UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA

TEMA:

CREACIÓN DE UNA DISTRIBUIDORA DE MATERIALES METALÚRGICOS Y DE FIJACIÓN EN LA CIUDAD DE QUITO.

Tesis de grado que se presenta como requisito para optar por el título de Licenciado en Publicidad y Mercadotecnia

AUTORÍA: Luz Vannessa Pavicich Clavijo

TUTOR: Sclgo. Sandro Giovanny Herrería Vanegas

GUAYAQUIL - 2013

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil, nombrado por el Honorable Consejo Directivo de la Facultad.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de Licenciada en Publicidad y Mercadotecnia.

El tema de investigación se refiere a:

"Proyecto de inversión privada para la creación de una distribuidora de materiales metalúrgicos y de fijación en la ciudad de Quito", presentado por la egresada Pavicich Clavijo Luz Vannessa con C.I. 092709696-6

Tutor:

Sclgo. Sandro Giovanny Herrería Vanegas

MAYO 2013

CERTIFICACIÓN DE LA GRAMATÓLOGA

Jenny Godina Peña De Zamora, Doctora en Ciencias de la Educación, Especialización Castellano y Literatura, con el registro del SENESCYT No. 1030-02-11843, por medio del presente tengo a bien **CERTIFICAR**: Que he revisado la redacción, estilo y ortografía de la tesis de grado elaborada por Luz Vannessa Pavicich Clavijo con C.I.: 092709696-6, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA.**

TEMA DE TESIS: "Proyecto de inversión privada para la creación de una distribuidora de materiales metalúrgicos y de fijación en la ciudad de Quito"

Trabajo de investigación que ha sido escrito de acuerdo a las normas ortográficas y de sintaxis vigentes.

Jenny Godina Peña De Zamora

C.I.:0901012765

NÚMERO DE REGISTRO: 1030-02-11843

NÚMERO DE CELULAR: 0997865584

Año 2013

ACTA DE RESPONSABILIDAD

Guayaquil, Mayo del 2013

La siguiente egresada de la carrera de Publicidad y Mercadotecnia de la Facultad de Comunicación Social de la Universidad de Guayaquil: LUZ VANNESSA PAVICICH CLAVIJO, deja constancia escrita de ser la autora responsable del proyecto “Proyecto de inversión privada para la creación de una distribuidora de materiales metalúrgicos y de fijación en la ciudad de quito”, presentando en el siguiente documento y el patrimonio intelectual de la misma pertenece a la Universidad de Guayaquil.

C. I.: 092709696-6

AGRADECIMIENTO

A Dios.

Creador del universo y dueño de mi vida que me permite construir otros mundos mentales posibles. Y que me ha permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor.

A mi madre Cecibel.

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor infinito.

A mi padre Jorge.

Por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su amor.

A mis familiares.

A mi hermana Jenifer por ser el ejemplo de una hermana y de la cual aprendí aciertos y de momentos difíciles; a mi hermanas Elizabeth, Katherine, a mi hermano Jorge y a todos aquellos que participaron directa o indirectamente en la elaboración de esta tesis.

¡Gracias a ustedes!

DEDICATORIA

Este trabajo de tesis de grado está dedicado a DIOS, por darme la vida a través de mis queridos padres quiénes supieron guiarme por el buen camino, dándome fuerzas para seguir adelante. A la protagonista de este proyecto, mi hermana Jenifer Pavicich por enseñarme que no hay límites, que lo que me proponga lo puedo lograr y que solo depende de mí dándome su apoyo incondicional a lo largo de mi carrera.
Y a todas aquellas personas que de una u otra forma, colaboraron o participaron en la realización de esta investigación, hago extensivo mi más sincero agradecimiento.

ÍNDICE GENERAL

CARÁTULA i
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR ii
CERTIFICACIÓN DE LA GRAMATÓLOGA ii
ACTA DE RESPONSABILIDAD iv
AGRADECIMIENTO v
DEDICATORIA vi
ÍNDICE (GENERAL, CUADROS , GRÀFICOS E IMÁGENES) vii
RESUMEN xiii
ABSTRACT xiv
INTRODUCCIÓN 1
CAPÍTULO I 3
1. EL PROBLEMA 3
1.1 PROBLEMA EN EL CONTEXTO 3
1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN: 4
1.3 PLANTEAMIENTO DE LOS ANTECEDENTES QUE LLEVARON A LA SITUACIÒN PROBLEMÁTICA 5
1.4 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN 6
1.5 OBJETIVO GENERAL 7
1.6 OBJETIVO ESPECÍFICO 7
1.7 HIPÓTESIS 8
1.8 MISIÓN 9
1.9 VISIÓN 9
1.10 VALORES 9
1.11 NOVEDADES CIENTÍFICAS Y APORTES BENEFICIARIOS 9
CAPÍTULO II 12
2. MARCO TEÓRICO 12
2.1 ÁNÁLISIS LEGAL. 12

2.1.1 COMPAÑÍA ANÓNIMA. 12
2.2 CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA.- 12
2.2.1 PERMISOS DE CONSTITUCIÓN. 12
2.2.1.1 MUNICIPIO DE QUITO. 12
2.2.1.2 RUC (REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE): 13
2.2.1.3 REQUISITOS DE OBTENCION DE LA TASA POR SERVICIOS CONTRA INCENDIOS 13
2.2.1.3 NOTARIA: 13
2.2.1.4 REGISTRO MERCANTIL: 13
2.2.1.5 (IEPI) 14
2.2.1.6 PUBLICACIÓN DEL EXTRACTO EN EL PERIÓDICO: 14
2.3 ENFOQUE TEÓRICO 14
2.3.1 VARIABLES QUE INVOLUCRAN A NUESTRA INVESTIGACIÓN (MACROAMBIENTE). 15
2.3.1.1 NIVEL SOCIO ECONÓMICO 15
2.3.1.2 NIVEL SOCIO PRODUCTIVO 17
2.3.1.3 NIVEL SOCIO POLÍTICO 18
2.3.1.4 NIVEL SOCIO CULTURAL 19
2.3.1.5 NIVEL SOCIO DEMOGRÁFICO 21
2.3.2 ESTUDIO DE MERCADO: 22
2.3.2.1 DENTRO DEL ENTORNO NACIONAL 23
2.3.2.2 DENTRO DEL ENTORNO INTERNACIONAL 23
2.3.2.3 ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓIN DE MERCADO 24
2.3.2.3.1 FUENTES DE DATOS 24
2.3.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO 24
2.3.3.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN 25
2.3.4 POBLACIÓN OBJETIVA 27
2.3.4.1 PERFILES DEL MERCADO OBJETIVO 27
2.3.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA 28
2.3.5.1 ELASTICIDAD INGRESO DE LA DEMANDA 28

2.3.5.2 ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA 28
2.3.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA 29
2.3.6.1 CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA 29
2.3.7 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR PLAZA 30
CAPÍTULO III 31
3. ASPECTO METODOLÓGICO 31
3.1 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.....31
3.2 TECNICAS DE LA INVESTIGACIÓN 32
3.2.1 PROCEDIMIENTOS Y MEDIOS DE RECOLECTAR LA INFORMACIÓN 33
3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA 34
CAPÍTULO IV 36
4.- RESULTADO Y ANÁLISIS 36
4.1 RESULTADOS GENERALES DE LAS ENCUESTAS 36
4.2 RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA 37
4.3 ANÁLISIS DE DATOS 37
4.3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA 38
4.3.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA A PARTIR DE FUENTES PRIMARIAS: 39
4.3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA A PARTIR DE FUENTES SECUNDARIAS: 39
4.4 ANÁLISIS DE PRECIOS HISTÓRICOS DE LOS MATERIALES.... 39
4.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA 40
4.5.1 OFERTA HISTÓRICA DEL MATERIAL METALÚRGICO 41
TABULACIÓN 42
CAPÍTULO V 52
5. LA PROPUESTA 52
5.1 JUSTIFICACIÓN 52
5.3 VISIÓN 53
5.4 POLÍTICAS 53

5.5 ESTRATEGIAS..... 53
5.5.1 MEZCLA DE MERCADOTECNIA..... 53
5.5.1.1 PRODUCTOS Y ACABADOS 53
5.5.1.2 MARCA 56
5.5.1.3 PRECIO..... 56
5.5.1.4 PLAZA..... 58
5.5.1.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD 59
PRESUPUESTOS 62
CAPÍTULO VI..... 74
6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES 74
6.1 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO 74
6.2. RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO..... 75
BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA EN ESTE ESTUDIO..... 76

INDICE ANEXOS

ANEXOS #1 ENCUESTA.....78
ANEXOS #2 REQUISITOS DEL CUERPO DE BOMBEROS.....80
ANEXOS #3 CODIGO PARA EL PAGO DEL IEPI.....81
ANEXOS #4 DECLARACION DE IMPUESTO DE PATENTE.....82
ANEXOS #5 SOLICITUD PARA EL PAGO DE LA TASA DEL LOCAL....83

INDICE DE CUADROS

CUADRO #1.....18
CUADRO #2.....20
CUADRO #3.....22
CUADRO #4.....26

CUADRO #5 (TABULACIONES).....42
CUADRO #6.....43
CUADRO #7.....44
CUADRO #8.....45
CUADRO #9.....46
CUADRO #10.....47
CUADRO #11.....48
CUADRO #12.....49
CUADRO #13.....50
CUADRO #14.....51
CUADRO #15.....54
CUADRO #16.....57
CUADRO #17.....59
CUADRO #18 (PRESUPUESTOS).....62
CUADRO #19.....63
CUADRO #20.....64
CUADRO #21.....65
CUADRO #22.....66
CUADRO #23.....67
CUADRO #24.....68
CUADRO #25.....69
CUADRO #26.....70
CUADRO #27.....72

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO #1 (TABULACIONES).....42

GRÁFICO #2.....43

GRÁFICO #3.....44

GRÁFICO #4.....45

GRÁFICO #5.....46

GRAFICO #6.....47

GRAFICO #7.....48

GRAFICO #8.....49

GRAFICO #9.....50

GRAFICO #10.....51

GRAFICO #11 SENSIBILIDAD TASA VS VAN.....71

INDICE DE IMÁGENES

IMAGEN #1 MARCA.....56

IMAGEN #2 DISEÑO Y EMPAQUE.....56

IMAGEN #3 PLAZA.....58

IMAGEN #4 VOLANTES.....60

IMAGEN #5 TARJETA DE LA EMPRESA.....60

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA

Proyecto de inversión privada para la creación de una distribuidora de materiales metalúrgicos y de fijación en la ciudad de Quito.

RESUMEN

Los materiales metalúrgicos y elementos de fijación en la actualidad tienen un papel preponderante en el mercado, debido a que la mayoría de las industrias necesitan de estos productos para sus organizaciones. El problema nace en la inexistencia de una empresa en la ciudad de Quito que ofrezca el material metalúrgico y elementos de fijación a precios competitivos. En el marco teórico se especifican los temas en el que se encuentra inmersa la investigación, y se describen en función de la compresión del lector del trabajo. Además en la metodología se explican los métodos, técnicas, junto con la población y muestra identificadas para la investigación. El análisis de los resultados fue basado en las respuestas entregadas por las 98 personas, donde se ejecutó la tabulación y los gráficos además de las observaciones de cada una. La propuesta es determinada para la creación de la empresa dedicada a esta industria y satisfaga la demanda existente en la ciudad de Quito. Se finaliza con las conclusiones y recomendaciones desarrolladas en el trabajo de investigación.

Palabras claves: Estudio de mercado, Variables de una investigación, Demanda

UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA

Private investment project for the creation of a distributor of metallurgical materials and fixing in the city of Quito.

ABSTRACT

The metallurgical materials and fasteners currently have a dominant role in the market, because most industries need these products for their organizations. The problem arises in the absence of a firm in the city of Quito offering the metallurgical materials and fasteners at competitive prices. In the theoretical framework are the topics on which research is immersed, and are described in terms of the reader's understanding of the work. Also in methodology explains the methods, techniques, along with the population and sample for research identified. The analysis of the results was based on the answers provided by the 98 people, where you ran the tabulation and graphics in addition to the observations of each. The proposal is givens for the creation of the company dedicated to this industry and meet the demand in the city of Quito. It ends with the conclusions and recommendations developed in the research work.

Keywords: Market Research, Research Variables, Demand

INTRODUCCIÓN

Esta investigación es un estudio de factibilidad micro empresarial, de caso que se sitúa en las personas adultas activamente económicas del Norte de Quito – Provincia del Pichincha.

A lo largo de estas primeras páginas se va a presentar el contexto en el que se ubica esta microempresa. Desde los elementos más generales, que son los cambios sociales, culturales y políticos que afectan a otras esferas de la vida, como es el sistema económico, hasta aspectos concretos, como la relación entre el deseo y la necesidad de las personas adultas ante la adquisición de un bien en este caso compuesto a base de materiales metalúrgicos y de elementos de fijación. Se hablará del efecto de esos cambios políticos sobre sus leyes y alzas de impuestos a los artículos importados del exterior.

En el primer capítulo se hace una presentación breve del contexto del problema a nivel local. Se habla de este y sus entornos, de sus características y de cómo afectan a la vida de los quiteños. Aparecen conceptos como la justificación de la investigación ¿por qué surgió la necesidad de crear esta microempresa de distribución y venta materiales metalúrgicos?, la modernidad de cada artículo. Después en el capítulo que sigue a continuación, se entra ya en el tema del marco teórico y sus fundamentos claves.

La elaboración de la presente propuesta es crear una empresa que pueda cubrir con la demanda del material metalúrgico y de elementos de fijación de las empresas establecidas en la ciudad capital, dedicadas principalmente a la incorporación de autopartes y piezas de fabricación nacional en el ensamblaje de vehículos y motocicletas.

Debido a la difícil obtención de los materiales de fijación muchas de ellas han parado sus actividades o han tratado de suplir con las necesidades consiguiendo material similar de baja calidad y no acorde a las necesidades.

Este proyecto permitirá solventar las necesidades de cada una de las empresas que requieran productos de alta calidad y bajo la garantía de poseer los estándares exigidos por la ley para la fabricación de estos productos.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1 PROBLEMA EN EL CONTEXTO

El problema es la parte radical o hecho principal de la investigación, en él se enfocan toda la temática y las posibles soluciones viables que puedan existir para resolverlo, por consiguiente se enfoca en esta situación para iniciar con contundencia una investigación.

La concurrente demanda en la ciudad de Quito de cada artículo compuesto a base de los materiales metalúrgicos, varía desde un mercado económico total del 100% a un 35% de segmento metalúrgico, es en este amplio mercado donde surge la inconformidad de adquisición del producto ya sea por sus costos elevados o escases de ciertas unidades y medidas de pernos que son muy necesarias para la elaboración de ciertos proyectos auto mobiliarios como el ensamblaje vehicular o de construcción en general.

Partiendo desde ese punto de vista se puede apreciar que el problema radica en la "creciente demanda insatisfecha de la comercialización del material metalúrgico y elementos de fijación en la ciudad capital Quito". Existen empresas que distribuyen este material como lo es Metaltronic S. A. empresa Quiteña con muchos años de experiencia en este mercado, pero hasta esta entidad ha sufrido problemas de abastecimiento del material y ha recurrido a la compra al mayorista a otras entidades dentro del país, esto sucede porque existe artículos altamente demandables pero que no son fabricados dentro del

país, por lo cual acceder a ellos resultaría un proceso selectivo y algo tardío si no se cuenta con un proveedor especializado.

1.2 JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN:

La potencial demanda latente que implica este mercado de material metalúrgico dedicado a la industria automotriz, petrolera, siderúrgicos, construcción y del comercio en general en la ciudad de Quito, justifica y da validez a una gran oportunidad de mercado, pero dependerá de una exhaustiva investigación en especial en la zona norte de la capital, determinando así las causas de la insatisfacción de algunos consumidores por no adquirir con facilidad ciertas unidades y medidas.

La demanda del material metalúrgico en Quito como en el mundo es bastante potencial, un ejemplo claro seria **"**Asia una de las más grandes exportadoras de tornillos, pernos Grado 2, 5, 8, tuercas, birlos arandelas, barras, espárragos ASTMA-193 B7, ASTM A-194 2H para América Latina**" (Amaspro Inc. , 2011, www: http://www.amaspro.com).**

La amplitud, tecnología avanzada y la variedad que posee Asia en cuanto se refiere a la demanda de este material, pone a consideración dentro de esta investigación el que puede resultar muy atractivo recurrir a la importación desde estos países.

Este tipo de información enriquece la viabilidad del proyecto, recalcando así el punto observado, el que no se ha logra abastecer la total demanda de este material, creando así una oportunidad de mercado y aprovechando la utilidad factible que genera invertir en este material.

1.3 PLANTEAMIENTO DE LOS ANTECEDENTES QUE LLEVARON A LA SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

La ciudad de Quito ha sufrido varias transformaciones a nivel de ciudad Metropolitana desde hace más de casi dos décadas, una de las alcaldías más controversiales fue la de Francisco Moncayo más conocido como “Paco” Moncayo durante el periodo 2000 y 2009, en este periodo no se registraron grandes cambios estructurales a nivel de obras como Alcaldía, pero si se registró un mayor progreso vehicular en la ciudad capital, es decir ya se registraba un tránsito vehicular de un 90% en las calles principales de la ciudad, por lo cual se crearía una ley denominada como pico y placa que consistía en prohibir la circulación vehicular de una unidad según su ultimo digito de placa, en la actualidad bajo la alcaldía de Augusto Barrera se crearon nuevos proyectos como la inauguración de del nuevo aeropuerto “Mariscal Sucre” en Tababela. Todas estas circunstancias conllevaban a un mismo punto, se estaba expandiendo la ciudad y cada nuevo proyecto requería complementos de construcción que podrían caber en el bolsillo como lo es una simple tuerca. Además se estaba adquiriendo cada vez más vehículos y esto solo beneficiaba a un mercado el de ensamblaje vehicular, y este requería no solo de las partes vehiculares importadas como las de Chevrolet, Suzuki, Hyundai, Toyota etc., necesitaban de los materiales metalúrgicos y de elementos de fijación como lo son los tornillos, tuercas y pernos que realizaban la fijación instantánea de las partes lo cual hacía de este material un mercado muy atractivo y competitivo, creciendo cada vez más la demanda hasta el punto de insatisfacción de algunas partes por lo difícil que se volvía adquirir ciertas unidades, por lo complejo que era al no ser fabricadas dentro de este país.

