimiento y Control.

6. Proponer a la Asamblea de Accionistas la designación o remoción del personal administrativo.

7. Informar a la Asamblea de Accionistas los resultados del auto evaluación empresarial y de otras actividades que realizadas por terceros genera informes sobre la empresa.

8. Aprobar la formulación del presupuesto anual, dirigir y controlar su ejecución.

9. Presentar a la Junta de Accionistas de la empresa la memoria anual, balance general y ejecución presupuestaria, para su consideración y aprobación.

10. Controlar la implementación de las recomendaciones formuladas en los informes de auditoría interna y externa, a través de las acciones correctivas pertinentes.

11. Canalizar a la Junta de Accionistas las propuestas de políticas, reglamentos, instructivos y otras iniciativas provenientes de los Gerentes de Área.

12. Participar en los comités de adquisiciones y cualquier otro que se conforme para fines administrativos financieros de acuerdo a las normas vigentes.

13. Ejecutar las demás funciones que en el ámbito de su competencia, le asigne la Asamblea de Accionistas.

3 - 10



IMPORTACIONES AMERICANAS
IMPORADFON CIA. LTDA.
QUITO - ECUADOR

MANUAL DE FUNCIONES

5.4.5. Funciones departamento financiero

Cargo: Contador general

El departamento financiero debe desempeñar y ejercer las siguientes funciones específicas:

1. Mantener actualizados todos los registros contables, así como la documentación de soporte de los mismos, para la consolidación de los Estados Financieros.
2. Elaborar los Estados Financieros para su presentación en las diferentes Instituciones de control.
3. Velar por el adecuado control y funcionamiento de los equipos institucionales.
4. Preparar la información que de acuerdo a su competencia debe presentar a las autoridades internas o agentes externos.
5. Informar a la Gerencia de los ingresos percibidos por la Empresa Importaciones Americanas Imporadfon Cía. Ltda., y de los gastos realizados.
6. Supervisar el trabajo de la Asistente Contable para que la información este correcta y a tiempo.
7. Registrar y controlar las exportaciones e importaciones realizadas por la empresa en conexión con el jefe de logística.

4 - 10



IMPORTACIONES AMERICANAS
IMPORADFON CIA. LTDA.
QUITO - ECUADOR

MANUAL DE FUNCIONES

5.4.6. Funciones departamento logística

Cargo: Jefe de logística

Logística, también conocida como abastecimiento o aprovisionamiento, tiene la función de realizar el proceso para proveer a una empresa, de todo el material necesario para su funcionamiento.

Sus funciones son las siguientes:

1. Cálculo de necesidades. Lo cual involucra todo aquello que se requiere para el funcionamiento de la empresa, en cantidades específicas para un determinado periodo de tiempo, para una fecha señalada, o para completar un determinado proyecto, mediante los pedidos o requisiciones.
2. Compra o adquisición de materiales en las cantidades necesarias y económicas en la calidad adecuada al uso al que se va a destinar en el momento oportuno y al precio total más conveniente.
3. Obtención. Esta actividad se inicia con el pedido y tiene por finalidad contribuir a la continuidad de las actividades, evitando demoras y paralizaciones, verificando la exactitud y calidad de lo que se recibe.
4. Almacenamiento de todos los artículos del almacén, es la actividad de guardar artículos o materiales desde que se produce o recibe hasta que se necesita o entregan.



IMPORTACIONES AMERICANAS
IMPORADFON CIA. LTDA.
QUITO - ECUADOR

MANUAL DE FUNCIONES

5 - 10

5. Despacho o distribución de la mercadería solicitada, cuidando que las cantidades y calidades de los artículos sean correctas. Es igualmente importante es esta función asegurar el control de la exactitud de los artículos que se despachan así como la rapidez de su ejecución para cumplir con los plazos solicitados.

6. Control de stocks. Su principal objetivo es asegurar una cantidad exacta en abastecimiento en el lugar y tiempo oportuno, sin sobrepasar la capacidad de instalación de abastecimiento.

5.4.7. Funciones departamento seguridad

Cargo: Jefe de seguridad

Las principales funciones del departamento o área de seguridad son las siguientes:

1. Revisar y aprobar las políticas de seguridad vigentes.
2. Realizar inspecciones periódicas de seguridad.
- 3 .Establecer normas adecuadas de seguridad, las mismas que deben concordar con las disposiciones legales.
4. Poner en funcionamiento y mejorar el programa de seguridad de la empresa.