> Los principales depósitos de bauxita de alta calidad, es decir, con alto contenido de aluminio, han sido divididos entre los mayores productores. Estas compañías concentran en la producción de alúmina, y la fundición de aluminio en el mundo. **(ALU-STOCK S.A, p 10.2, 2010).**

1.4 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

La primera pregunta que se debe de hacer para investigar es: **¿Por qué sería rentable comercializar el material metalúrgico en la ciudad de Quito?**

1) Se observa que existe una demanda mayor de materiales metalúrgicos en la zona del Pichincha, se debe investigar primero que la causa.

2) Se valora el Área del tema, esta es la oportunidad para explorar de una manera amplia el tema de interés nuestro mercado quiteño, se acompaña de datos oficiales como número de ventas de empresas que se dedican a su comercialización, se cita como ejemplo a Impor Pernos S.A.

3) El reconocimiento de la problemática planteada, la autora precisa en el tema

   ¿Por qué no se ha logrado satisfacer totalmente la demanda del material metalúrgico y de elementos de fijación en la ciudad de Quito?

   Una vez clara la pregunta que expresa la problemática, se enfocará en saber cualquier pormenor que envuelva el tema, por ejemplo si existe un amplio mercado de empresas que hacen ellas para su abastecimiento total hacia su mercado.

4) Planteamiento de la pregunta que hace posible viabilidad y éxito de esta investigación, la autora debe enfatizar claramente a la misma porque de ella depende la respuesta que dará el tiempo o ciclo razonable para investigar.

   ¿Es factible implementar una empresa que se dedique a la comercialización de material metalúrgico y elementos de

fijación que sea competidora de las ya empresas posicionadas en el sector norte de la Ciudad de Quito?

1.5 OBJETIVO GENERAL

Por lo expuesto anteriormente, surge el proyecto de diseñar e Implementar una empresa en el sector norte de la ciudad de Quito, cuyo objetivo general es:

"Analizar los aspectos de mercado, técnicos, legales y financieros que conlleven al financiamiento, establecimiento y funcionamiento adecuado de una empresa dedicada a la comercialización de material metalúrgico, que logre solventarse de las necesidades de este amplio mercado Quiteño".

1.6 OBJETIVO ESPECÍFICO

1) Realizar el Estudio de Mercado que permita identificar la demanda insatisfecha para proyectar y estimar las ventas futuras.

2) Elaborar una propuesta técnica, legal y administrativa, que determine la localización adecuada del proyecto, proceder también a determinar el tamaño óptimo de las instalaciones y finalmente identificar las necesidades de infraestructura, equipos, materiales, y mano de obra que se requiera, diseñando una estructura organizativa eficiente que permita el establecimiento y cumplimiento de sus objetivos, misión, y visión.

3) Evaluar y determinar la factibilidad del proyecto mediante un estudio financiero, obteniendo costos y gastos reales que serán destinados a la inversión en los diferentes recursos, identificados mediante los diferentes métodos de valoración de empresas,

logrando así verificar si la rentabilidad del proyecto, permitiendo su ejecución con un retorno a la inversión que sea aceptable a los inversores, caso contrario, realizar las recomendaciones necesarias.

1.7 HIPÓTESIS

La hipótesis es el concepto o idea en el cual se enfoca como posible solución a nuestro problema.

Si continúa existiendo una mayor fluidez vehicular en la ciudad de Quito, partiendo desde el punto de vista que obras como el nuevo aeropuerto de Tababela, hacen resurgir la necesidad de adquirir vehículos gracias a las altas tarifas de los taxímetros, esto atraería mayor importación de vehículos al país lo que haría expandir aún más a las empresas ensambladoras de los mismos, ocasionando que la demanda de ciertos materiales metalúrgicos sea más alta logrando dejar insatisfechos en algunos casos a ciertos consumidores por su no fácil adquisición en todo tipos de medidas.

VARIABLES QUE NOS LLEVAN A LA HIPOTESIS

- Falta de proveedores que si solventen todos los artículos requeridos por las personas naturales y empresas en su mayoría concesionarias y ensambladoras, a un mismo bajo costo.

- Nuevas obras y exceso vehicular, motociclístico en la ciudad.

- Una carente política de precios y poca estrategia publicitaria que dé a notar que esta empresa, si puede con la demanda latente total que actualmente requiere Quito.

1.8 MISIÓN

Comercializar tornillería y sujeciones de alta calidad, hacer negocios de manera honesta en sus tratos con los clientes, proveedores y colaboradores, compartir los beneficios con todos los que laboraran en ella y procurar su desarrollo profesional y humano, ayudando al medio ambiente y la comunidad.

1.9 VISIÓN

Líder reconocida en Quito, que crece, se renueva, introduce nuevos productos y se adapta a las expectativas de sus clientes, desarrolla y recompensa a sus colaboradores.

1.10 VALORES

- Integridad
- Lealtad
- Espíritu de equipo
- Consideración hacia los demás
- Honestidad
- Calidad
- Conocimiento

1.11 NOVEDADES CIENTÍFICAS Y APORTES BENEFICIARIOS

Adquirir dentro de la ciudad de Quito nuevas unidades de pernos, tuercas y arandelas con mayor comprensión, estructura y tecnología para el uso de uniones desmontables dejaría de ser un dolor de cabeza sobre todo para los neófitos en la mecánica, quienes podrían resultar ser también un mercado potencial en una escala minorista, dentro de las factibilidades comerciales establecidas en el proyecto.

La tecnología de hoy trata sobre el estudio de una serie de uniones que pueden montarse y desmontarse con facilidad para permitir una

reparación adecuada con elementos normales, cuya adquisición en el comercio no presenta ningún problema, por el contrario solo sirve como beneficio a empresas que se dediquen a la distribución de este material.

Países que adquieren estos nuevos modelos con mayor tecnología son sobre todo los países asiáticos como China, pero gracias a la importación mundial países como Colombia, pueden adquirirlos muy fácilmente hasta cuenta como industrias de fabricación de los mismos, lo que daría mayor facilidad para poder adquirir estas escasas piezas que ahora facilitan la mecánica sobre todo el ensamblado vehicular que sería el fuerte principal que atraería la demanda masiva dentro de la propuesta.

Él trabajo que se publica es particularmente interesante ya que se trata de los objetos utilizados comúnmente en cualquier montaje por complejo que sea. Las piezas más usadas para realizar las uniones desmontables son: roscas, tornillos, arandelas, pasadores, chavetas, y ejes estriados:

TORNILLO A-325 1/2 X 2 1/4 (CASI AGOTADO)

TORNILLO A-325 1/2 X 2 1/2

TORNILLO A-325 1/2 X 3

TUERCA 1 1/8" GRADO 5 STD.

TUERCA 2H 1 3/8 CON 6 Y 8 HILOS X PULG.

ARANDELA F436 1 3/8

TORNILLO GRADO 5 1 1/8 X 3 1/2 CUERDA STD.

De otro lado, si las cabezas de los tornillos y las tuercas no dificultan el montaje, se pueden unir varias placas taladrando agujeros para que el tornillo entre pasante; es decir, sin roscar. Antes de intentar

cualquier montaje se debe tener una idea exacta de los diámetros y medidas de los tornillos para que no haya que cambiarlos a última hora.

MATERIALES: Sierra Taladro Brocas Pasadores Tornillos Roscas Arandelas Pasadores Ejes Chavetas Prensa Mesa de trabajo.

1. Las piezas roscadas son las que más se utilizan en las uniones desmontables.

2. Una forma de unión con piezas de rosca se consigue recurriendo al espárrago que es un tornillo sin cabeza.

3. Otros tipos de unión son en las que intervienen modelos de rosca. Uno de ellos es el sujeta cable.

4. Esta es la forma en que deben unirse dos o más placas cuando se precisa que los tornillos no sobresalgan de las mismas.

5. En la fotografía se pueden observar los objetos de unión para formar gatos de apriete, muy utilizados para lograr otros tipos de uniones.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEORICO

2.1 ANALISIS LEGAL.

Este punto analiza todos los trámites legales que se deben realizar para la constitución de la empresa y se detallara el por qué se opta por una compañía anónima y que beneficios esta puede brindar.

2.1.1 COMPAÑÍA ANÓNIMA.

Se optó por la Sociedad Anónima porque dentro de los fines del proyecto, es la que en mayor escala se acerca a lo que se necesita para estructurar una participación en el capital social a través de títulos o acciones. El capital mínimo es de $ 800,00 Dólares, usualmente se constituyen con un mínimo de 2 accionistas se puede crear una sociedad anónima unipersonal.

2.2 CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA.

Se redactará todos los pasos legales y administrativos que debe seguir el propietario o creador intelectual del proyecto.

2.2.1 PERMISOS DE CONSTITUCIÓN.

Se refiere a todos los documentos legales que se deben realizar en las instituciones públicas para darle funcionamiento al proyecto.

2.2.1.1 MUNICIPIO DE QUITO.

IMPUESTO DE PATENTES:

También es importante solicitar la patente como empresa es decir personería jurídica, este trámite es exclusivo de la Municipalidad de Quito.

2.2.1.2 RUC (Registro Único de Contribuyente):

El RUC es totalmente obligatorio para empezar a llevar un orden estricto de la contabilidad dentro de la empresa y declarar de forma correcta previa los impuestos pertinentes al Estado.

Tarifa: Cualquier actividad que se realiza en el Servicio de Rentas Internas, como el R.U.C (Registro Único de Contribuyentes) es totalmente gratuitito.

2.2.1.3 REQUISITOS DE OBTENCIÓN DE LA TASA POR SERVICIOS CONTRA INCENDIOS

Toda la información acerca de la tasa que se debe cancelar por servicios contra incendios, se encuentra contenida en prácticos trípticos que se entregan en el Benemérito Cuerpo de Bomberos dentro de la ciudad de Quito. En este proyecto la autora trata de recalcar la importancia de cumplir con esta ley de protección contra incendios, por seguridad de la actividad que se realice y por no infringir la ley con una respectiva sanción por incumplimiento de la misma.

2.2.1.3 NOTARÍA:

"Toda la respectiva documentación legal se deberá tramitar ante a un Notario, el cual dará fe a la creación legal y jurídica del Mundial del Perno S.A. mediante la **MINUTA,** que tendrá un costo $ 200,00" **(Notaria Francisca Sánchez, Quito, 2012).**

2.2.1.4 REGISTRO MERCANTIL:

"Para realizar el pago de derecho por registro mercantil, se debe cancelar hasta por un monto capitalizable de $ 4,000,00 un valor total de $ 20,00, pasado de $4001,00 en adelante se cancelara por cada

$1000,00 adicionales la cantidad de $ 1,20” **(Lcda. Laura Castro, Registro Mercantil, atención al público).**

2.2.1.5 (IEPI)

INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL:

“Se hará la reserva o separación legal del nombre Mundial del perno en el IEPI con un costo de $16,00, fuera de otros costos legales”. **(Ing. Karla Ortiz, IEPI, atención general)**

2.2.1.6 PUBLICACIÓN DEL EXTRACTO EN EL PERIÓDICO:

“Se hace pública la constitución de la compañía mediante el anuncio o declaración del extracto de la constitución de la compañía, en un diario de la localidad, se ha elegido el diario El Comercio por poseer el mayor prestigio en la ciudad de Quito con un costo de $100,00.” **(Lcdo. Raúl Pardo, El Comercio, Redactor de medios)**

2.3 ENFOQUE TEÓRICO

La recopilación de la información obtenida acerca de todos los ámbitos que involucran el problema, ayuda a saber y profundizar en el tema, conociendo así que en la capital de Quito donde estará ubicado el proyecto de empresa, contaría con al menos más de 10 competidores principales como lo son: Castillo Hermanos, Impor Pernos, On Metaltronic, Maresa, Topesa S.A. y, Motor Uno, entre otros, cabe destacar que son empresas que no solo son nuestros competidores si no también los clientes potenciales, porque también necesitan de los artículos que son estrictamente por medidas escasas de adquirir en el mercado.

Otro punto que cabe recalcar es la relación lógica que le da a las teorías y conceptos que permiten dar vida a la hipótesis que responda como solución al problema entre sus tantas variables.

El conocer acerca de lo que rodea el problema en un ámbito teórico, no necesariamente lo hace viable, el punto que le da vida al proyecto es cuando lo volvemos legal con los tramites de constitución, pasando de ser solo un proyecto a una realidad, que ya no solo interpreta el problema en un plano teórico si no en un marco legal.

2.3.1 VARIABLES QUE INVOLUCRAN A NUESTRA INVESTIGACIÓN (MACROAMBIENTE).

En este punto se recaudan toda la información posible sobre el tema dentro de su entorno la ciudad capital Quito, y los datos recopilaciones que ayuden a definir y valorar la hipótesis.

- Nivel socio económico
- Nivel socio político legal
- Nivel socio cultural
- Nivel socio productivo
- Nivel demográfico

2.3.1.1 NIVEL SOCIO ECONÓMICO

Quito es una de las ciudades que posee mayor actividad económica y muy diversa dentro del país, esta ciudad mantiene una gran parte de comercialización en el mercado que acciona directamente con la industria automotriz, especialmente se caracteriza directamente por el ensamblado para consumo nacional y exportación, debido a que con el pasar de los años esta ciudad ha continuado en un constante desarrollo tecnológico que ya no depende de empresas extranjeras para poder

acceder a una maquinaria totalmente ya ensamblada, ahora solo se recurre a ciertas partes vehiculares, por medio de las importaciones que llegan diariamente a este país. Al ser reconocida a nivel mundial como la mitad del mundo, dentro de ella se encuentran las más importantes compañías nacionales y de la casi totalidad de compañías multinacionales asentadas dentro de esta ciudad; también Quito es matriz central de los más importantes conglomerados comerciales o industriales, lo que la volvería más atractiva como mercado comercial del material metalúrgico sobre todo por la gran a fluidez vehicular que circula el sector norte de Quito.

Se acaba de inaugurar su segundo aeropuerto en la historia de esta ciudad, dejando atrás al ya tradicional José Mariscal Sucre, esta sería considerada como una obra emblemática del Ilustre Municipio, más aun por la magnitud que poseería el nuevo aeropuerto de Quito; pero también su ubicación se encuentra muy distante de la ciudad, ubicado así dentro de Tababela a las afueras de la ciudad capital, este nuevo proyecto podría impulsar aún más el atractivo turístico, más aún generar nuevas inversiones extranjeras que pueden beneficiar generosamente al sistema económico empresarial dentro de la ciudad, según lo expresa la autora de la tesis.

> La actividad financiera y bancaria se concentra en el centro norte de la ciudad en los alrededores del parque "La Carolina". Quito también es una ciudad muy agitada en el ámbito comercial, destacando grandes y modernos centros comerciales, malls, tiendas de textiles, artesanías y souvenirs, cadenas de grandes supermercados, ferreterías, farmacias, etc. A partir de una gran inversión destinada a la regeneración urbana del Centro Histórico y otros lugares turísticos que empezó desde el 2001 por parte del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, el rubro turismo viene a ser una importantísima fuente de ingresos para la ciudad. Según las estadísticas del (2001), los siguientes son los datos de la actividad económica de la capital de Ecuador: Tasa de desempleo: 9.50% y Tasa de subempleo: 36.20%. (**Banco Central del Ecuador, informe 2006, consultado el 29/10/09)**

2.3.1.2 NIVEL SOCIO PRODUCTIVO

Según fuentes económicas del Banco Central del ecuador, Quito sería la segunda en aportar más al PIB (Producto Interno Bruto) Nacional y también obtendría la mayor Renta per cápita en la historia capitalina luego de Cuenca, convirtiendo a la ciudad de Guayaquil en la primera con mayor aportes económicos al país. Quito es la ciudad que genera mayor productibilidad a lo que se refiere en reparación vehicular, ya que es la mejor ciudad para hacer negocios lo que da como resultado un gran grupo de población flotante dentro de sus estrechas pero tan circuladas vías, colocándola por encima de otras ciudades latinoamericanas como la segunda ciudad de mayor crecimiento en el 2012.

Por ende al existir un mercado latente que demanda el uso de pernos, tuercas y tornillos, la vuelve atractiva para generar un proyecto empresarial productivo que acople esta demanda y genere fuentes productivas de empleo, abasteciendo un mercado insatisfecho gracias a la expansión de la ciudad y la inclemencia vehicular como primera fuente de consumidor de los artículos a ofertar en el proyecto recordando también que no solo en el ensamblado y reparación vehicular demanda estos materiales, sino hasta un construcción de viviendas pueden ser un mercado meta potencial para el proyecto.

> "Quito es la de mayor grado de recaudación de impuestos según el Servicio de Rentas Internas (SRI.), siendo en la actualidad la región económica más importante del país, según el último "estudio" realizado en el año 2006, el aporte fue del 18,6% al PIB, generando 4106 millones de dólares, Actualizado: al 2009 el PIB de Quito fue de 10650 millones de dólares aproximadamente por concepto de producción (19% de aportación), 4112 millones de dólares por concepto de adjudicación (8% de adjudicación) y 14762 millones de dólares por concepto total de PIB (27% procedente del 8% adjudicado, 19% producido)." **(Informe Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos año 2006, Consultado el 29/10/09)**

CUADRO #1

PIB	Población	PIB per cápita Nominal	PIB per cápita PPA
14.762 millones	1`612.312	8.205	16.410

FUENTES: DATOS ECONÓMICOS DE LA CIUDAD DE QUITO PARA EL 2009

2.3.1.3 NIVEL SOCIO POLÍTICO

El nivel socio político que maneja un país define específicamente el aspecto social que va ligado a un conjunto de normas y leyes políticas, las cuales determinan y aportan a la viabilidad de esta tesis, así lo define y expresa la autora del proyecto.

Según los datos recopilados a lo largo de esta investigación la mayoría de artículos compuestos a base del material metalúrgico y de fijación como lo son los pernos tuercas y tornillos que se negocian en la dentro de la ciudad capital, son provenientes de países asiáticos como la China, por la diversidad que se posee en este tipo de material, la importación es menos costosa y segura, más ahora que el Gobierno Ecuatoriano posee grandes negocios con China, en realidad la mayoría de obras de infraestructura vial como carreteras son de contrataciones con empresas Chinas.

Actualmente este gobierno ha empezado a estrechar fuertes lazos con la población oriental perteneciente al país de China, por lo económica de su materia y recientes contratos en obras nacionales del país.