IMPORTACIONES AMERICANAS
IMPORADFON CIA. LTDA.
QUITO - ECUADOR

MANUAL DE FUNCIONES

6 - 10

5. Asesorarse sobre los problemas de seguridad que pudieran existir en la empresa.

6. Conocimiento y manejo de los medios técnicos de protección activos y pasivos (contra actos antisociales, contra incendios y de protección en general).

5.4.8. Departamento de ventas

5.4.8.1. Objetivos

1. Dotar de las herramientas necesarias para que los asesores culminen con éxito el proceso de negociación, es decir que cumplan con su objetivo principal que es el cierre de la venta.

2. Cumplir con los presupuestos de ventas establecidos por la gerencia, de manera tal que produzca una ganancia suficiente para la empresa.

3. Manejar adecuadamente la cartera de clientes e incrementar la misma.

4. Colaborar con información sobre clientes y mercados de tal manera que sedé un apoyo a la gerencia en la toma de decisiones, y formulación de nuevos objetivos.

5. Establecer un crecimiento en las ventas anuales del 5% y potencializar a los meses bajos y altos mediante promociones y publicidad.



IMPORTACIONES AMERICANAS
IMPORADFON CIA. LTDA.
QUITO - ECUADOR

MANUAL DE FUNCIONES

7 - 10

6. Ofrecer capacitación al área de ventas sobre políticas de crédito, administración, contabilidad y recursos humanos para mejorar la calidad de atención al cliente.

5.4.8.2. Funciones del departamento de ventas

Cargo: Jefe de ventas

El departamento de ventas de la empresa Importaciones Americanas Imporadfon Cía. Ltda. Debe realizar las siguientes funciones:

1. Definir, crear e implementar las estrategias de comercialización.
2. Planificar reuniones de trabajo con clientes y posibles clientes a fin de determinar sus necesidades.
3. Ofrecer los productos y servicios de la empresa cumpliendo con las políticas corporativas de ventas establecidas.
4. La función principal del departamento de ventas y por ende de cada vendedor es ayudar a los compradores a resolver problemas, es decir que este debe actuar como un asesor y vender soluciones.



IMPORTACIONES AMERICANAS
IMPORADFON CIA. LTDA.
QUITO - ECUADOR

MANUAL DE FUNCIONES

8 - 10

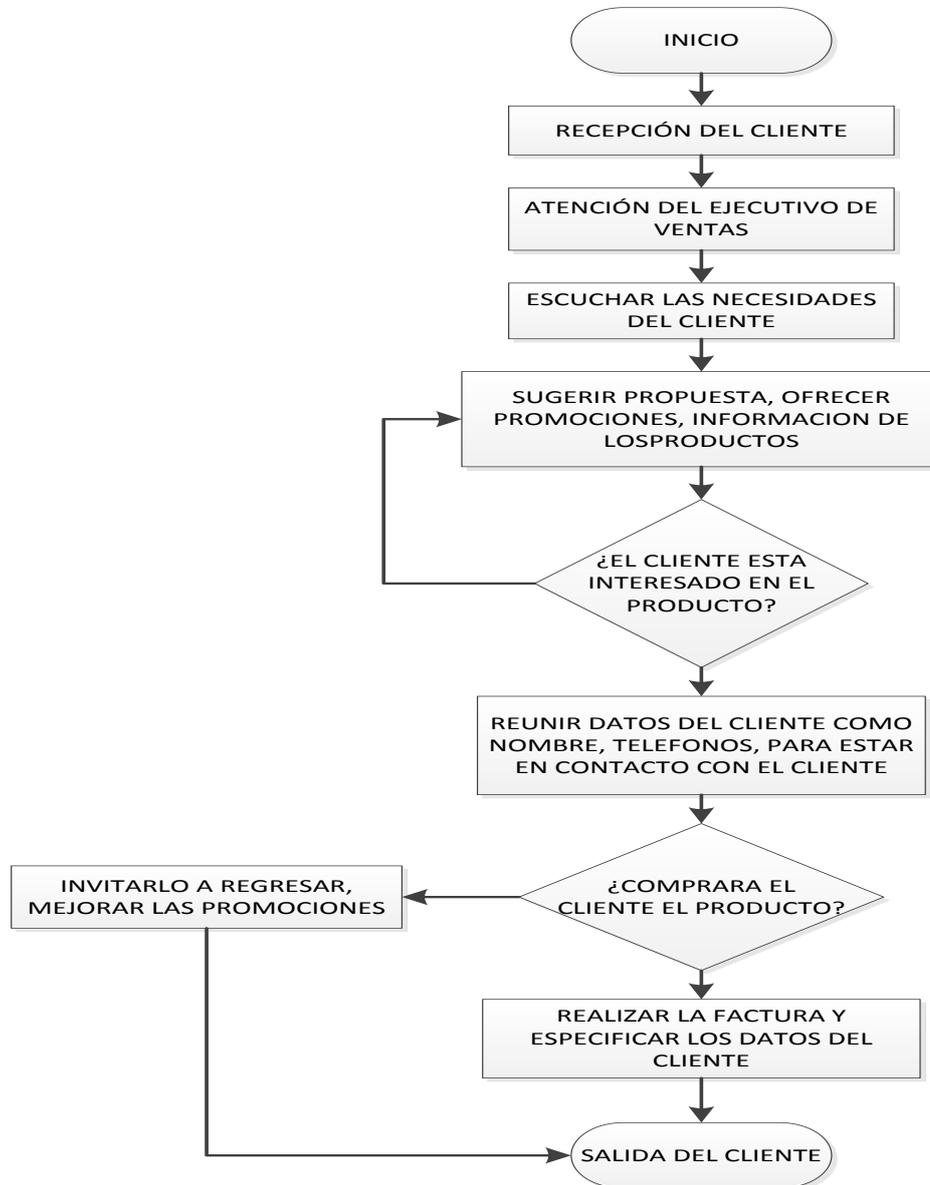


FIGURA N° 26 Flujograma de ventas

Nota: Grafico del flujo de operaciones propuesto para el departamento a reestructurar en la empresa.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.



IMPORTACIONES AMERICANAS
IMPORADFON CIA. LTDA.
QUITO - ECUADOR

MANUAL DE FUNCIONES

9 - 10

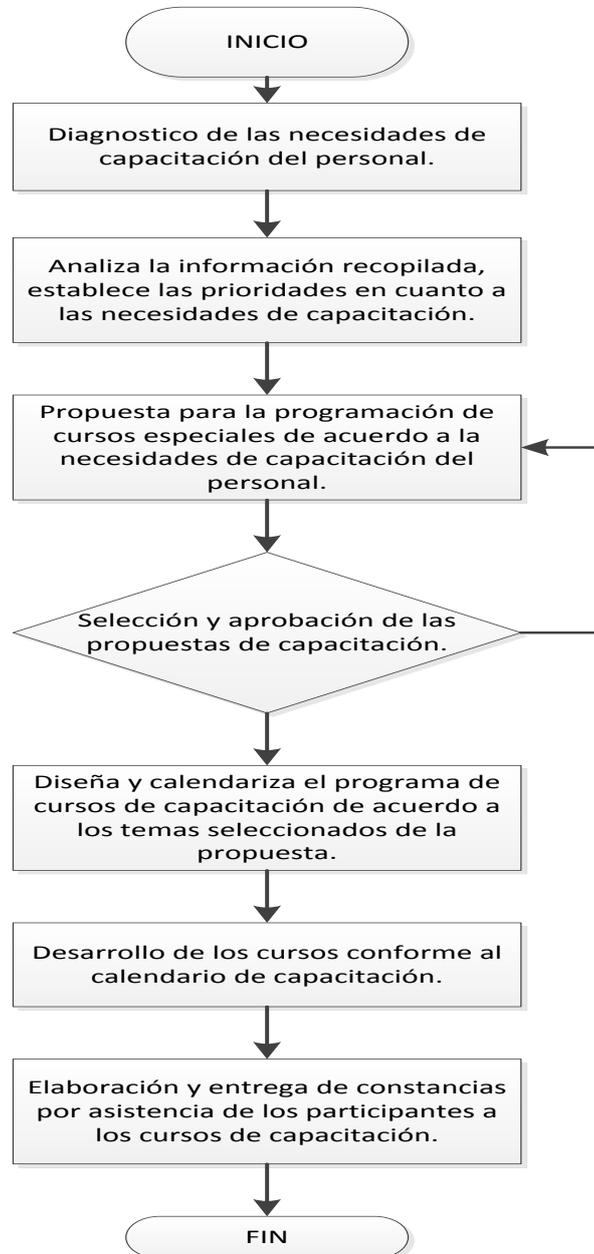


FIGURA N° 27 Flujograma de ventas

Nota: Grafico del flujo de operaciones propuesto para la capacitación del departamento a reestructurar en la empresa.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.