> "Entre 2006 y 2011, Colombia inició 25 investigaciones antidumping (AD) y aplicó 10 nuevas medidas definitivas; se aplicaron medidas provisionales en 13 de las 25 investigaciones iniciadas. Al 31 de diciembre de 2011, Colombia mantenía vigentes 12 medidas AD, todas aplicadas a importaciones provenientes de China; pero Colombia fortalecía su materia prima y se abastecía de la materia prima de China llegando a importarla ellos mismo como nacional a nuestro país." **(WT/TPR/S 265, p. 38, A. 2008)**

Pero también existen proveedores colombianos que poseen ciertas unidades de pernos y tuercas en diferentes medidas, las mismas que en la actualidad escasean en la ciudad capital, por su difícil adquisicional, pero que realmente al extraerlas de Colombia resultarían económicas y lo mejor solucionarían como un impacto para abastecer la demanda actual de este mercado; por otro lado la política nacional y local que se manejaba sobre todo en cuanto se hacía referencia a leyes sobre impuestos arancelarios, favorecían particularmente Colombia gracias a un libre tratado de comercio como el CAN (Comunidad Andina), la mayoría de productos importados al país eran de procedencia colombiana y provenían procedentes de Cali o Bogotá principales ciudades de este país.

Existía una gran simpatía hacia este país tal vez porque un día conjuntamente con Ecuador y Venezuela conformó lo que se denominó como la "Gran Colombia" sueño del Libertador Simón Bolívar, que los acuerdos comerciales eran muy fluidos de forma unilateral o a través de acuerdos de libre comercio; pero los estrechos lazos de amistad empezaron a deshacerse cuando inició el periodo presidencial del Eco. Rafael Correa Delgado, por desacuerdos políticos con la forma diplomática de arreglar conflictos por parte del ex presidente de Colombia Álvaro Uribe, mas con las duras leyes de impuestos arancelarios impuestos como Política de Estado por el Eco. Rafael Correa Delgado, presidente actual de nuestro país, como protección a la producción nacional.

2.3.1.4 NIVEL SOCIO CULTURAL

El nivel cultural en la ciudad capital es bastante aceptable, las mejores universidades del país se encuentran ubicadas aquí, es por ello que existe bastante desarrollo empresarial gracias a que cada día incrementa el número de jóvenes emprendedores, técnicos e ingenieros

electromecánicos que buscan abrirse a nuevos proyectos empresariales, resaltando así las mejores oportunidades del mercado.

El nivel cultural que posee la ciudad capital, permite a la autora de la tesis poder comprender mejor el desenvolvimiento futuro en el cual se manejará la economía local y nacional del país, la preparación académica es solo un incentivo emocional para que exista mayor competencia empresarial dentro de esta ciudad.

La ciudad de Quito cuentan con varias universidades de pre y postgrado, muchos de los docentes que hoy capacitan en ellas tuvieron que obtener títulos de un quinto nivel académico como los PHD.

CUADRO #2

Fundación	Universidad	
1826-03-18	Universidad Central del Ecuador	UCE
1869-08-27	Escuela Politécnica Nacional	EPN
1946-11-04	Pontificia Universidad Católica del Ecuador	PUCE
1977-12-20	Escuela Politécnica del Ejército	ESPE
1986-02-18	Universidad Tecnológica Equinoccial	UTE
1994-08-04	Universidad Politécnica Salesiana (Quito)	UPS-Q
1995-10-25	Universidad San Francisco de Quito	USFQ
1995-11-29	Universidad de las Américas (Quito)	UDLA
2000-05-20	Universidad Metropolitana	UMET

FUENTE: WWW.ESACADEMIC.COM

2.3.1.5 NIVEL SOCIO DEMOGRÁFICO

La ciudad de Quito cuenta con una población muy extensa donde la mayormente de población al ser analizada en esta tesis, fue el grupo o género masculino, desde la antigüedad el sexo masculino ha sido quien dio el primer uso al material metalúrgico por medio de armas, utensilios y distintas reparaciones aparatos electrónicos, vehiculares, etc.

> "San Francisco de Quito capital de la República del Ecuador, es la segunda ciudad más grande y poblada del Ecuador. Además es cabecera cantonal o distrital del Distrito Metropolitano de Quito, su población es de 1`607.734 habitantes en el área administrativa urbana y de 2'239.191 en todo el Distrito Quito es la segunda ciudad más poblada del Ecuador (después de Guayaquil), con 2.239.191 (como Distrito Metropolitano) habitantes en el último censo ecuatoriano, conducido el 28 de noviembre del 2010 por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).Ya fuera de la ciudad en sí, el Distrito Metropolitano de Quito tiene un total de 2'239.191 habitantes según los resultados oficiales del censo del INEC del 28 de noviembre del 2010. En otros datos, en el área administrativa urbana existen 1'607.734 habitantes. Aunque para datos reales de población de la ciudad que se obtiene con la aglomeración urbana o la conurbación de Quito, notablemente visible por las localidades suburbanas de la ciudad, esto es considerando incluso las parroquias de Conocoto; Amaguaña; Cumbayá; Nayón; Zambiza; Llano Chico; Calderón; Pomasqui; San Antonio; Tumbaco; Guangopolo; Puembo; Alangasi; La Merced; y, Sangolquí, dan una población real de la ciudad de Quito en 2`325.043 habitantes." **(María Molestina Z, Boletín del Instituto Francés de Estudios Andinos, A. 2006)**

La autora expresa también que la demografía de una población puede ser considerada una variable muy importante que involucra una posible solución a la problemática planteada dentro del proyecto investigado, además el tener un perfecto conocimiento del desenvolvimiento o estilo de vida en una población marca factores muy positivos para la viabilidad de este proyecto.

CUADRO # 3

Población según los censos decenales			
Censo nacional	**Ciudad (sólo parroquias urbanas)**		**Población del "Distrito Metropolitano" (desde 1993)**
	Población	**Hogares (viviendas)**	
1950	209.932		319.221
1962	354.746		510.286
1974	599.828		782.651
1982	866.472		1.116.035
1990-11-25	1.100.847		1.409.845
2001-11-25	1.399.378		1.839.853
2010-11-28	1.607.734		2.239.191

FUENTE: INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA Y CENSOS (INEC)

2.3.2 ESTUDIO DE MERCADO:

El amplio mercado quiteño se está dedicando a la comercialización de material metalúrgico por medio de nuevas empresas, este material es completamente necesario para la elaboración y fabricación de maquinarias, partes automotrices, industrias metálicas, ensambladoras de carrocerías en fin que requieren además de elementos de fijación y afines, muchas de ellas no han logrado cubrir con las necesidades de estas industrias, lo que ha provocado que muchas de ellas tengan que

parar sus actividades hasta conseguir los insumos y materiales de acuerdo a las especificaciones técnicas y de calidad requeridas.

2.3.2.1 DENTRO DEL ENTORNO NACIONAL

(Informe Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos año 2006, Consultado el 29/10/09) Ecuador es un país que obtuvo tan solo en al año 2010 una inflación de **4.30%,** la cual proporcionó increíblemente el aumento de precios en los productos principales de la canasta básica, a pesar de que el Gobierno del Economista Rafael Correa, creó programas de apoyo a la producción nacional con el único fin de solventar la economía ecuatoriana y evitar un colapso financiero a nivel del país.

Durante el II Trimestre del año 2011, el Ecuador ha obteniendo un crecimiento del 1.7% según fuente del Banco Central del Ecuador, dentro de lo que corresponde a la industria manufacturera como es: la fabricación de maquinaria, las tuercas, pernos y tornillos, como también otros materiales de fijación que serían extraídos en su gran mayoría de países como Colombia y, de mayor confortabilidad directamente de China con el objetivo de ser exclusivos y de cómodos precios, es esta misma base de calidad que hace diferenciar de nuestros competidores por no saber ellos la exclusividad de nuestros artículos ni tener contacto con nuestros proveedores.

2.3.2.2 DENTRO DEL ENTORNO INTERNACIONAL

Como un tema internacional la distribución de materiales metalúrgicos como lo son pernos, tuercas y tornillos es un mercado bastante amplio, según lo indica el último reporte publicado por el Comité Mundial de Estadísticas del Metal (World Bureau of Metal Statistics – WBMS) muestra que la producción global de aluminio creció entre enero y junio de 2010 un 18% en comparación con igual período de 2009.

> “En junio de 2010, la producción de aluminio primario fue de 3.426 kilotoneladas y el consumo fue de 3.369 kilotoneladas. Así, la producción que había bajado 3.276 kilotoneladas en el año 2009, aumentó 3.049 kilotoneladas en el primer semestre de 2010. La demanda global de aluminio primario creció un 21% en el primer semestre de 2010 con relación a los niveles muy deprimidos del año anterior. En efecto, entre enero y junio de 2010 fue de casi 20 millones de toneladas, 3.490 kilotoneladas más que la demanda correspondiente al mismo período de 2009.” **(argentinatradenet.gov.ar, 2011)**

Para el aluminio primario se calcula un excedente de mercado de 314 kilotoneladas (mil toneladas) en los primeros seis meses de 2010, mucho menor que las 755 kilotoneladas del primer semestre de 2009 año en que el excedente total fue de 781 kilotoneladas.

2.3.2.3 ÁMBITO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

El estudio estará dirigido y enfocado sobre realidades de hechos que se obtendrán mediante una investigación que se realice a cada una de las empresas quiteñas que pretenden introducir el producto en este caso el material de fijación, tomando como instrumento para este análisis un tipo de encuesta dirigida a los futuros clientes.

2.3.2.3.1 FUENTES DE DATOS

- LOS PROVEEDORES,
- COMPETIDORES
- EMPRESAS PÚBLICAS O PRIVADAS (encuestados)

De donde se obtuvo la información primaria y secundaria (dentro del microambiente).

2.3.3 SEGMENTACIÓN DEL MERCADO

La palabra segmentar proviene de clasificar o separar algo. En términos mercadotécnicos, hace referencia a la separación de los

diferentes tipos de mercados que existen dentro de la ciudad de Quito como lo son el industrial, comercial y de servicios, el mercado es comercial porque es exclusivamente dedicado a la venta de materiales metalúrgicos y de elementos de fijación, los compradores si se dedican a dar un servicio porque cada elemento como lo son los pernos en diferentes medicas ayudan a la reparación de vehículos y demás bienes que demanden su uso.

"El objetivo es definir el mercado de referencia desde el punto de vista del comprador y no como a menudo se da el caso, desde el punto de vista del productor".

En la mayor parte de los mercados es prácticamente imposible satisfacer a todos los compradores con un solo producto o servicio. Para segmentar el mercado se debe tomar en consideración el tamaño total de la población existente (empresas vehiculares o ensambladoras) dentro del área geográfica (Quito), donde se va a ubicar el negocio.

2.3.3.1 VARIABLES DE SEGMENTACIÓN

Las variables que a continuación se listan, servirán para segmentar el mercado objetivo:

- Variables geográficas: entre las que se podrían considerar: la ciudad de residencia, y el tamaño de la ciudad.
- Variables demográficas: entre las que se podrían considerar: la edad, el sexo, tamaño de la familia, el ciclo de vida de la familia, los ingresos, la ocupación, el estado civil, la educación, la religión, e incluso la raza.
- Variables psicográficas: como la clase social, el estilo de vida, y la personalidad.

- Variables conductuales: entre las cuales se podrían analizar: las ocasiones de uso, los beneficios percibidos, la condición de usuario, el estado de la lealtad, la etapa de disposición, la actitud hacia el servicio.

"El mundial del Perno" seria ubicado en Calderón, barrio san Camilo, calle Viteri 581 zona norte de Quito, su ubicación fue considerara como una forma estratégica, a causa de que la gran mayoría de empresas de ensamblaje vehicular se encuentran ubicadas mayormente en las zonas norte y centro de Quito.

CUADRO #4

CRITERIOS PARA SEGMENTAR

Criterios de segmentación	**Datos Generales**	**Datos específicos**
Objetivos: Definir mi mercado meta en la venta de materiales metalúrgicos y elementos de fijación	**Demográfico:** empresas de ensamblaje vehicular **Geográfico :** Población de la sierra ecuatoriana en la zona norteña de quito **Socio-económico:** clase media.	**Grado de consumo:** frecuentemente **Tipo de compra:** al por mayor en unidades, cientos y pesos. **Lugar de compra:** zona norte de quito
Subjetivos: Conocer las profundas necesidades de las empresas que requieren de nuestros artículos	• Personalidad • Estilos de vida	Ventajas o beneficios buscados de parte de las empresas ensambladoras. Actitudes o percepciones de una excelente compra

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

2.3.4 POBLACIÓN OBJETIVA

La población masiva total de la ciudad de Quito comprende más de 1.422.273 habitantes, con un alto índice de actividad económica, pero el grupo objetivo real está basado en las empresas de ensamblaje vehicular de lo cual se conoce por la fuente "Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador "(AEADE) que las ensambladoras que existen en el país (Ómnibus BB, MARESA y AYMESA) lograron una participación en el mercado de 46,44% frente al 53,36% de vehículos importados. En el 2008, los 'nacionales' constituyeron el 41,5%.

En Quito Con una inversión de $ 10 millones, la Corporación MARESA, que ensambla en el país camionetas de la japonesa Mazda, requiere de los artículos como lo son los Tornillos, Tuercas. Arandelas, Abrazaderas y Remaches, entre otros, que sirven en el ensamblaje vehicular convirtieron en un mercado no solo objetivo si no potencial para la empresa.

2.3.4.1 PERFILES DEL MERCADO OBJETIVO

La ciudad de Quito tiene un comportamiento equilibrado: En el eje económico se encuentra posicionado mejor que las demás provincias del resto de la costa, en tanto en lo socio laboral es la más alta, así; tiene buenos servicios básicos, y su nivel de dependencia económico está por debajo del de las demás provincia, por estar más independizado laboralmente.

Es por esta causa que se hace muy atractivo invertir en este amplio mercado, productos metalúrgicos como las tuercas y tornillos que son tan requeridos por la excesiva movilidad vehicular para empresas que ensamblan artículos y principalmente a ensambladoras de vehículos que posee la ciudad.

2.3.5 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Es de considerar que la ciudad de Quito tiene en 20% de la población urbana con 1.422.273 habitantes, y es esta ciudad metropolitana donde ubicamos la empresa de comercialización de materiales metalúrgicos con un mercado de 25% debido a la competencia actual de mercado, pero la rentabilidad obtenida seria aun ventajosa por los costos y diversidad de materiales en comercialización.

La ciudad de Guayaquil con 1.977.142 habitantes en el área urbana tiene una poblada que representa un 27%, que es más que la suma del resto de la región costa, por ende se podría abarcar un mercado de hasta un 30%, para lo cual se debería instalar una sucursal ubicada en el área central dentro de la ciudad porteña .

2.3.5.1 ELASTICIDAD INGRESO DE LA DEMANDA

La distribución de la demanda metalúrgica en el área urbana corresponde a un 26% en la ciudad de Guayaquil por lo que se considera la de más alta ponderación, Quito con un total de 374.645 hogares activos de los cuales en su gran mayoría hombres que requerirían de estos productos representa un 22%, es considerada la segunda ciudad de importancia comercial en el País.

2.3.5.2 ELASTICIDAD PRECIO DE LA DEMANDA

Al analizar las dos componentes principales se puede observar que la ciudad de Quito es una de las que mejor posición económica alcanza y es de destacar, que en los referente a lo socio laboral como son los servicios básicos, es favorable con relación a las provincias de la Región Costa.

La elasticidad de sus precios dependerá del costo adquisición que se calcule en cada inventario por artículo por unidades, cientos y por peso, el valor o coste dependerá del costo total de su traslado y embalaje sumado al grado de utilidad que se desea obtener.

2.3.6 DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

"Este tipo de demanda nace de no cubrir una necesidad real de un mercado potencial". Esto quiere decir que la demanda del material metalúrgico es real y potente dentro del mercado, pero existen empresas como Impor Perno que no cubrían las exigencias del total de la demanda de sus clientes por quedarse muchas veces al adquirir nueva mercancía a otros proveedores en Stand by.

2.3.6.1 CÁLCULO DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

Este cálculo se debe hacer en base al estudio de la población total quiteña y la necesidad referente de estos artículos (materiales metalúrgicos y de fijación), en cuanto a los lugares en donde se demandan los mismos y su cantidad de abastecimiento en inventario.

Mercado meta (Norte de Quito) **=>** oferta (productos metalúrgicos)

El mercado meta es el objetivo que se desea alcanzar, y si un estudio de mercado nos indica que posee una demanda latente insatisfecha solo se debe concentrar en calcular ese margen de mercado porque dentro de este proyecto es quien dará un margen de rentabilidad hacia la inversión.

2.3.6.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA POTENCIAL INSATISFECHA

La demanda insatisfecha (lo producido es exactamente menor a lo que el mercado requiere en oferta. En esta parte del estudio se utiliza la Información disponible acerca del comportamiento futuro de la economía quiteña, del mercado del proyecto, de las expectativas del consumidor como las empresas de ensamblaje de carrocerías, etc., así como de las características económicas del producto que son en su mayoría importados desde Colombia y China. Consecuentemente, proyectar la demanda constituye la parte más delicada del Estudio de Mercado.

La proyección de la demanda abarca la vida operacional del proyecto, es decir el periodo de funcionamiento. Con la finalidad de tener mayor certeza en los resultados, la proyección para productos que ya existen en el mercado se efectúa tomando el mismo periodo histórico de la oferta, que en Quito sigue siendo un mercado muy atrayente como ya se había determinado en anteriores ítems.

2.3.7 PROYECCIÓN DE LA OFERTA POR PLAZA

Dentro de sus mecanismos de planificación de toda organización, se tiene que adelantar una serie de estudios que adicionen información específica actualizada, que apoye la elaboración del plan de desarrollo de la empresa.

Es por ello que se tiene que realizar una evaluación de la oferta por plaza, la cual es uno de los ejes más importantes para la planificación del desarrollo de la empresa y por ello es necesario contar con información actualizada y muy bien investigada del mercado.

CAPÍTULO III

3. ASPECTO METODOLÓGICO

Esta investigación estará basada en los siguientes criterios de investigación

3.1 METODOS DE LA INVESTIGACION

Son los procedimientos, procesos rigurosos, formulados de una manera lógica que el investigador debe seguir para adquirir el conocimiento. Los métodos utilizados en esta investigación son:

- **INDUCCIÓN**

  Para el desarrollo del proyecto se utiliza este tipo de método ya que se parte de un caso particular como es la determinación de la necesidad para llegar a conocimientos generales los cuales nos indicaran en qué proporción existe las necesidades de nuestros futuros clientes en la zona norte de Quito.

- **DEDUCCIÓN**

  Podremos obtener resultados desconocidos, los cuales se someterán a un análisis para poder determinar resultados.

- **OBSERVACIÓN DIRECTA**

  Realizaremos visitas de campo a cada una de las empresas como Impor Pernos entre otras y a los clientes a donde queremos llegar para constatar el proceso de investigación.

- **MÉTODO DESCRIPTIVO**

  El estudio estará dirigido y enfocado sobre realidades de hechos que obtendremos mediante una investigación que se realice a cada una de las empresas que pretendemos introducir los productos, en este caso el material metalúrgico y de fijación, tomando como instrumento para este análisis un tipo de encuesta dirigida a nuestros futuros clientes en la zona norte de Quito.

- **OBSERVACIONAL**

  Tendremos una investigación observacional en la cual analizaremos los resultados de las encuestas, así como tendremos que recurrir a archivos de empresas para verificar el consumo de productos que tiene las empresas.

- **RELACIONAL**

  Relacionaremos las variables entre sí para obtener una investigación precisa que servirá para toma de decisiones.

3.2 TÉCNICAS DE LA INVESTIGACIÓN

Son como su nombre lo indica son los instrumentos o materiales que el investigador debe utilizar para poder realizar una abierta investigación que sería de campo. Los instrumentos más comunes son:

- **LA ENTREVISTA**

  Se la realizará a los proveedores quienes nos importarán los materiales al país, por medio del sistema aduanero, esto nos ayuda a saber elegir correctamente para llevar al mercado quiteño.

- **ENCUESTA:**

  En nuestra investigación nuestro instrumento a utilizar será la encuesta, que consiste en un banco de preguntas abiertas, cerradas, dicotómicas y de selección múltiple. _ *Véase anexo* 1 _

- **OBSERVACIÓN:**

  La observación es el arma principal con la cual se puede defender un mercadólogo de su competencia.

La observación va directamente dirigida o aplicada a los establecimientos locales de la competencia real como lo son: Castillo Hermanos, Topesa, Hugo Moreira, Importadora Orbea y Ferretería Sansur y Compañía entre otros, aunque también podrían llegar a depender indirectamente de nuestra empresa, a causa de que no todos ellos adquieren mercadería importada, sino la adquieren dentro del país con el riesgo de **Stand by** , en cambio nosotros podríamos poseer material por peso y medidas únicas que no se obtiene de forma rápida o sencilla por ser importados directamente de países extranjeros como Colombia y China, pero ellos lo necesitan para la cartera de clientes diarios, por ello existe la oportunidad de ocupar su cartera de clientes por medio de una base de datos proporcionada en un ***benchmarking.***

3.2.1 PROCEDIMIENTOS Y MEDIOS DE RECOLECTAR LA INFORMACIÓN

- Revisión de archivos: Obtenidos a través de las empresas quienes serán los consumidores directos de los productos.
- Revisión de documentos: Principalmente aquellos que nos indiquen la demanda que tienen las empresas, así como la oferta de los mismos.
- Internet: Será un medio que permita investigar más sobre los temas que trataremos de investigar.

3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Población: La Población será empresas industriales manufactureras ubicadas principalmente en el Sector Norte de Quito, con una Población total de **520** empresas.

Muestra: De una población de 520 empresas ubicadas en el sector norte de Quito, se desea conocer cuál será el número de empresas que serán encuestadas sobre la aceptación de la creación de una empresa comercializadora de material metalúrgico.

Ejemplo de una empresa que pertenece a nuestra muestra:

- EMPRESA METALTRONIC Nombre de Empresa
- EMPRESA METALTRONIC S.A Nombre Comercial
- RUC 20492348644 Fecha de Fundación 06/09/2008
- Tipo de Sociedad SOCIEDAD ANONIMA
- Estado de la empresa baja de oficio sector económico de desempeño VENTA MAYORISTA DE METALES Y MINERALES METALICOS CIIU 51427.
- Marca de actividad comercio de la empresa: IMPORTADOR.
- Dirección Principal - #- Referencia de ubicación Norte de Quito Calderón, barrio San Camilo, calle Viteri 581, Zona norte de Quito.

CÁLCULO DE LA MUESTRA

pp. 14 N= 520

se= 0.015

$$\sigma^2 = (se)^2 = (0.015)^2 = 0.000225$$

$$S^2 = p\,(1-p) = 0.9\,(1-0.9) = 0.09$$

$$n' = \frac{s^2}{\sigma^2} = \frac{0.09}{0.000.225} = 400$$

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censo 2010.

$$n = \frac{n'}{1+n'/N} = \frac{400}{1+400/520} = 226$$

$$fh = \frac{n}{N} = \frac{226}{520} = 0.4346$$

MUESTRA ESTRATIFICADA= 226*0.4346= 98

SIENDO:

N= Tamaño de la Población.

Se=Error Estándar.

σ^2 = Lambda.

CAPÍTULO IV

4.- RESULTADO Y ANÁLISIS

4.1 RESULTADOS GENERALES DE LAS ENCUESTAS

Cada pregunta sirvió como muestra de un mensaje especifico, el cual nos permitió conocer las preferencias más comunes del personal de las empresas que requieren artículos compuestos a base de materiales metalúrgicos o elementos de fijación, como lo son los tan conocidos pernos y tuercas en la ciudad de Quito y que son indispensables en la elaboración de los ensamblajes vehiculares.

Uno de los resultados de mayor interés, es el conocimiento acerca de la importancia que la mayoría de personas encuestadas, prestaba al precio del artículo a comparación de sus atributos; pero este conocimiento nos da una ventaja comparativa al saber que existe insatisfacción por los altos costos que poseen este tipo de mercadería.

El estudio de la muestra nos indica, que existe una alta demanda en el uso de materiales metalúrgicos y elementos de fijación, tomando en consideración la posibilidad de éxito del 85%. Esto amplia el mercado en un sentido más globalizado, ya no solo podemos tomar en consideración como mercado meta el norte quiteño, la gran demanda que existe de las empresas distribuidoras o ensambladoras de vehículos podría significar mayor oportunidad de venta.

Otro punto importante analizado, es la demanda efectiva que se podría recibir por parte de consumidores jóvenes cuyas edades no pasan de sus 36 años de vida, ellas se muestran mucho más apasionadas por

adquirir nuevos artículos con diferentes usos y aplicaciones; por consiguiente toda publicidad a realizarse debe encasillar este prototipo de consumidor que está más a la vanguardia.

4.2 RESULTADOS DE LA OBSERVACIÓN DIRECTA

- Dependencia comercial de los principales competidores hacia los principales productos.

- Escases o falta de cubrir el total de la demanda quiteña o demanda insatisfecha en términos mercadotécnicos.

Una vez ya interpretado los resultados de manera general, se procederá al análisis oportuno de cada punto vital que rodea esta investigación, como lo son:

- DATOS OBTENIDOS.
- ANÁLISIS DE LA DEMANDA:
  - Fuentes primarias
  - Fuentes secundarias
- ANÁLISIS COMPARATIVO DE PRECIOS HISTÓRICOS
- ANÁLISIS DE LA OFERTA:
  - Análisis histórico de la oferta

4.3 ANÁLISIS DE DATOS

El análisis de los datos se encuentra basado en la información base que hemos obtenido, a través de investigaciones, observaciones o nuestra encuesta general. Todos estos diferentes tipos de datos sirven para poder concluir el número de empresas que requieren de los artículos, es decir con quienes emprenden negociaciones para la

comercialización de los mismos que en una gran mayoría sirven para ensamblajes vehiculares.

4.3.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

La demanda del material metalúrgico en Quito es bastante potencial como lo es en América Latina los tornillos, una de las más grandes exportadoras de pernos Grado 2, 5, 8, tuercas, birlos, arandelas, barras, espárragos ASTMA-193 B7, ASTM A-194 2H. En la ciudad capital Quito donde estaría ubicado como empresa, cuentan con al menos más 10 competidores principales como Los son: Castillo Hermanos, Impor Pernos, On Metaltronic, Maresa, Topesa S.A., y Motor uno entre otros, cabe destacar que son empresas que no solo son los competidores si no también los clientes potenciales, porque también necesitan de los artículos que son estrictamente por medidas escasas de adquirir en el mercado.

Existe una concurrente demanda de cada artículo, compuesto a base de los materiales metalúrgicos, que varía desde un mercado económico total de un 100% a un 35% de segmento de mercado en la ciudad de Quito, es en este amplio mercado donde aprovechamos la utilidad factible que genera invertir en este material, tomando en consideración el crecimiento de empresas que se dedican al ensamblaje vehicular o al requerimiento de este material para la comercialización individual. Las necesidades del cliente son quienes terminan estableciendo la demanda potencial. Esta el total de los costos originados por las horas hombre y viáticos necesarios para la determinación de la calidad o atributos del producto o servicio requerido por los clientes para lograr una mayor satisfacción de los mismos, su fórmula de cálculo es la siguiente:

Inves. Nec. Cliente = Σ Costos (Investigación y Desarrollo del producto + investigación y Desarrollo del Servicio)

4.3.2 ANÁLISIS DE LA DEMANDA A PARTIR DE FUENTES PRIMARIAS:

Las fuentes primarias para el estudio de mercado son las más de 520 empresas quiteñas que requieren de los artículos, entre ellas las que se dedican exclusivamente al ensamblaje vehicular.

Francisco Restrepo, Gerente de la compañía, explicó la necesidad existe en el mercado quiteño de adquirir material metalúrgico y de fijación para por lo menos un promedio 32 unidades diarias, pero se busca aumentar a 64 unidades en las que se incluiría el ensamblaje de nuevas marcas. Con este nuevo paso que se está dando se quiere incrementar el mercado metalúrgico hasta en un 15% más, la capacidad instalada con algunas marcas que están interesadas en adquirir los artículos para ensamblar los productos en el Ecuador.

4.3.3 ANÁLISIS DE LA DEMANDA A PARTIR DE FUENTES SECUNDARIAS:

Las fuentes secundarias son las personas naturales o jurídicas que proporcionan suficiente información del mercado quiteño a través de la experiencia, es decir los competidores, todo lo que ellos hagan brindan seguridad de poder mercadotécnico y se complementa con las fuentes primarias que como ya hemos detallado los clientes es decir el mercado meta “Norte de Quito” y todas las necesidades que como empresa se desea cumplir.

4.4 ANÁLISIS DE PRECIOS HISTÓRICOS DE LOS MATERIALES

Los precios de cada material dependen de la economía en la que se haya sumergido todo un país. Según BCE (2013), tanto la ciudad de Quito como todo el país, obtuvo en al año 2012 una inflación de **4.30%,** la cual proporcionó increíblemente el aumento de precios en los productos

principales de la canasta básica, afectando directamente la economía de Quito porque se empezaron a alzar todos los costos incluyendo los precios de pernos tuercas y tornillos a causa de que se generaron nuevos impuestos como los de importación, mayor costo a la reparación vehicular, etc., a pesar de que el Gobierno del Economista Rafael Correa creó programas de apoyo a la producción nacional, con el único fin de solventar la economía ecuatoriana y evitar un colapsos financiero a nivel del país.

Las tuercas pernos y tornillos como también otros materiales de fijación son extraídos en su gran mayoría de países como Colombia y de mayor confortabilidad directamente de China, con el objetivo de ser exclusivos y de cómodos precios, es la misma base de calidad que hace diferenciar de los competidores por no saber ellos la exclusividad de los artículos ni tener contacto con los proveedores.

Casi todo lo que se usa, o se tiene, está constituido por un tornillo, perno o tuerca, o fue construido por algo que tenía un tornillo.

Todos, por más oficinista que sea, han usado el poder del tornillo. Un notable ingenio que permitió unir cosas de manera rápida, poco esforzada y confiable, lo que los vuelve indispensable sin importar su costo. El tornillo desplazó a los clavos y remaches, es así como ha crecido y tomado poder en el mercado mundial el uso de materiales metalúrgicos y de fijación lo que lo convierte en más atractivo para el proyecto.

4.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

El sistema a ofertar que tiende a adoptar el proyecto “El Mundial del Perno” es un sistema tradicional de comercialización de productos metalúrgicos y elementos de fijación, tales como:

- Tornillos
- Tuercas
- Arandelas
- Abrazaderas
- Remaches, entre otros.

Este sistema se basa en el encargo o pedido de uno o más productos que luego serán comercializados en la zona norteña de Quito. La empresa sólo comercializaría después de haber recibido el contrato o encargo de un determinado producto.

4.5.1 OFERTA HISTÓRICA DEL MATERIAL METALÚRGICO

Quito se puede considerar como un mercado de precio principalmente donde los productos provenientes de China o Colombia tienen una gran acogida, sin embargo también hay un nicho de mercado para los productos de calidad a precios superiores que determinado grupo de la población sí puede pagar, debido a la desigual distribución de la renta que existe en el país.

Por esta causa desde siempre el ingreso de este material metalúrgico como los tornillos tuercas etc., ha sido muy requerido por la evolución histórica de las diferentes empresas que demandan este mercado que hoy en día en unos de los más rentables dentro y fuera del país.

TABULACIÓN

PREGUNTA Nº 1

INFORMACIÓN GENERAL

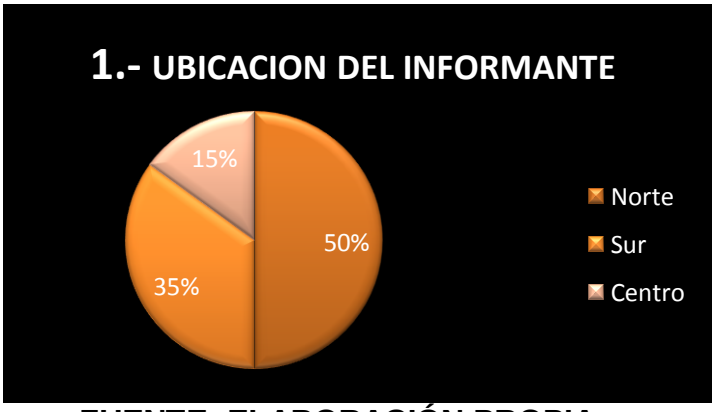
1) Ubicación del informante:
- Norte
- Centro
- Sur

CUADRO # 5

Opciones	Categorías	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa Acumulada
1	Norte	60	61. 22	60	61. 22
2	Centro	8	8. 16	68	69. 38
3	Sur	30	30. 61	98	100.00%
Totales:		98	100.00%		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO # 1



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

INTERPRETACIÓN DE DATOS:

El estudio de la muestra indica que el principal mercado meta, está ubicado entre el norte y parte del sur de la ciudad, ya que con esos dos grupos tenemos la posibilidad de éxito de más de un 90%.

PREGUNTA Nº 2
INFORMACIÓN GENERAL

2) Edad del informante:

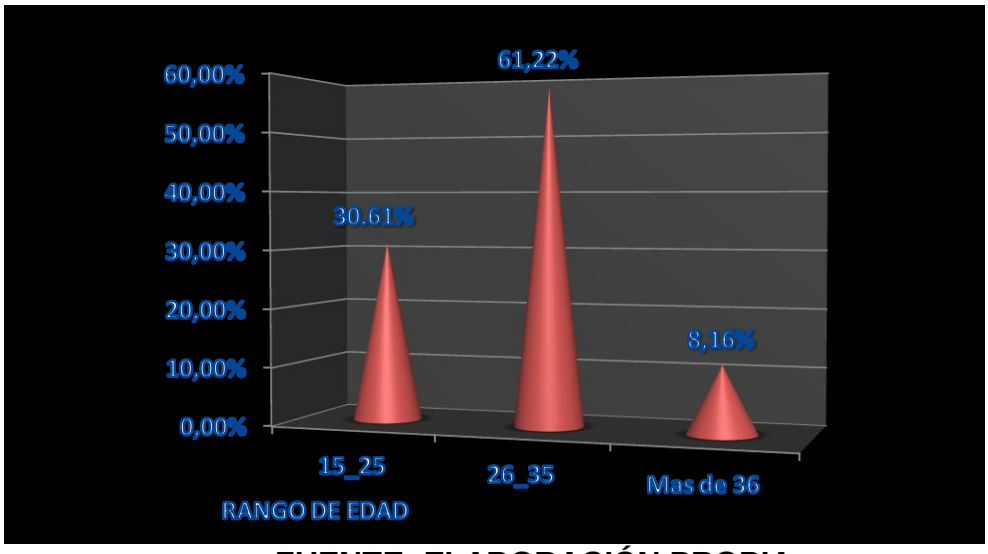
- 20-25
- 26-35
- Más de 36

CUADRO # 6

OPCIONES	CATEGORÍA	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA	FREC. ABSOLUTA ACUM.	FREC. RELATIVA ACUM.
1	20-25	30	30.61%	30	30,61%
2	26-35	60	61,22%	90	91,83%
3	Más de 36	8	8,16%	98	100.00%
TOTAL		98	100.00%		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO # 2



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

INTERPRETACIÓN DE DATOS:

El estudio indica que se debe concentrar principalmente, en hombres cuyas edades estén comprendidas entre 20_35 años de edad. Ellos sienten mayor vinculación al producto, a causa de que en las empresas se está renovando con nueva sangre de espíritu con un personal más fresco y de nuevos conocimientos. Esto nos otorga la posibilidad de éxito de más de un 91.00%.