IMPORTACIONES AMERICANAS
 IMPORADFON CIA. LTDA.
 QUITO - ECUADOR

MANUAL DE FUNCIONES

10 - 10

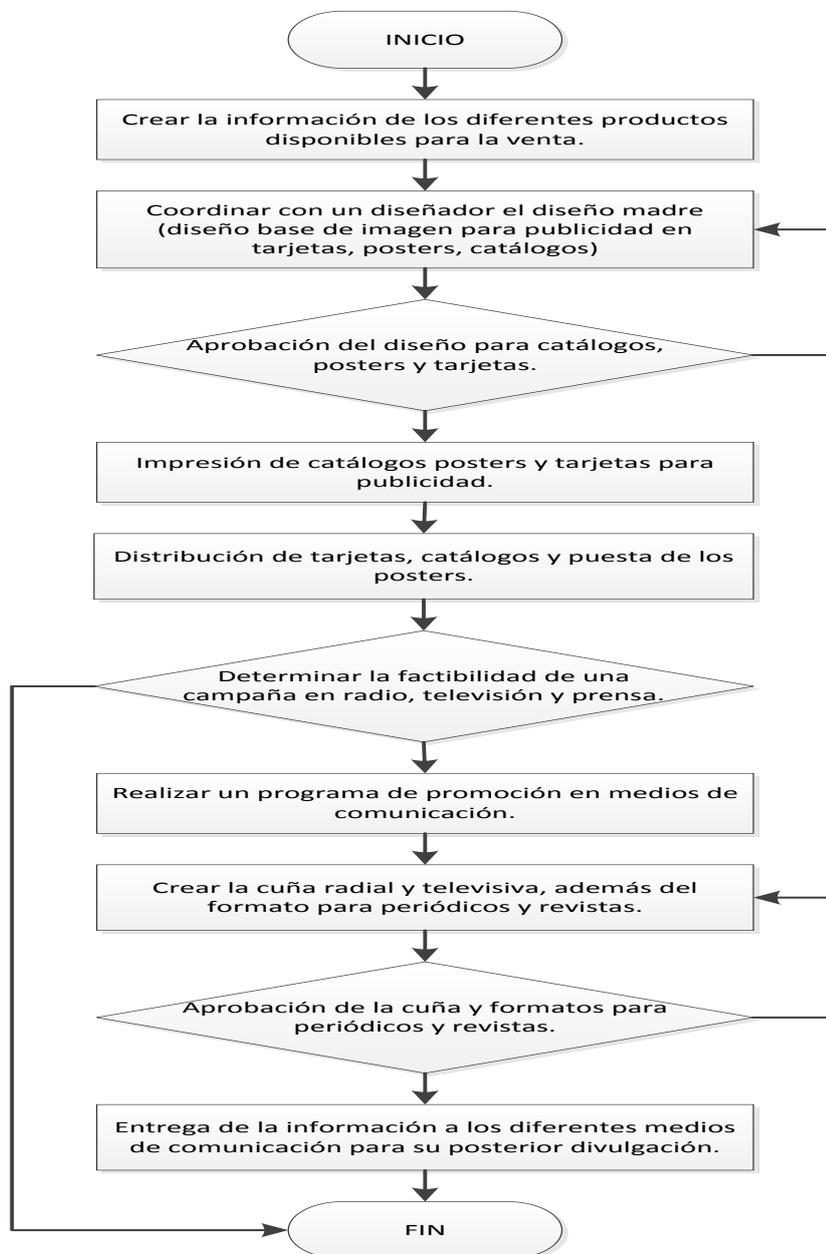


FIGURA N° 28 Flujograma de publicidad

Nota: Grafico del flujo de operaciones propuesto para la publicidad del departamento a reestructurar en la empresa.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

CAPITULO VI

6. ASPECTOS ADMINISTRATIVOS

6.1. RECURSOS

6.1.1. Capital Humano

La Administración de la empresa actualmente está constituida de la siguiente manera:

Sra. Sonia Magaly Vela Alarcón	Presidente
Sr. Pedro Moncayo	Gerente
Sr Klever Coyago	Logística
Sr. Julio Álamo	Seguridad

La investigación y desarrollo del presente trabajo fue realizada por Pedro Moncayo. La asesoría y especialización en el tema recibió el apoyo de los señores Ingeniero Cristian Prado, Ingeniero Galo Cisneros, Ingeniero Franklin Cevallos, Tecnólogo Carlos Ramos.