PREGUNTA Nº 3

INFORMACIÓN GENERAL

3) Nivel adquisitivo del poder que posee su demanda comercial parcialmente:

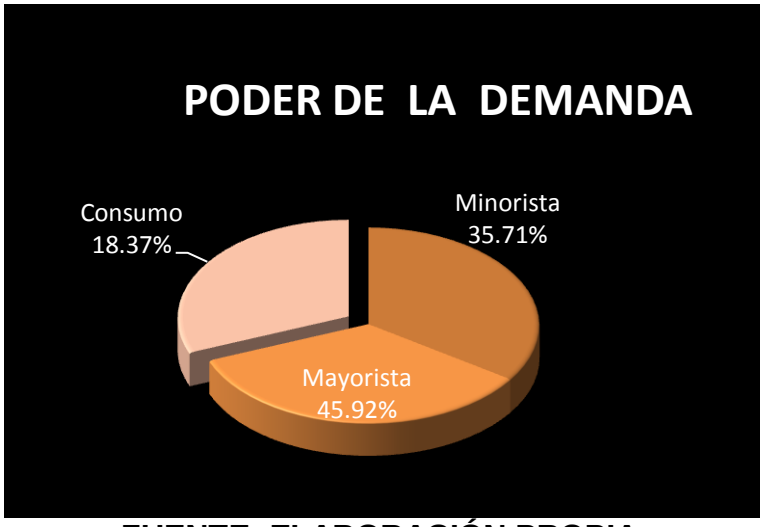
- Mayorista (empresa)
- Minorista (ferretería)
- Consumo (Personal)

CUADRO # 7

OPCIONES	CATEGORÍA	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA	FREC. ABSOLUTA ACUM.	FREC. RELATIVA ACUM.
1	Mayorista	45	45,92%	45	45,92%
2	Minorista	35	35,71%	80	81.63%
3	Consumo	18	18,37%	98	100.00%
TOTAL		98	100.00%		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO# 3



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

INTERPRETACIÓN DE DATOS:

El estudio de la muestra indica que existe cierta similitud en el poder de la demanda mayorista y minorista de esta zona, de igual forma se debe concentrar en los artículos para grandes y pequeñas empresas que pueden producir de igual forma grandes desembolsos. La posibilidad de éxito de más de un 80%.

PREGUNTA Nº 1
INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1) ¿Qué tipo de proveedor de materiales metalúrgicos prefiere usted, para el uso o comercialización de los mismos?

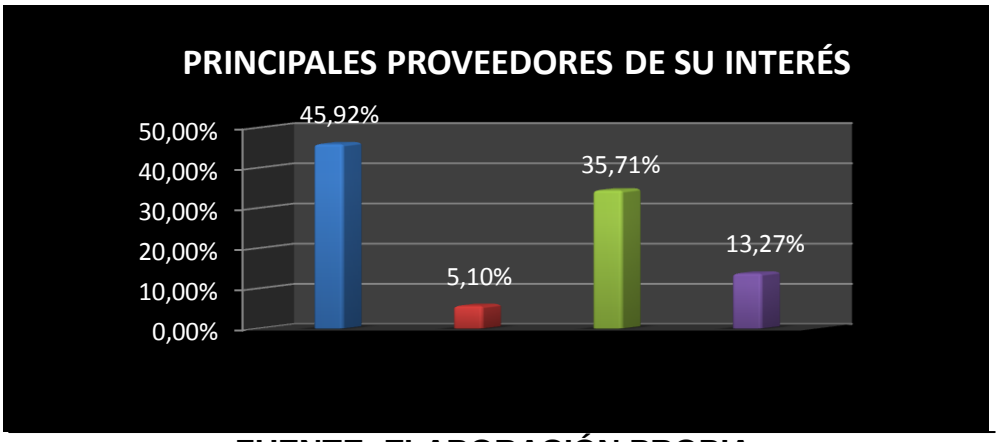
- CASTILLO HERMANOS
- IMPOR PERNOS
- IMPORTADORA ORBEA
- OTROS

CUADRO # 8

OPCIONES	CATEGORÍA	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA	FREC. ABSOLUTA ACUM.	FREC. RELATIVA ACUM.
1	CASTILLOS HERMANOS	45	45,92%	182	45,92%
2	IMPOR PERNOS	5	5,10%	203	51,02%
3	IMPORTADORA ORBEA	35	35,71%	338	86.73%
4	OTROS	13	13,27%	400	100,00%
TOTAL		98	100,00%		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO # 4



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

INTERPRETACIÓN DE DATOS:

El estudio de la muestra indica, que los principales competidores, son estas reconocidas empresas ya existentes en el mercado quiteño con muchos años de experiencia, no necesitamos observar más; estas cuentan con la factibilidad de más de un 86,00%.

PREGUNTA Nº 2
INFORMACIÓN ESPECÍFICA

2) ¿Se siente usted, conforme con la marca de proveedor que utiliza?

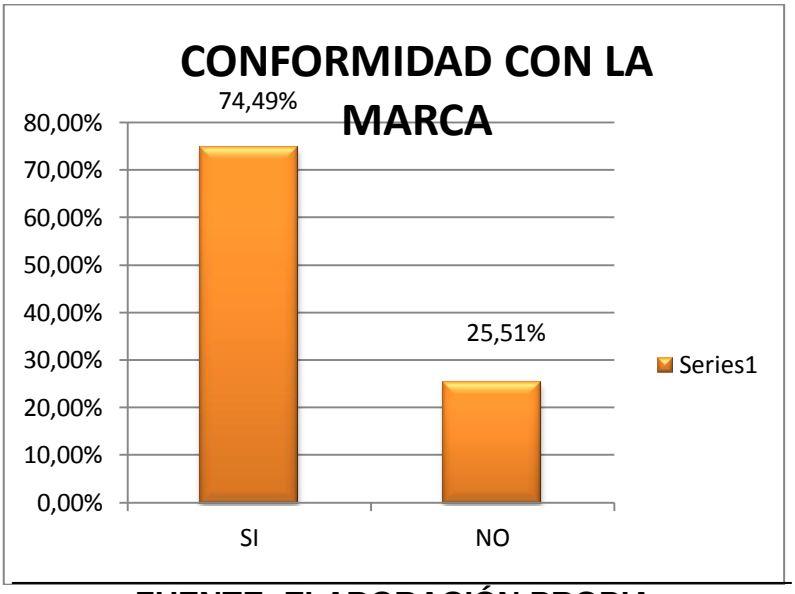
- Si
- No

CUADRO # 9

OPCIONES	CATEGORÍA	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
1	SI	73	74.49%
2	NO	25	25,51%
TOTAL		98	100,00%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO # 5



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

INTERPRETACIÓN DE DATOS:

El estudio de la muestra indica, que los posibles clientes se sienten muy satisfechos con sus marcas actúales, esto permite aplicar una mayor observación a calidad de sus productos; de tal forma se debe adquirir los artículos.

PREGUNTA Nº 3

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

3) ¿Qué es lo primero que usted toma en consideración, al momento de la compra de este material?

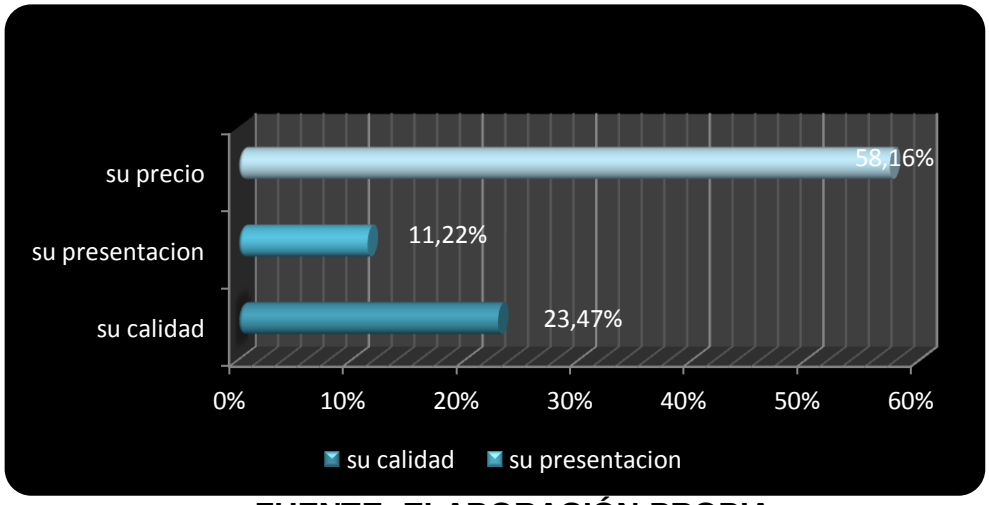
- Su calidad
- Su presentación
- Su precio
- Todas las anteriores

CUADRO # 10

OPCIONES	CATEGORÍA	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA	FREC. ABSOLUTA ACUM.	FREC. RELATIVA ACUM.
1	CALIDAD	23	23,47%	23	23,47%
2	PRESENTACIÓN	11	11,22%	34	34,69%
3	PRECIO	57	58,16%	91	92,85%
4	ANTERIORES	7	7.14%	98	100,00%
TOTAL		98	100.00%		

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO # 6



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

INTERPRETACIÓN DE DATOS:

El estudio de la muestra indica, que tan solo concentrándose en una nueva estrategia comercial del precio, se está asegurando la posibilidad de éxito de más del 92%.

PREGUNTA Nº 4

INFORMACIÓN ESPECÍFICA

4) ¿Estaría de acuerdo usted, a experimentar con un nuevo proveedor que tenga la experiencia en todo tipo de material metalúrgico, de fijación y le brinden la seguridad que necesita?

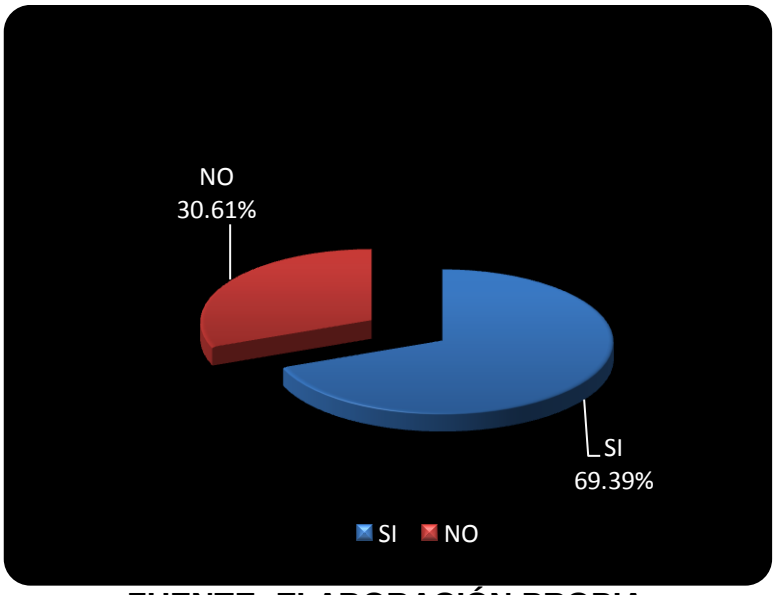
- Si
- No

CUADRO # 11

OPCIONES	CATEGORÍA	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
1	SI	68	69,39%
2	NO	30	30,61%
TOTAL		400	100,00%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO # 7



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

INTERPRETACIÓN DE DATOS:

El estudio de la muestra indica, que existe gran expectativa por experimentar con nuevos proveedores. El estudio muestra una factibilidad de éxito de 69%.

PREGUNTA Nº 5
INFORMACIÓN ESPECÍFICA

5) ¿Con que frecuencia realiza usted, la compra de materiales metalúrgicos como pernos?

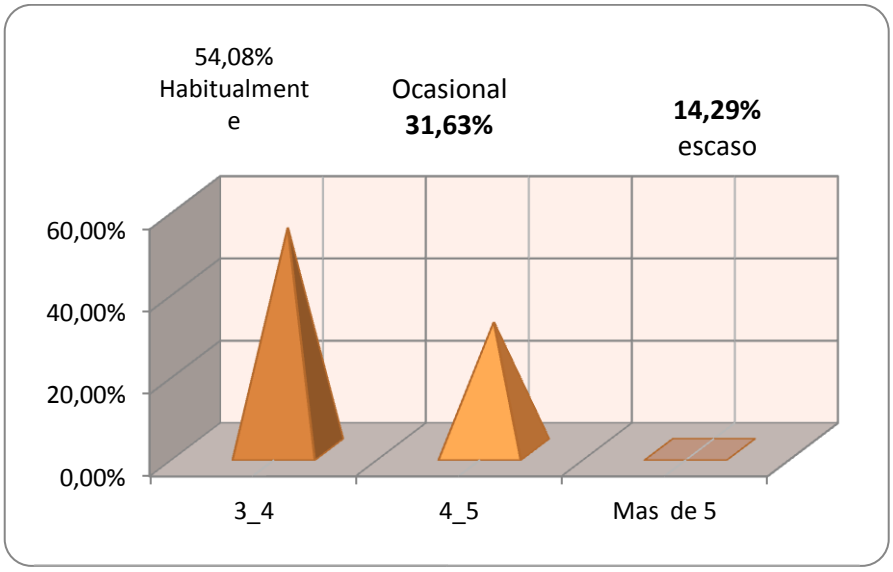
- Habitualmente
- Ocasionalmente
- Nunca

CUADRO # 12

OPCIONES	CATEGORÍA	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA	FREC. ABSOLUTA ACUM.	FREC. RELATIVA ACUM.
1	habitualmente	53	54,08%	53	54,08%
2	ocasionalmente	31	31,63%	84	85,71%
3	escasamente	14	14.29%	98	100,00%
TOTAL		98	100,00		

FUENTE*:* ELABORACIÓN PROPIA

GRÁFICO # 8



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

INTERPRETACIÓN DE DATOS:

El estudio de la muestra indica, que existe una alta demanda en el uso de materiales metalúrgicos y elementos de fijación, tomando en consideración la posibilidad de éxito del 85%.Esto amplia el mercado y podría significar mayor oportunidad de venta.

PREGUNTA Nº 6
INFORMACIÓN ESPECÍFICA

6) ¿Alguna vez ha sufrido usted, algún tipo de percance en sus compras adquiriendo materiales metalúrgicos a altos precios y de mala calidad?

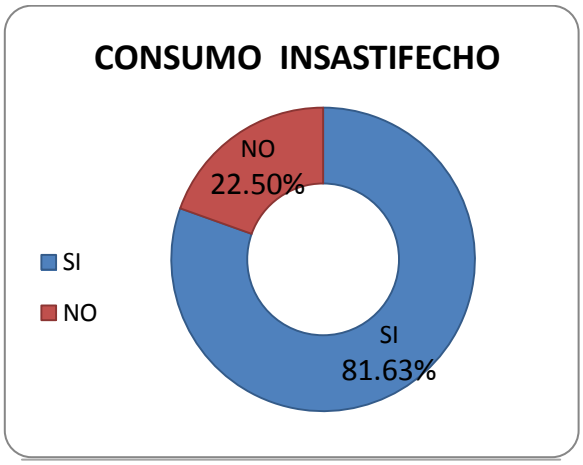
- Si
- No

CUADRO # 13

OPCIONES	CATEGORÍA	FREC. ABSOLUTA	FREC. RELATIVA
1	SI	80	81.63%
2	NO	18	22.50%
TOTAL		98	100,00%

FUENTE: ELABORACIÓN

GRÁFICO # 9



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

INTERPRETACIÓN DE DATOS:

El estudio de la muestra indica, que existe un alto índice de inconformidad, la causa es muy clara; existen en su mayoría empresas que por no costear artículos de calidad reciben importaciones de países que no poseen la estructura de soporte y control estricto de fábrica, por esto se debe tener precaución en los artículos que se adquiere y la forma en cómo fueron fabricados.

PREGUNTA Nº 7
INFORMACIÓN ESPECÍFICA

7) ¿Prefiere usted, materiales metalúrgicos o elementos de fijación importados desde países como China y Colombia?

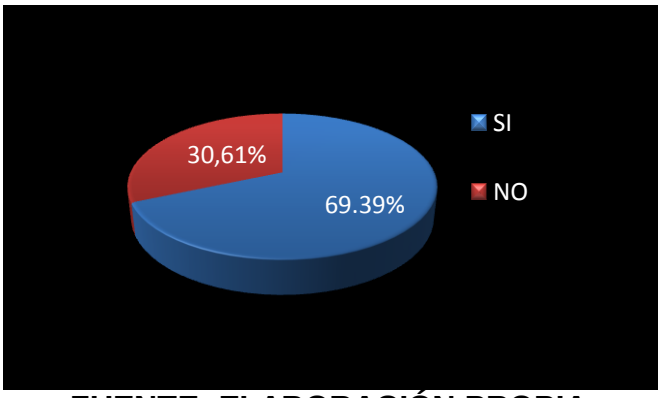
- Si
- No

CUADRO # 14

Opciones	Categorías	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa %
1	SI	68	69,39
2	NO	30	30,61
Totales:		98	100.00%

FUENTE: ELABORACIÓN

GRÁFICO # 10



FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

INTERPRETACIÓN DE DATOS:

El estudio de la muestra indica que existe un alto índice de consumidores que prefieren los artículos Colombianos o de procedencia oriental, la causa es que estos dos países poseen un control estricto de calidad por artículo. Además poseen precios muy accesibles pero que garantizan la confiabilidad de su procedencia.

CAPÍTULO V

5. LA PROPUESTA

5.1 JUSTIFICACIÓN

La propuesta se encuentra totalmente justificada en el estudio realizado al amplio mercado quiteño, en especial el mercado meta el norte de Quito el cual se encontraría mayormente dedicado a la comercialización de material metalúrgico, esta es la información que revelarían las fuentes de una forma confiable y segura de acuerdo a las técnicas investigativas que se usa para el estudio de la muestra. Además en este país como en cualquier parte del mundo el material metalúrgico es completamente necesario para la elaboración y fabricación de maquinarias, partes automotrices, industrias metálicas, ensambladoras de carrocerías convirtiéndose en un mercado rentable bajo un sentido totalmente racional y económico.

También se debería considerar que la ciudad de Quito tiene un 20% de la población urbana con 1’422.273 habitantes. En esta ciudad metropolitana se comercializa el material metalúrgico en un mercado del 25% debido a la competencia actual de mercado. Además la distribución de la demanda metalúrgica en el área urbana corresponde a un 26% en la ciudad de Guayaquil por lo que se considera la de más alta ponderación.

5.2 MISIÓN

Ser un equipo de profesionales que brinde soluciones a la alta demanda potencial insatisfecha de piezas, compuesta a base de materiales metalúrgicos y de elementos de fijación dentro del mercado quiteño, con la finalidad de prepararnos para un desarrollo empresarial,

que ejecute proyectos y programas que permitan conocer la realidad de nuestro mercado para poder ser enfocados a la productividad de todo un desarrollo empresarial.

5.3 VISIÓN

Ser la empresa líder en el conocimiento del mercado metalúrgico, con un alto potencial humano y una adecuada técnica de posicionamiento correctamente capacitada para el desarrollo del país y el mundo, comprometidos con los más altos estándares de calidad.

5.4 POLÍTICAS

Mantener un sistema de calidad integral, el cual requiere el involucramiento y compromiso total de cada individuo de Mundial del Perno, para aportar lo mejor de sí mismo en cada uno de los productos y servicios. Buscando siempre la satisfacción del cliente y la manera de hacer mejor cada actividad que permita avanzar.

5.5 ESTRATEGIAS

5.5.1 MEZCLA DE MERCADOTECNIA

La mezcla de la mercadotecnia pertenece exclusivamente a la reconocida técnica de mercado denominada comúnmente como ”las cuatro P” o el “Mix del marketing”.

5.5.1.1 PRODUCTOS Y ACABADOS

Comercializamos productos de Línea y Especiales, en base a sus dibujos y las siguientes especificaciones:

- *TUERCA HEXAGONAL GRADO 2 ROSCA UNC.*
- *TUERCA HEXAGONAL GRADO 2 ROSCA UNF.*
- *TUERCA HEXAGONAL GRADO 5 ROSCA UNC.*
- *TUERCA HEXAGONAL GRADO 5 ROSCA UNF.*

- *TUERCA HEXAGONAL DIN 934 ROSCA MA.*
- *TUERCA HEXAGONAL DIN 934 ROSCA MB.*
- *TUERCAS ESPECIALES.*
- *ARANDELAS PLANAS EN PULGADAS.*
- *ARANDELAS PLANAS EN MILÍMETROS.*
- *ARANDELAS DE PRESIÓN EN PULGADAS.*
- *ARANDELAS DE PRESIÓN EN MILÍMETROS.*
- *REMACHES CIEGOS EN ALUMINIO (POP).*
- *TORNILLOS ESPECIALES.*
- *VARILLAS Y GANCHOS ESPECIALES.*

ACABADOS:

- *NATURAL.*
- *ZINCADO ELECTROLÍTICO.*
- *GALVANIZADO EN CALIENTE.*
- *PAVONADO.*

CUADRO #15

TUERCAS GRADO 2 Y GRADO 5		
MEDIDAS	GRAMOS X UNIDAD	UNIDADES X EMPAQUE
# 8	1.12	10.000
# 10	1.20	10.000
1/4"	3.14	14.000
5/16"	4.60	9,000
3/8"	6.44	5,800
7/16"	12.50	3,400
1/2"	15.80	2,500
5/8"	32.31	750
3/4"	53.63	430
1"	119.99	200
TUERCAS EN MILÍMETROS		
MEDIDAS	GRAMOS X UNIDAD	UNIDADES X EMPAQUE
M4	1.12	10,000
M5	1.20	10,000

M6	3.14	14,000
M8	4.60	9,000
M10	10.40	4,000
M12	15.80	2,500
ARANDELAS PLANAS EN PULGADAS		
MEDIDAS		
TODAS		EMPAQUE DE 25 Kg.
ARANDELAS DE PRESIÓN EN PULGADAS:		
MEDIDAS		UNIDADES X EMPAQUE
1/8		10,000
5/32		10,000
3/16		10,000
1/4		5,000
5/16		3,000
3/8		2,000
7/16		1,000
1/2		1,000
9/16		500
5/8		500
3/4		300
7/8		200
1		200
ARANDELAS DE PRESIÓN EN MILÍMETROS:		
MEDIDAS		UNIDADES X EMPAQUE
M5		10,000
M6		5,000
M8		3,000
M10		2,000
M12		1,000
M14		1,000
M16		500
M18		300
M20		200
M22		200
M24		200

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

5.5.1.2 MARCA Y LOGOTIPO

IMAGEN # 1

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

DISEÑO Y EMPAQUE

El diseño de empaque depende de lo que sea requerido por los clientes, para medidas que pasen de cientos será empacado en fundas plásticas resistentes en la que se detalla el producto, medida y la empresa que somos nosotros, cuando sea una medida mayor a cientos de miles será en grandes cartones donde también se detalla su peso medida.

IMAGEN # 2

FUENTE: 1214 X 1213 – PAPELERADAMIAN.COM

5.5.1.3 PRECIO

El precio dependerá del costo de cada artículo en algunos artículos es de 0.07 ctvs., y llegaría a venderse hasta en 0.12ctvos esto genera una utilidad del 30 al 35 % por artículo. El cálculo de esa utilidad depende no solo del valor de cada unidad vendida al por mayor, también

depende de agregar los costes de tener uno o varios puestos o cargos, donde su actividad sea el de corregir los defectos o fallas, que pueden ser administrativas, procesos, reparaciones, reclamos, entre otros. Es una técnica muy utilizada y de acuerdo con la naturaleza y metodología a utilizar es una herramienta valiosa para el cálculo.

PRECIO POR DEFECTO

El precio por defecto consiste en tomar el costo promedio por incumplimiento y posteriormente multiplicarlo por el número de incumplimientos sucedidos.

CONFIGURACIÓN DE LA COMERCIALIZACIÓN

La comercialización de cada artículo se hace en forma directa evitando así extender créditos, confiamos más en una venta directa sin terceros; pero como una posibilidad de tardo plazo o crédito se podría extender a los clientes más cercanos o reconocidos para nuestra empresa, con 30 días plazo con factura en prenda, caso contrario se extendería a términos legales contando con asesoramiento jurídico desde el inicio de cada actividad comercial.

CUADRO #16

PRECIOS DE INVENTARIO DE LOS MATERIALES PRINCIPALES

TORNILLO A-325 1/2 X 2 1/4 (CASI AGOTADO)	$	1.80
TORNILLO A-325 1/2 X 2 1/2	$	2.00
TORNILLO A-325 1/2 X 3	$	2.25
TUERCA 1 1/8" GRADO 5 STD.	$	8.22
TUERCA 2H 1 3/8 CON 6 Y 8 HILOS X PULG.	$	16.99
ARANDELA F436 1 3/8	$	3.44
TORNILLO GRADO 5 1 1/8 X 3 1/2 CUERDA STD.	$	14.99

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

5.5.1.4 PLAZA

"El mundial del Perno" se ubicaría en Calderón, barrio san Camilo, calle Viteri 581 zona norte de Quito, su ubicación seria de forma estratégica a causa de la gran mayoría de empresas de ensamblaje vehicular se encuentran ubicadas mayormente en las zonas norte y centro de Quito. En este sitio es exclusivo para los clientes que deseen visitar y conocer directamente de los artículos y la perfecta procedencia de cada uno motivando así al cliente a una mayor seguridad por cada adquisición. Cuentan con un equipo para roscado de productos con características especiales en material, dureza y longitud. La perfecta atención es lo q hará de la tienda prospere en el mercado.

IMAGEN #3

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN

- Distribución del producto de venta al por mayor, puesto que la empresa adquiere en su mayoría grandes cantidades que logran abastecer incluso a los principales competidores.
- Otra forma de distribuirlo es mediante la adquisición unitaria, la cual podrá ser adquirido donde está ubicado la venta del producto.
- Cuentan con el servicio de máquina de acero calibrado, con un extenso surtido de tornillos.

- Se garantiza todos los tornillos, ya que se someten a un estricto proceso de tensión, comprensión y elongación, de hasta 50 toneladas.

DISTRIBUCIÓN

- Para atender al extenso mercado, contamos con:
- 4 vendedores internos
- 8 vendedores externos

5.5.1.5 PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

Se ha puesto en consideración aminorar los precios que sean pasados del ciento, en tuercas de medidas como tuerca 1 1/8" GRADO 5 STD**.** En lo que se refiere a la promoción y publicidad la empresa proveedora de materiales metalúrgicos y elementos de fijación se encarga en hacer llegar con cada pedido, material promocional para cada uno de sus clientes, principalmente:

CUADRO# 17

PLAN DE MEDIOS PUBLICITARIOS

MEDIOS	**PAUTA COMERCIAL**	**COSTO POR PAUTA**
(MEDIOS ATL) PRENSA: • Publicidad escrita en el diario El Comercio. "sección comercial"	**Nº DE IMPACTOS** • 1 Columna 4.6 ancho x 8.22 alto. • #1 impacto día Domingo.	Costo: $ 320,00
(MEDIOS BTL) • Volantes publicitarios.	• 20cm (ancho) x 10 cm (alto) • # 2000 lanzados	Costo:$ 1.000,00
• Tarjetas de presentación	• 10cm (ancho) x 5 cm (alto) • #500 tarjetas	Costo: $ 680,00
TOTAL	**PUBLICIDAD MENSUAL**	**Costo $ 2.000,00**

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

IMAGEN #4

VOLANTES DE PRESENTACIÓN

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

IMAGEN #5

TARJETA DE PRESENTACIÓN

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

- Rebajas a clientes ya tradicionales, las más importantes serán a clientes que hagan grandes desembolsos en el inventario de mercadería.

- Otra forma de promocional los artículos es por medio de la antigua técnica del merchandising.

- En este punto también es importante recalcar que no acudirán a las antiguas técnicas de promoción de dos artículos por el costo de uno, debido a que importar cada artículo desde Colombia y China, tiene sus costes y no se puede desperdiciar la mercadería solo por mayor atracción de ventas.

SÍNTESIS FINANCIERA DE LA PROPUESTA

En el presente estudio se ha valorado todas las alternativas que ayudan a la viabilidad del proyecto, Esto es solo un estimado proyectado en relación a ventas o ingresos, pero existe mayor exactitud en cuanto a los egresos como costos y salarios.

Se ha proyectado una venta anual de $593.820, la utilidad neta sigue siendo rentable para el proyecto que cuenta con un capital inicial de respaldo en los primeros 6 meses de $ 140.542 (Presupuesto de inversión inicial).

En el estudio realizado donde se determina la recuperación del capital invertido inicialmente por los socios, más conocido como punto de equilibrio determino lo siguiente: La tasa de retorno es de un 43%, superando así la tasa requerida para el éxito del proyecto y el Valor actual neto es de $276.745. Este proyecto posee una perfecta viabilidad económica para seguir en funcionamiento.

PRESUPUESTOS

CUADRO # 18

PRESUPUESTO DE VENTAS

Presupuesto de Ingresos (artículos de menor y mayor costo)

Ingresos	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Días laborables	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
adquisición diaria de tornillos A-325 1/2 X 2 1/2	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	4800
PVP	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	2,00	
Total Ingresos	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	24.000	288.000
Días laborables	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Producción diaria de tuercas 2H 1 3/8 CON 6 Y 8 HILOS X PULG.	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
PVP	16,99	16,99	16,99	16,99	16,99	16,99	16,99	16,99	16,99	16,99	16,99	16,99	
Total Ingresos de ingresos	25.485	25.485	25.485	25.485	25.485	25.485	25.485	25.485	25.485	25.485	25.485	25.485	305.820
Total Ingresos US$	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**593.820**

FUENTE: EMPRESA MUNDIAL DEL PERNO

CUADRO # 19

PRESUPUESTO DE COSTOS DIRECTOS

Costos Directos	Costo Unit.	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US$
Tornillos A-325 1/2 X 2 1/2	0,80	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	9.600	15.200
impuestos y transporte	0,4	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800	57.600
Total Costos Directos US$	1,2	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	14.400	172.800

Costos Directos	Costo Unit.	49485	49485	49485	49485	49485	49485	49485	49485	49485	49485	49485	49485	593820
Tornillos	6,8	10.200	10.200	10.200	10.200	10.200	10.200	10.200	10.200	10.200	10.200	10.200	10.200	122.400
impuesto y transporte	3,4	5.100	5.100	5.100	5.100	5.100	5.100	5.100	5.100	5.100	5.100	5.100	5.100	61.200
Total Costos Directos US$	10,2	15.300	15.300	15.300	15.300	15.300	15.300	15.300	15.300	15.300	15.300	15.300	15.300	183.600
Total Costos Directos US$	**11,4**	**29.700**	**29.700**	**29.700**	**29.700**	**29.700**	**29.700**	**29.700**	**29.700**	**29.700**	**29.700**	**29.700**	**29.700**	**356.400**

FUENTE: EMPRESA MUNDIAL DEL PERNO

CUADRO# 20

PRESUPUESTO DE GASTOS DEL PERSONAL

Gastos de Personal	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US$
Administrador (socio 1)	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	500.00	6.000
Empleado 1	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	3.816
Empleado 2	318,00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	318.00	3.816
SUBTOTAL DE SUELDOS	1136	1136	1136	1136	1136	1136	1136	1136	1136	1136	1136	1136	13.632
Beneficios Sociales	484,69	484,69	484,69	484,69	484,69	484,69	484,69	484,69	484,69	484,69	484,69	484,69	5.816
Total Gastos de Personal US$	**2.757**	**2.757**	**2.757**	**2.757**	**2.757**	**2.757**	**2.757**	**2.757**	**2.757**	**2.757**	**2.757**	**2.757**	**33.084**

Empresa	**MUNDIAL DEL PERNO**
IVA	12%
Moneda	US$
Comisiones en Ventas	30%
SUELDOS	1136,00
DÉCIMO TERCERO	94,67
DÉCIMO CUARTO	110,00
VACACIONES	47,33
FONDO DE RESERVA	94,67
APORTE PATRONAL	138,02
BENEFICIOS SOCIALES	484,69

FUENTE: EMPRESA MUNDIAL DEL PERNO

CUADRO# 21

PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS

Gastos Administrativos	Costo Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US$
Agua	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	130
Luz	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	650
Constitución y arreglos	1440													1.440
Caja Chica	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	260
Marketing y Publicidad	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	2.000	26.000
Arriendo del Local	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	700	9.100
Total Gastos Administrativos US$	**4.220**	**2.780**	**2.780**	**2.780**	**2.780**	**2.780**	**2.780**	**2.780**	**2.780**	**2.780**	**2.780**	**2.780**	**2.780**	**37.580**

FUENTE: EMPRESA MUNDIAL DEL PERNO

CUADRO# 22

PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS Y DE INVERSIÓN INICIAL

Activos Fijos	Cantidad	Costo Hist.	Total AF	Meses Deprec.	Deprec. Mensual	Deprec. Anual
Vehículo (camionetas para la venta)	2	10.000	20.000	240	83	1.000
Total Activos Fijos US$		**10.000**	**20.000**		**83**	**1.000**

Presupuesto Inversión Inicial		
		US$
Activos Fijos		20.000
Gastos Administrativos	6	17.400
Gastos de Personal	6	16.542
Otros Varios		200
Capital de Trabajo	6	86.400
Total Presupuesto Inversión Inicial US$		**140.542**
Financiamiento		
Propio	45%	63.243,90
Préstamo	55%	77.298,10

Interés	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total U$S
Interés	740,77	731,58	722,30	712,93	703,47	693,92	684,28	674,55	664,72	654,80	644,78	634,67	8.262,77
Total Intereses U$$	**740,77**	**731,58**	**722,30**	**712,93**	**703,47**	**693,92**	**684,28**	**674,55**	**664,72**	**654,80**	**644,78**	**634,67**	**8.262,77**

FUENTE: EMPRESA MUNDIAL DEL PERNO

CUADRO# 23

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Estado de Resultados Proyectado

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US$
Ingresos	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	593.820
(-) Costos Directos	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	356.400
Margen Bruto	**19.785**	**19.785**	**19.785**	**19.785**	**19.785**	**19.785**	**19.785**	**19.785**	**19.785**	**19.785**	**19.785**	**19.785**	**237.420**
Gastos Operacionales													
Gastos de Personal	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	33.084
Gastos Administrativos	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	34.800
Depreciación	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	83	1.000
Interés	741	732	722	713	703	694	684	675	665	655	645	635	8.263
Total Gastos Operacionales	**6.481**	**6.472**	**6.463**	**6.453**	**6.444**	**6.434**	**6.425**	**6.415**	**6.405**	**6.395**	**6.385**	**6.375**	**77.147**
Margen Neto	**13.304**	**13.313**	**13.322**	**13.332**	**13.341**	**13.351**	**13.360**	**13.370**	**13.380**	**13.390**	**13.400**	**13.410**	**160.273**

FUENTE: EMPRESA MUNDIAL DEL PERNO

CUADRO# 24

FLUJO DE CAJA (CASH FLOW)

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total US$
Saldo inicial Caja	**140.542**	**153.929**	**167.326**	**180.731**	**194.146**	**207.571**	**221.005**	**234.449**	**247.902**	**261.365**	**274.839**	**288.322**	**140.542**
Ingresos													
Cobranzas	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	49.485	**593.820**
Financiamiento Bancos													
Total Ingresos	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**49.485**	**593.820**
Egresos													
Costos Directos	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	29.700	**356.400**
Gastos de Personal	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	2.757	**33.084**
Gastos Administrativos	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	2.900	**34.800**
Interés	740,77	731,58	722,30	712,93	703,47	693,92	684,28	674,55	664,72	654,80	644,78	634,67	**8262,77**
Total Egresos	**36.098**	**36.089**	**36.079**	**36.070**	**36.060**	**36.051**	**36.041**	**36.032**	**36.022**	**36.012**	**36.002**	**35.992**	**432.547**

FUENTE: EMPRESA MUNDIAL DEL PERNO

CUADRO # 25 EVALUACION ECONOMICA FINANCIERA

Evaluación Económica Financiera							
		Tasa de crecimiento del negocio	15%	15%	15%	15%	
	0	1	2	3	4	5	Total
Inversión Inicial	(140.542)						
Ingresos		**593.820**	**682.893**	**785.327**	**903.126**	**1.038.595**	**4.003.761**
(-) Costos Directos		356.400	409.860	471.339	542.040	623.346	2.402.985
(=) Margen Bruto		**237.420**	**273.033**	**313.988**	**361.086**	**415.249**	**1.600.776**
	Inflación		**4%**	**4%**	**4%**	**4%**	
Gastos Operacionales							
Gastos de Personal		33.084	34.407	35.784	37.215	38.704	179.194
Gastos Administrativos		34.800	36.192	37.640	39.145	40.711	188.488
Depreciación de Act. Fijos		1.000	1.040	1.082	1.125	1.170	5.416
Total Gastos Operacionales		**68.884**	**71.639**	**74.505**	**77.485**	**80.585**	**373.098**
Margen Operacional		**168.536**	**201.394**	**239.483**	**283.601**	**334.665**	**1.227.678**
Part. Trabajadores	15%	25.280	30.209	35.922	42.540	50.200	**184.152**
Impuesto a la Renta	25%	42.134	50.348	59.871	70.900	83.666	**306.920**
Margen Neto		**101.122**	**120.836**	**143.690**	**170.161**	**200.799**	**736.607**
(+) Depreciación		1.000	1.040	1.082	1.125	1.170	5.416
Flujo de Efectivo Neto		**102.122**	**121.876**	**144.771**	**171.285**	**201.969**	**742.023**
Valor Actual del Flujo de Efectivo		**85.101**	**84.636**	**83.780**	**82.603**	**81.167**	**417.287**