6.1.2. Recursos Materiales

En lo relacionado a los materiales y logística utilizados para la elaboración del presente proyecto son suministrados de fondos propios y son los siguientes entre otros:

Papel bond, esferos, lápices, libros de consulta, servicio de internet, copias, impresiones, alimentación, transporte, etc.

6.1.3. Recursos Económicos

En referencia al costo del proyecto lo visualizamos en el siguiente cuadro, mismo que fue financiado con fondos personales.

No.	DESCRIPCION DEL GASTO	VALOR
INGRESOS		
1	APORTE PERSONAL	1.500,00
TOTAL INGRESOS		1.500,00
EGRESOS GASTOS		
1	ELABORACION DEL PROYECTO	850,00
2	MATERIALRES DE OFICINA	65,00
3	COPIAS	20,00
4	TRANSPORTE COMBUSTIBLE	120,00
5	ALIMENTACION	100,00
6	CONSULTAS	80,00
7	IMPREVISTOS	265,00
TOTAL EGRESOS GASTOS		1.500,00

TABLA N° 16 Presupuesto para la elaboración del proyecto

Nota: Graficación de los costos y su posible financiación, para su consecución.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACION

TIEMPO ACTIVIDADES	DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO				JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Aprobación del plan																																
Revisión de la fundamentación teórica																																
Elaboración de la investigación																																
Aprobación de la investigación																																
Prueba piloto																																
Aplicación de Encuestas																																
Entrevistas																																
Tabulación de encuestas																																
Presentación de resultados																																
Conclusiones y recomendaciones																																
Elaboración de la propuesta																																
Elaboración del informe																																

FIGURA N° 29 Cronograma de actividades

Nota: Representación grafica del cronograma a seguir para la implementación del proyecto.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

6.2. CONCLUSIONES Y RECOMENTACIONES GENERALES DEL PROYECTO

6.2.1. Conclusiones

Para revisión y futura demostración del resultado del presente estudio es meditorio generar las siguientes conclusiones en la presente figura.

INDICADORES	ANTES	DESPUES
Ventas	60.000,00 USD Anuales	120.000,00 USD Anuales
Cartera	5 Clientes	25 Clientes
Cuentas por cobrar	35.000,00 USD Anuales	55.000,00 USD Anuales
Participación mercado	2,5% General	4,5% General
Importaciones	1 Anual	2 Anuales

6.2.2. Recomendaciones

Ponemos a consideración las siguientes recomendaciones en función de la proyección del estudio aplicado, datos que deberán ser por demás reales en función de aplicación:

- 1) El flujo de ventas debe incrementarse al monto propuesto en el cuadro anterior, como resultado de la aplicación del presente estudio y del desarrollo de mercado de gestores (vendedores).
- 2) La cartera de clientes debe asumirse en función de crecimiento y desarrollo resultado del proceso de capacitación y promoción que planteamos, en los flujos propuestos anteriormente.
- 3) Participación de mercado respetando a la competencia, en función de la conquista de nuevos clientes deberá incrementarse a un 4.5% general, considerando que los porcentajes de proyección son mínimos.
- 4) En función de importaciones, debemos tomar en cuenta que la compañía ha sido modestamente discreta, como resultado de nuestra administración en función de resultados proyectamos a realizar por lo menos 2 importaciones anuales, de maquinaria con mejor nivel tecnológico respetando nuestra premisa, que es venta de maquinaria usada.



CAPITULO VII

7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

7.1. LIBROS

Título: Introducción a la Economía

Autor: Fernando Juan

Año: 2011

Título: Economía en Bicicleta

Autor: Eco. Rafael Correa

Año: 2012

Título: Enciclopedia de la Pequeña y Mediana Empresa.

Autor: Editorial Océano

Año: 2011 Actualización

7.2. ARTÍCULOS

Tema: Evaluación de proyectos

Autor: Gabriel Vaca Urbina

Temas Varios: Revista Gestión

7.3. TRABAJOS DE GRADUACIÓN

TITULO TESIS: Planificación Estratégica en el Departamento de Ventas de la Empresa PERVOLARE S.A.

AUTOR: William Alfredo Encalada Puga.

Año: 2010



TITULO TESIS: Implementación del Departamento de ventas la la Empresa H.G. Cía. Ltda.

AUTOR: Ing. Carlos A. Moncayo F.

Año: 2005

TITULO TESIS: Organización Técnico Administrativa y de Comercialización de Repuestos y partes Automotrices para la empresa Automotriz Padilla & Asociados Cía. Ltda.