FUENTE: EMPRESA MUNDIAL DEL PERNO

CUADRO # 26

INDICADOR ECONOMICO

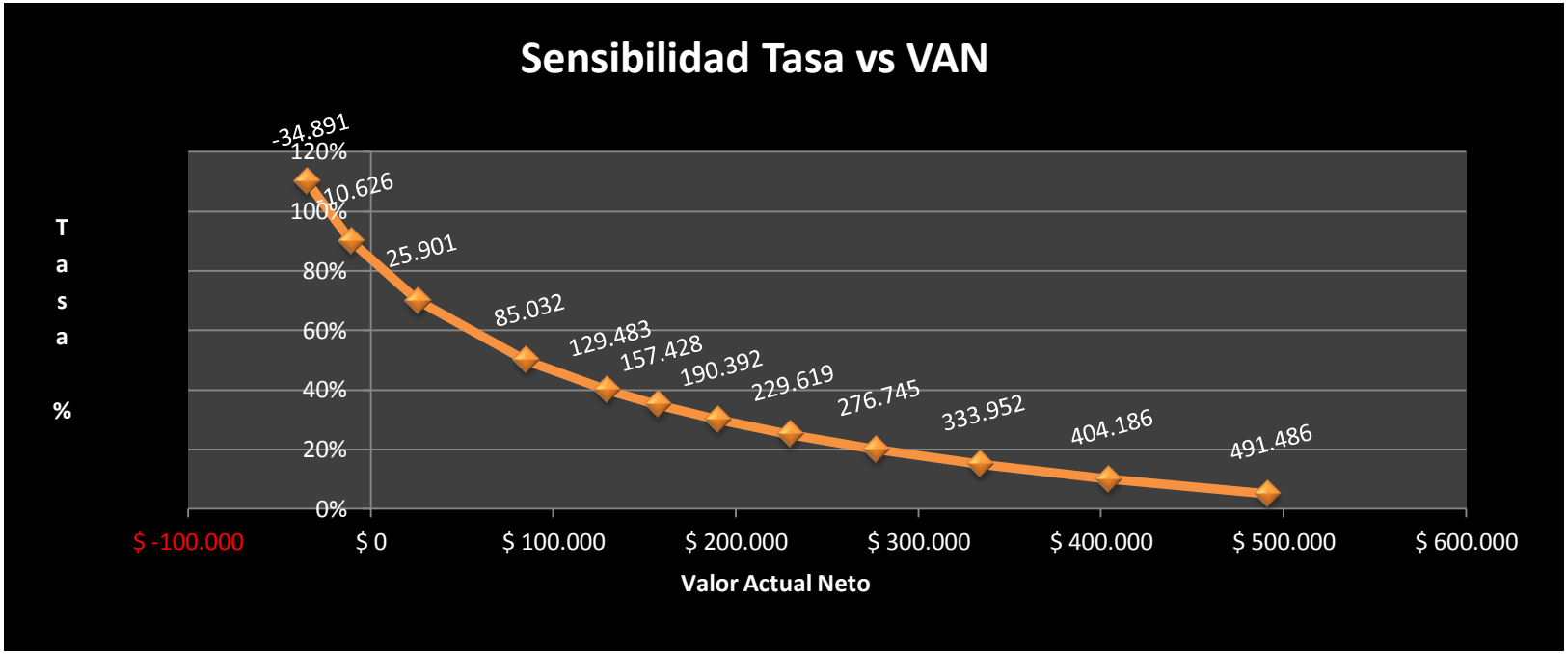
Tasa Requerida	**20%**	
Resumen de la Evaluación		
Total Valor Actual del Flujo de Efectivo		417.287
Inversión Inicial		(140.542)
Valor Actual Neto		**276.745**
	Prueba ME	276.745 0
Tasa Interna de Retorno		**43%**

Es viable el Proyecto

La tasa de rendimiento que genera el presente proyecto SI es adecuada y **SI** cumple las expectativas de los inversionistas

FUENTE: EMPRESA MUNDIAL DEL PERNO

GRAFICO # 11
SENSIBILIDAD TASA vs VAN



FUENTE: EMPRESA MUNDIAL DEL PERNO

CUADRO # 27

TABLA DE FINANCIAMIENTO DEL INTERÉS POR DEUDA DE PRÉSTAMOS BANCARIOS PARA EL PROYECTO

0				**77.298,1O**
1	$ 1.699,99	$ 959,21	$ 740,77	$ 76.338,89
2	$ 1.699,99	$ 968,41	$ 731,58	$ 75.370,48
3	$ 1.699,99	$ 977,69	$ 722,30	$ 74.392,79
4	$ 1.699,99	$ 987,06	$ 712,93	$ 73.405,74
5	$ 1.699,99	$ 996,52	$ 703,47	$ 72.409,22
6	$ 1.699,99	$ 1.006,07	$ 693,92	$ 71.403,16
7	$ 1.699,99	$ 1.015,71	$ 684,28	$ 70.387,45
8	$ 1.699,99	$ 1.025,44	$ 674,55	$ 69.362,01
9	$ 1.699,99	$ 1.035,27	$ 664,72	$ 68.326,74
10	$ 1.699,99	$ 1.045,19	$ 654,80	$ 67.281,56
11	$ 1.699,99	$ 1.055,21	$ 644,78	$ 66.226,35
12	$ 1.699,99	$ 1.065,32	$ 634,67	$ 65.161,03
13	$ 1.699,99	$ 1.075,53	$ 624,46	$ 64.085,51
14	$ 1.699,99	$ 1.085,83	$ 614,15	$ 62.999,67
15	$ 1.699,99	$ 1.096,24	$ 603,75	$ 61.903,43
16	$ 1.699,99	$ 1.106,75	$ 593,24	$ 60.796,69
17	$ 1.699,99	$ 1.117,35	$ 582,63	$ 59.679,33
18	$ 1.699,99	$ 1.128,06	$ 571,93	$ 58.551,27
19	$ 1.699,99	$ 1.138,87	$ 561,12	$ 57.412,40
20	$ 1.699,99	$ 1.149,78	$ 550,20	$ 56.262,62
21	$ 1.699,99	$ 1.160,80	$ 539,18	$ 55.101,82
22	$ 1.699,99	$ 1.171,93	$ 528,06	$ 53.929,89
23	$ 1.699,99	$ 1.183,16	$ 516,83	$ 52.746,73
24	$ 1.699,99	$ 1.194,50	$ 505,49	$ 51.552,23
25	$ 1.699,99	$ 1.205,94	$ 494,04	$ 50.346,29
26	$ 1.699,99	$ 1.217,50	$ 482,49	$ 49.128,79
27	$ 1.699,99	$ 1.229,17	$ 470,82	$ 47.899,62
28	$ 1.699,99	$ 1.240,95	$ 459,04	$ 46.658,67
29	$ 1.699,99	$ 1.252,84	$ 447,15	$ 45.405,83
30	$ 1.699,99	$ 1.264,85	$ 435,14	$ 44.140,98

31	$ 1.699,99	$ 1.276,97	$ 423,02	$ 42.864,01
32	$ 1.699,99	$ 1.289,21	$ 410,78	$ 41.574,80
33	$ 1.699,99	$ 1.301,56	$ 398,43	$ 40.273,24
34	$ 1.699,99	$ 1.314,03	$ 385,95	$ 38.959,21
35	$ 1.699,99	$ 1.326,63	$ 373,36	$ 37.632,58
36	$ 1.699,99	$ 1.339,34	$ 360,65	$ 36.293,24
37	$ 1.699,99	$ 1.352,18	$ 347,81	$ 34.941,06
38	$ 1.699,99	$ 1.365,13	$ 334,85	$ 33.575,93
39	$ 1.699,99	$ 1.378,22	$ 321,77	$ 32.197,71
40	$ 1.699,99	$ 1.391,43	$ 308,56	$ 30.806,28
41	$ 1.699,99	$ 1.404,76	$ 295,23	$ 29.401,52
42	$ 1.699,99	$ 1.418,22	$ 281,76	$ 27.983,30
43	$ 1.699,99	$ 1.431,81	$ 268,17	$ 26.551,49
44	$ 1.699,99	$ 1.445,53	$ 254,45	$ 25.105,95
45	$ 1.699,99	$ 1.459,39	$ 240,60	$ 23.646,57
46	$ 1.699,99	$ 1.473,37	$ 226,61	$ 22.173,19
47	$ 1.699,99	$ 1.487,49	$ 212,49	$ 20.685,70
48	$ 1.699,99	$ 1.501,75	$ 198,24	$ 19.183,95
49	$ 1.699,99	$ 1.516,14	$ 183,85	$ 17.667,81
50	$ 1.699,99	$ 1.530,67	$ 169,32	$ 16.137,14
51	$ 1.699,99	$ 1.545,34	$ 154,65	$ 14.591,80
52	$ 1.699,99	$ 1.560,15	$ 139,84	$ 13.031,65
53	$ 1.699,99	$ 1.575,10	$ 124,89	$ 11.456,55
54	$ 1.699,99	$ 1.590,19	$ 109,79	$ 9.866,36
55	$ 1.699,99	$ 1.605,43	$ 94,55	$ 8.260,92
56	$ 1.699,99	$ 1.620,82	$ 79,17	$ 6.640,10
57	$ 1.699,99	$ 1.636,35	$ 63,63	$ 5.003,75
58	$ 1.699,99	$ 1.652,03	$ 47,95	$ 3.351,72
59	$ 1.699,99	$ 1.667,87	$ 32,12	$ 1.683,85
60	$ 1.699,99	$ 1.683,85	$ 16,14	$ -0,00

FUENTE: BANCO PICHINCHA

CAPÍTULO VI

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Una vez evaluados e interpretados los resultados, se observa gran aceptación y amplia demanda de estos artículos elaborados en base a materiales metalúrgicos y elementos de fijación. Por lo que se concluye que la mayor calidad en confort y presentación la tienen países como Colombia y China, que son de donde se realiza la mayor parte de pedidos para la empresa.

Otro punto importante a concluir que cabe recalcar, es la dependencia que podría existir de los competidores hacia la empresa, la principal causa que hace esto posible es el escaso conocimiento de los mejores proveedores a nivel internacional que abastecen el inventario, este hecho los debilita y mantiene relativamente una codependencia hacia "El mundial del Perno". En un futuro cercano esto brindara la posibilidad de ya no abastecerlos a ellos si no directamente cubrir las necesidades de sus carteras de clientes. Se Concluye finalmente que Quito es un gran mercado potencial más aun su parte norte por la cercanía de empresas que necesitan de este material, ya sea porque se dedican a ensamblar vehículos o distribuirlos libremente; pero que no solo de la ubicación o excelente inventario que se posee depende del éxito como empresa distribuidora de este material tan utilizado en diferentes áreas. El saber llevar un excelente estudio de mercado y conocer realmente las necesidades de los consumidores y su preferencias reales ayudan a posicionarse en un mercado, la publicidad y al experiencia también juega un papel muy importante en el éxito de una empresa joven.

6.2 RECOMENDACIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Se recomienda tener un inventario de artículos que varíen en diseños vanguardistas, como nuevos modelos de pernos que aunque poseen costos relativamente superiores son de gran utilidad en las empresas. No se debe adquirir a sus fabricantes, artículos que sean fabricados sin controles estrictos de calidad, pues aunque exista comodidad y atractivo en sus precios, pero su mala calidad solo termina perjudicando a la empresa distribuidora del mismo.

También se debe estudiar el mercado constantemente, ya que todo mercado es relativamente cambiante en un 9% - 30% del total de la suma de mandas o pedidos de sus clientes. Difundiendo la información sobre el producto y prestando los servicios de consultoría a los clientes, se está realizando un servicio de control de calidad post- venta, el cual hoy en día se encuentra totalmente comprobado que logra complacer y captar la atención de un cliente, satisfaciendo así no solo su demanda material sino también su deseo de consumo. También se debería promover a los clientes el hacer sus pedidos por medio de tienda en línea, que podría crearse con un programador de cómputos por medio de la web.

Se recomienda estructurar una propuesta técnica, legal y administrativa, que determine la localización adecuada del proyecto, proceder también a determinar el tamaño óptimo de las instalaciones y finalmente identificar las necesidades de infraestructura, equipos, materiales, y mano de obra que se requiera, diseñando una estructura organizativa y eficiente. Las recomendaciones sirven para mejorar el margen de error continuo que podría existir para desviar la viabilidad o factibilidad de la propuesta dentro de la investigación mercadológica hasta en un 60 % con mayor aceptación. La dimensión del porcentaje depende de la suma de críticas constructivas adquiridas a lo largo de proceso investigativo y permiten el mejoramiento continuo de la empresa.

BIBLIOGRAFÍA UTILIZADA EN ESTE ESTUDIO

AUTORES:

ALU-STOCK S.A, p 10.2, 2010

WT/TPR/S 265, p. 38, A. 2008

Ley de cía., #2, Art 139

PAGINAS WEB

Amaspro Inc., 2011, www: http://www.amaspro.com

Argentinatradenet.gov.ar, 2011

www.Camara de Comercio de Quito,

Telf.: 593-2 2443787 Ext. 235, 2012)

www.quito.gob.ec, patentes, 2012

www.sri.gov.ec

ENLACES EXTERNOS

Enciclopedia de los Oficios historia de la metalúrgica y sus usos, Ediciones S.A. Distribuye Josak. Tels. 215 76 44 y 2 56 46 23.

CENTROS DE INFORMACIÓN DISPONIBLES

Biblioteca del Banco Central del Ecuador, sede Quito.

Banco Central del Ecuador, informe 2006, consultado el 29/10/09

Instituto Ecuatoriano de Estadística y Censos año 2006, consultado 29/10/09

Congreso Nacional- 1993, Denominación oficial de Quito, A. 30/09/2009

REFERENCIAS

Germán Vargas para Diario el Universo (2008). Proveedor de Impor

Pernos S.A

Carlos Gualoto vendedor ejecutivo (2011) de Madesa

Aspirante Luis Óyela R, Benemérito cuerpo de Bomberos, 2012

Notaria Francisca Sánchez, Quito, 2012

Lcda. Laura Castro, Registro Mercantil, atención al público

Ing. Karla Ortiz, IEPI, atención general

Lcdo. Raúl Pardo, El Comercio, Redactor de medios)

María Molestina Z, Boletín del Instituto Francés de Estudios Andinos, A. 2006

ANEXOS

Encuesta aplicada para cuantificar el consumo de material.

Instrumento: de investigación aplicada a diferentes empresas, acerca de sus preferencias al momento de adquirir artículos elaborados con materiales metalúrgicos y elementos de fijación en el Norte de Quito.
Objetivo: conocer las verdaderas necesidades detrás de la compra de este producto, y su difícil adquisición para reales competidores de nuestra empresa.
I**nstructivo**: lea, analice y responda cada pregunta planteada. Gracias

INFORMACIÓN GENERAL

1.- ubicación geográfica empresarial del informante:

- Norte
- Centro
- Sur

2.- Edad del informante:

- 20-25
- 26-35
- Más de 36

3.- Nivel adquisitivo del poder que posee su demanda comercial parcialmente:

- Mayorista (empresa)
- Minorista (ferretería)
- Consumo (Personal)

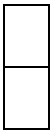
INFORMACIÓN ESPECÍFICA

1.- ¿Qué tipo de proveedor de materiales metalúrgicos prefiere usted, para el uso o comercialización de los mismos?

- CASTILLO HERMANOS
- IMPOR PERNOS
- IMPORTADORA ORBEA
- OTROS

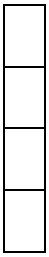
2.- ¿Se siente usted, conforme con la marca actual de proveedor que usted utiliza?

- Si
- No



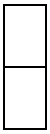
3.- ¿Que es lo primero que usted toma en consideración, al momento de la compra de este material?

- Su calidad
- Su presentación
- Su precio
- Todas las anteriores



4.- ¿Estaría de acuerdo usted, a experimentar con un nuevo proveedor que tenga la experiencia en todo tipo de material metalúrgicos y de fijación y le brinden la seguridad que necesita?

- Si
- No

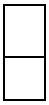


5.- ¿Con que frecuencia realiza usted, la compra de materiales metalúrgicos como los pernos?

- Habitualmente
- Ocasionalmente
- Escasamente

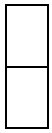
6.- ¿Alguna vez ha sufrido usted, algún tipo de percance en sus compras adquiriendo materiales metalúrgicos a altos precios y de mala calidad?

- Si
- No



7.- ¿Prefiere usted, materiales metalúrgicos o elementos de fijación importados desde países como China y Colombia?

- Si
- No



ANEXO 2.-

REQUESITO DEL BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE QUITO

10. Copia del Nombramiento del representante Legal de la Compañía

11. Toda esta información se la receptara en 2 carpetas con los documentos debidamente organizados

12. Dos CD´s que contenga la información digital de los planos del proyecto en el programa Autocad 2008. El Departamento de Ingeniería y Proyectos establecerá en dichos planos, el sistema contra incendios, motivo por el cual dicho respaldo digital (planos) deberá estar libre de todo tipo de bloqueo de escritura o en su defecto ser enviado con sus respectivas referencias.

INGRESO DE URBANIZACIONES

1. Solicitud de Registro de Urbanización.

2. Copias de cédula del Propietario o Representante Legal y del Responsable Técnico de la Obra.

3. Copia del RUC. de la Compañía o persona natural.

4. Copia del Nombramiento vigente del Representante Legal de la Compañía

5. Un juego de planos arquitectónicos debidamente firmados por el propietario y Responsable Técnico.

En el mencionado plano debe constar:

- Ubicación exacta del predio a urbanizar a escala conveniente.
- Plano de distribución de los lotes con ubicación del área comunal vendible, áreas cedidas al Municipio (áreas verdes o recreativas) y sistema vial.
- Vías circundantes y ubicación de los hidrantes propios de la urbanización y los más cercanos.
- Cuadro de áreas a urbanizar incluyendo además el porcentaje máximo de construcción de las viviendas, del área comunal vendible, número de plantas de viviendas.