AUTOR: Lcda. Karen Gabriela Padilla Nájera

Año: 2001

7.4. DOCUMENTOS DE CARÁCTER LEGAL

Ley de Régimen Tributario Interno

Ley de Compañías

Ley de Régimen Aduanero

Código del Trabajo Ecuatoriano

Memorias del Banco Central del Ecuador



ANEXOS

Anexo No. 1

“EL MERCADO INTERNACIONAL DE LA MAQUINARIA INDUSTRIAL”

Visualización de la transformación industrial que se dio en Estados Unidos de Norte América, con la implementación de máquinas más industrializadas y con avances tecnológicos. (texto página No.).



FIGURA N° 30 Transformación de tipos de producción

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.



Anexo No. 2

“EL MERCADO INTERNACIONAL DE LA MAQUINARIA MADERERA”

Tipos de estructuras que se pueden fabricar, con la aplicación a nivel operativo de máquinas industriales y con ayudas de tecnología, lo podemos visualizar en la página electrónica de nuestro principal accionista, en su empresa Adrian home theater furniture Inc.



FIGURA N° 31 Tipo de producción internacional

Nota: Modelo de la producción que realiza el Señor Adrian en Norteamérica y se desea obtener con el uso de la maquinaria usada en nuestro medio.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.

email: info@adrianhometheater.com



INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR CORDILLERA
ESCUELA DE ADMINISTRACION

Anexo No. 3

“FORMULARIO PARA REGISTRO DE IMPORTADOR Y EXPORTADOR”

Documento actual para poder obtener la autorización para poder importar y exportar desde Ecuador para el mundo.

SecurityDATA
El primer grado del comercio

FORMULARIO DE SOLICITUD Fecha: 29/07/2019

A. Datos del Suscriptor del Certificado
Nombre y Apellido*: PEDRO ABELFO MONCAYO FONSECA
Dpto. Cédula / No. Pasaporte*: 1707993889 Nacionalidad*: ECUATORIANO
Email*: pedromoncayo@yohoo.com

B. Tipo de Certificado
 Persona Natural Representante Legal Miembro de Empresa Funcionario público
E.L. PERSONA NATURAL Ingresar los datos de la planilla o los que consten en el RUC.
Dirección*:
País*: Provincia*: Ciudad*:
Teléfono*: FAX*: Celular*:
RUC*: E.O.F.*

R.L. REPRESENTANTE LEGAL, MIEMBRO DE EMPRESA O FUNCIONARIO PÚBLICO Ingresar los datos de la Empresa/Funcionario:
Razón Social (tal como consta en el RUC)*: INTERACCIONES AERONAUTICAS IMPORTADORA CIA. LTDA.
Dirección*: LOS ABUROS LOTE 23
Provincia*: PICHINCHA Ciudad*: QUITO
Nombre del Representante Legal*: PEDRO ABELFO MONCAYO FONSECA
Teléfono*: 0682213 Cargo que desempeña el Suscriptor*: GERENTE GENERAL
RUC*: 1792368656001 RUP (en caso de diputado):
Cuentas obligatorias:

C. Tiempo de validez del certificado (por defecto 2 años)*
 a. Sin defectos (1 año) b. FRENTE a especificar:

D. Tipo del Certificado*
 DE IMPORTACIÓN (importación/exportación) b. PERMISO PARA EXPORTAR
 DE EXPORTACIÓN c. SUPER DE EXPORTACIONES

E. Tributo*
 Tributo de Aduana (debe ser el generador con que se emite el certificado) Tributo de Registro (debe ser el generador con que se emite el certificado) Sin Tributo (para firmas masivas de facturas, mails o documentos)

El suscrito declara haber leído y comprendido el contenido del presente formulario y manifiesta su consentimiento en todo el contenido, así como en el RUC y en la E.O.F. de la institución que emite el certificado, así como en el uso de los datos personales que se ingresan en el formulario para poder de conformidad con el artículo 17 del Reglamento de la Ley Orgánica de Control de Comercio Exterior.

FIRMA DEL SUSCRIPTOR

Powered by **tekonet** **JR** **Entrust**
Securing Digital Information & E-commerce

En Compañía - Río Palenque QM3-17 Av. Amazonas - Telf: (593-2) 2436 911 Fax: (593-2) 2456 271
www.securitydata.net.ec - 1800-FIRMAS
Quito - Ecuador

FIGURA N° 32 Formulario registro Importador Exportador

Nota: Formulario tipo para el registro y tramitación del permiso de operación para la empresa.

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Pedro A. Moncayo F.