6. En caso de existir cruce de tendidos de energía eléctrica de alta tensión o accidentes geográficos como ríos, quebradas o taludes que inciden en el diseño del proyecto, deberán constar en el plano.

7. Plano de la red de Distribución de Agua Potable con la ubicación exacta de los hidrantes propios de la urbanización (Incluido memoria). Dicho proyecto contará con la aprobación de la Empresa correspondiente y estará bajo la responsabilidad de un profesional, ya sea un arquitecto o Ingeniero civil.

8. Toda esta información se la receptará en 2 carpetas con los documentos debidamente organizados.

9. Dos CD´s que contengan la información digital de los planos del proyecto en el programa Autocad 2008. El Departamento de Ingeniería y Proyectos establecerá en dichos planos, el sistema contra Incendios, motivo por el cual dicho respaldo digital (planos) deberá estar libre de todo tipo de bloqueo de escritura o en su defecto ser enviado con sus respectivas referencias.

INGRESO DE CONJUNTOS RESIDENCIALES

1. Tasa única por Servicios Administrativos (54.00).

2. Copias de cédulas del Propietario o Representante Legal, y del Responsable Técnico de la Obra.

3. Copia del RUC. de la Compañía o persona natural.

4. Copia del nombramiento vigente del representante de la Compañía

5. Un juego de planos arquitectónico en el que conste: Implantación general de la vivienda con el diseño tipo, debidamente firmado por el Propietario o Representante Legal; y por el Profesional Responsable de la Obra.

6. Un Juego de planos de la Red de Distribución de Agua Potable con ubicación de los hidrantes propios del conjunto residencial y los más cercanos (incluido memoria). Dicho proyecto contará con la aprobación de la Empresa correspondiente y estará bajo la responsabilidad de un profesional, ya sea un arquitecto o Ingeniero civil.

7. Dos CD´s que contengan la información digital de los planos del proyecto en el programa Autocad 2008. El Departamento de Ingeniería y Proyectos establecerá en dichos planos, el sistema contra Incendios, motivo por el cual dicho respaldo digital (planos) deberá estar libre de todo tipo de bloqueo de escritura o en su defecto ser enviado con sus respectivas referencias.

ATENCIÓN DE EMERGENCIAS CENTRAL LLAMADAS

Para atender los llamados de auxilio que se presentan a diario en nuestra ciudad, contamos con una moderna Central de Alarmas y comunicaciones, en la que se receptan y verifican las llamadas emergentes que se realizan a través del 102 (número de emergencia de Bomberos), para posteriormente coordinar las labores interinstitucionales de salvamento y atención de la emergencia. Los llamados de auxilio receptados por el 102 no solo son para combatir incendios, sino también para atender accidentes de todo tipo: rescate en estructuras colapsadas, vehículares, ascensores, atención pre-hospitalaria, traslados en nuestras ambulancias y emergencias por materiales peligrosos; por ello se crearon las siguientes divisiones:

QUITO DISTRITO METROPOLITANO

SOLICITUD DE CAPACITACION

A EMPRESAS O PERSONAS NATURALES

Para formación de equipos brigadas contra incendios u otras capacitaciones para personas particulares o empresas, podrán adquirir información sobre costos de los mismos según la entidad solicitante y horarios en la Academia de Bomberos al Telf.: 3011161
Para solicitar el servicio deben de dirigir un oficio al Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil ubicado en las calles 9 de Octubre 607 y Escobedo.

FORMACIÓN DE BOMBEROS VOLUNTARIOS

El requisito para formar parte del B.C.B.G como Bombero Voluntario es de aprobar el curso de Ingreso dictado por la Academia de Bomberos ubicado en el Km 30.5 Vía Perimetral, Campus Gustavo Galindo Velasco ESPOL (Diagonal a la Facultad de Ingeniería Eléctrica).
Los requisitos para el curso son los siguientes:
- Copia de Cédula de identidad o Copia de Cédula Militar (varones)
- Dos Certificados de Honorabilidad
- Record Policial
- Curriculum Vitae y Tres Fotos.
- Tipo de Sangre
- Donar Sangre en Cla. B.C.B.G. a la Cruz Roja - Telf.: 2-220613.

BRIGADISTA VOLUNTARIO EN PREVENCIÓN DE INCENDIOS

CUERPO DE BOMBEROS
DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO

INFORMATIVO
A LA COMUNIDAD

www.bomberosquito.gob.ec

SERVICIOS DE LA OFICINA TECNICA DE PREVENCIÓN DE INCENDIOS

OTPI se encarga de ejecutar actividades de inspección y asesoramiento técnico sobre normas contra incendios. Nuestros centros de atención son los siguientes: Escobedo y P. Icaza (Esquina), Lunes a Viernes en horarios de 8H30 -17H00. Edificio Las Cámaras, Av. Fco. de Orellana, Lunes a Viernes de 9H00 – 17H00. Los servicios que ofrece y los respectivos requisitos para cada uno de ellos son los siguientes:

OBTENCIÓN DE LA TASA POR SERVICIOS CONTRA INCENDIOS POR PRIMERA VEZ

1. Si el trámite lo realiza personalmente, deberá traer copia de la cédula de ciudadanía. En caso de que lo realice otra persona deberá adjuntar autorización por escrito conjuntamente con, fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quién autoriza y del autorizado.

2. Copia completa y actualizada del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
3. En caso de personas jurídicas deberán adjuntar copia del nombramiento vigente del Representante Legal.

4. Original y copia de la factura actualizada de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento (mínimo 5 libras) excepto para la venta de gas (mínimo 10 libras PQS).

5. - Original y copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.

6. Para venta de Gas, traer autorización de la Dirección de Hidrocarburos vigente.

7. Para venta o reparación de armas, traer autorización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas

RENOVACIÓN

1. Copia de la Tasa por Servicio Contra Incendios del año anterior o del último año pagado.

2. Copia completa del RUC (Registro Único de Contribuyente) donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.

3. Original y fotocopia de la factura de compra o recarga del extintor, la capacidad del extintor va en relación con la actividad y área del establecimiento.

4. Copia de la Calificación Artesanal en caso de ser artesano.

5. Adjuntar copia de la cédula de ciudadanía si el trámite lo realiza personalmente; o, autorización por escrito para la persona que realizará el trámite adjuntando fotocopia de las cédulas de ciudadanía de quien autoriza y del autorizado.

6. Para venta de Gas, traer autorización de la Dirección de Hidrocarburos vigente.

7. Para venta o reparación de armas, traer autorización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas.

8. Copia Nombramiento

PROCEDIMIENTO.- Una vez emitida la orden de pago en uno de nuestros Centros de Atención al Usuario, se podrá cancelar dichos valores en cualquier agencia del Banco de Guayaquil, debiendo posteriormente regresar con el original y copia de la papeleta de depósito que acredita el pago a la ventanilla de información en la cual se le asignara un inspector. Una vez realizada la visita del funcionario deberá acercarse a nuestras ventanillas para que se proceda a la elaboración y emisión de la Tasa por Servicio Contra Incendios correspondiente.

Si algún establecimiento ha recibido recomendaciones de Prevención Contra Incendios, deberá cumplirlas en el plazo señalado en la comunicación enviada, caso contrario, se aplicarán las sanciones correspondientes. Una vez que el establecimiento ha cumplido con las recomendaciones emitidas deberá solicitar la re inspección del local, a través de una especie valorada, por lo que una vez realizada la verificación, deberá acercarse a retirar la Tasa por Servicio Contra Incendios en las Ventanillas del Centro de Atención al Usuario.

Cuando la Tasa por Servicio Contra Incendios del año en curso ya ha sido emitida y el establecimiento cambia posteriormente de dirección o de actividad deberá solicitar el cambio requerido por medio de una especie valorada que cuesta $3.00 adjuntando la Tasa por Servicio Contra Incendios emitida y copia del R.U.C. actualizado. Una vez entregado estos requisitos un funcionario procederá con la inspección para la verificación de cumplimiento de las medidas de seguridad según el caso.

OBTENCIÓN DE LA TASA POR SERVICIO CONTRA INCENDIOS, PARA TRANSPORTE DE COMBUSTIBLE - GAS

PRIMERA VEZ
1. Copia de cédula de ciudadanía.

2. En caso de personas jurídicas, deberán adjuntar copia del Nombramiento vigente del Representante Legal

3. Copia de la matrícula del vehículo.

4. En caso de que el tramite lo realice otra persona distinta al titular, deberá adjuntar autorización por escrito conjuntamente con fotocopia de cédulas de identidad de quien autoriza y del autorizado

5. Original y Copia de la factura de compra o recarga del extintor.

6. Revisión del vehículo en el cuartel de Bomberos No. 1 "Geo Chambers Vivero" ubicado en la avenida de las Américas diagonal al Coliseo Cerrado en el horario de 09:00h a 13:00h, los días Martes y Jueves.

7. Certificado de Transportación de Gas de la Dirección Hidrocarburos vigente.

RENOVACIÓN
1. Copia de cédula de ciudadanía.

2. En caso de que el tramite lo realice otra persona distinta al titular, deberá adjuntar autorización por escrito conjuntamente con la fotocopia de cédulas de identidad de quien autoriza y del autorizado

3. Copia de la Tasa por Servicio contra Incendios del año anterior.

4. Copia de la matrícula del vehículo (en caso de cambio de vehículo).

5. Original y Copia de la factura de compra o recarga del extintor.

6. Revisión del vehículo o en el cuartel de Bomberos No. 1 "Geo Chamber Vivero" ubicado en la avenida de las Américas diagonal al Coliseo Cerrado en el horario de 09:00h a 13:00h los días Martes y Jueves.

7. Certificado de Transportación de Gas de la Dirección de Hidrocarburos vigente.

Una vez entregado estos requisitos y emitida la orden de pago en uno de nuestros Centros de Atención al Usuario, se podrá cancelar dichos valores en cualquier agencia del Banco de Guayaquil, debiendo posteriormente regresar con el original y la copia de la papeleta de deposito que acredita el pago a nuestras ventanillas para la elaboración y emisión de la Tasa por Servicio contra Incendios correspondiente.

SOLICITUD DE INFORME DE INCENDIOS

Trámite que se realiza en el edificio de la Primera Jefatura, ubicado en "9 de Octubre 607 y Escobedo"

1. Comprar en el Departamento de Tesorería la solicitud de especie valorada (3er. piso).

2. Llenar la solicitud especificando la dirección y el día que ocurrió el siniestro.

3. Entregar en la Recepción del edificio dicha solicitud con documentación que acredite su representación (1er. piso).

4. Retirar en la Recepción su copia certificada del informe dentro de las siguientes 48 horas hábiles. El horario de atención al publico es de Lunes a Viernes de 8H30 a 17H00

Nota.- El informe del Cuerpo de Bomberos es un Informe Operacional, la Policía Nacional con su departamento de Incendio y Explosivos, elabora el informe pericial donde se determinan las posibles causas del siniestro. El horario de atención al público es de Lunes a Viernes de 8H30 a 16H30

SERVICIOS DE LA DIRECCION DE INGENIERIA Y PROYECTOS

La Dirección de Ingeniería y Proyectos supervisa y ejecuta actividades de Asesoramiento Técnico e Inspección de las obras civiles, factibilidades, entre otras, encontrándose ubicada en el edificio de la Primera Jefatura, de 9 de Octubre 607 y Escobedo, 2do. Piso, en horario de atención de 8H30 a 17H00, los respectivos requisitos son los siguientes:

INGRESO DE OBRA

1. Cancelar la Tasa de Servicio Administrativo $4.00 (Solicitud de registro de edificación).

2. Un juegos de Planos Arquitectónicos Implantación General, y Plantas diferentes niveles. Con firma del propietario o representante legal y del responsable técnico.

3. Un juego de planos Eléctricos y memoria técnica de transformadores, si las edificaciones tienen cuarto de Transformadores.

4. Un juego de Plano Sanitario si la edificación tiene más de cuatro plantas, o Industria.

5. Diseño de defensa contra incendios hidráulico (incluida memoria).

6. Memoria técnica y/o descripción de materiales que almacene, si tiene bodegas.

7. Copia de la cédula de identidad del propietario y/o representante legal.

8. Copia del RUC. de la Compañía o persona natural.

9. Copia del nombramiento del representante de la compañía.

10. Dos carpetas plásticas

11. Dos CD´s que contengan la información digital de los planos del proyecto en el programa Autocad 2008. La Dirección de Ingeniería y Proyectos establecerá en dichos planos, el sistema contra incendios, motivo por el cual dicho respaldo digital (planos) deberá estar libre de todo tipo de bloqueo de escritura o en su defecto ser enviado con sus respectivas referencias.

TRÁMITE DE FACTIBILIDAD PARA EDIFICACIONES DE ALTO RIESGO (GASOLINERA, EST. DE SERVICIO, DEPOSITO DE COMBUSTIBLE).

1. Tasa de Servicio Administrativo S 4.00 (Solicitud de Factibilidad).

2. Copia de cédula de Identidad Propietario y Responsabilidad Técnica.

3. Copia de la Escritura Catastral o Contrato de Arrendamiento.

4. Levantamiento Topográfico del terreno, escala 1:500

5. Anteproyecto de la Edificación, escala 1:100.

6. Certificado Aprobación de la C.A.T.E.G.

7. Certificado de Factibilidad otorgado por la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil

8. Copia del recibo de pago de Tasa por Factibilidad ($40.00).

9. Copia del RUC. de la Compañía o persona natural.

10. Copia de nombramiento del representante de la compañía

11. Toda esta información se la receptara en una carpeta con los documentos debidamente organizados

12. Un CD que contenga la información digital de los planos del proyecto en el programa Autocad 2008. El Departamento de Ingeniería y Proyectos establecerá en dichos planos, el sistema contra incendios, motivo por el cual dicho respaldo digital (planos) deberá estar libre de todo tipo de bloqueo de escritura o en su defecto ser enviado con sus respectivas referencias.

INGRESO DE UNA OBRA DE ALTO RIESGO (GASOLINERA, EST. DE SERVICIO, DEPÓSITO DE COMBUSTIBLE)

1. Tasa de Servicio Administrativo $4.00 (Solicitud de Registro de edificación de Alto Riesgo).

2. Certificado de Factibilidad del Cuerpo de Bomberos de Guayaquil, copia

3. Un juego de planos arquitectónicos debidamente firmados por el propietario y Responsable Técnico.

4. Un juego de planos Eléctricos (Incluido memoria Técnica).

5. Un juego de Plano Sanitarios (Incluido memoria Técnica

6. Un juego de Plano Mecánico (Incluido memoria Técnica)

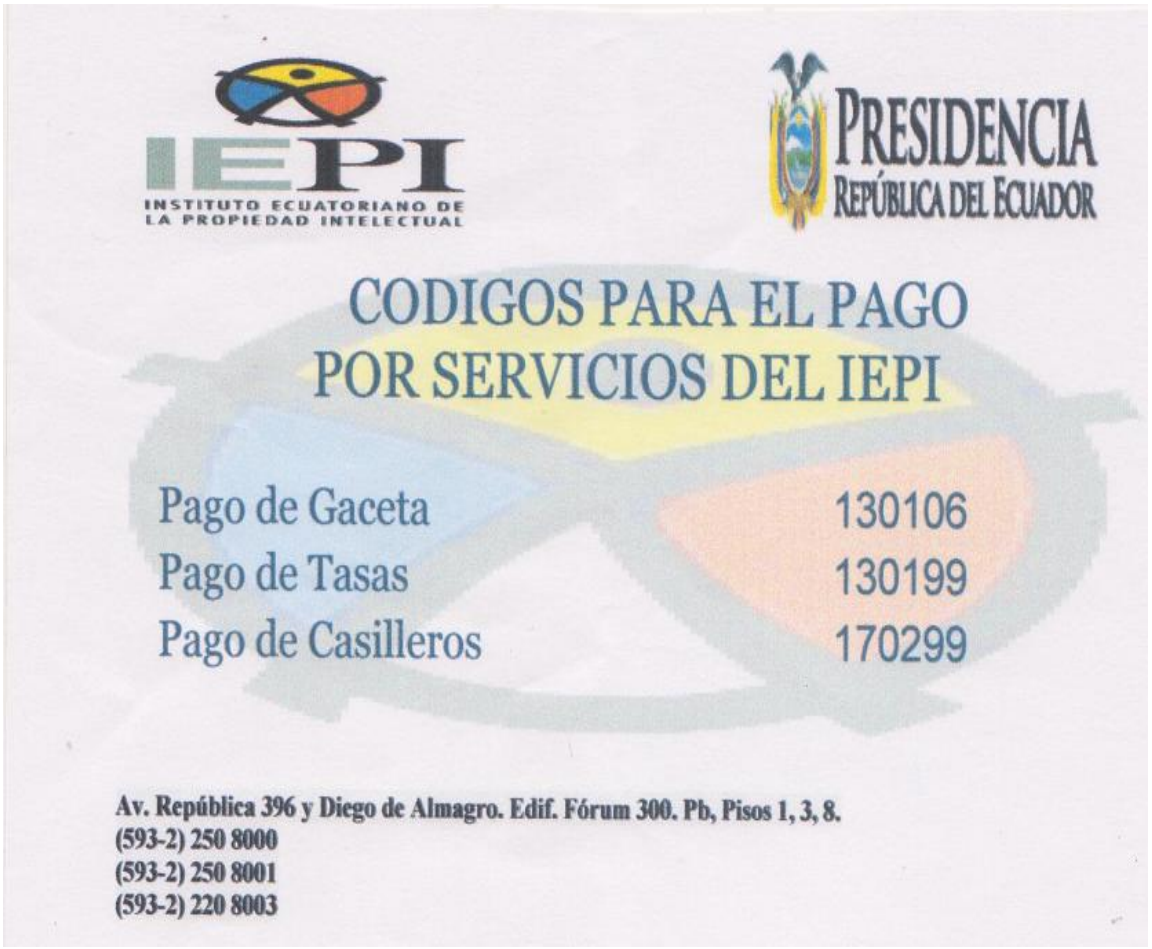
7. Dos carpetas Plásticas

8. Copia de la cédula de identidad del propietario y/o Representante Legal

9. Copia del RUC de la Compañía o persona natural

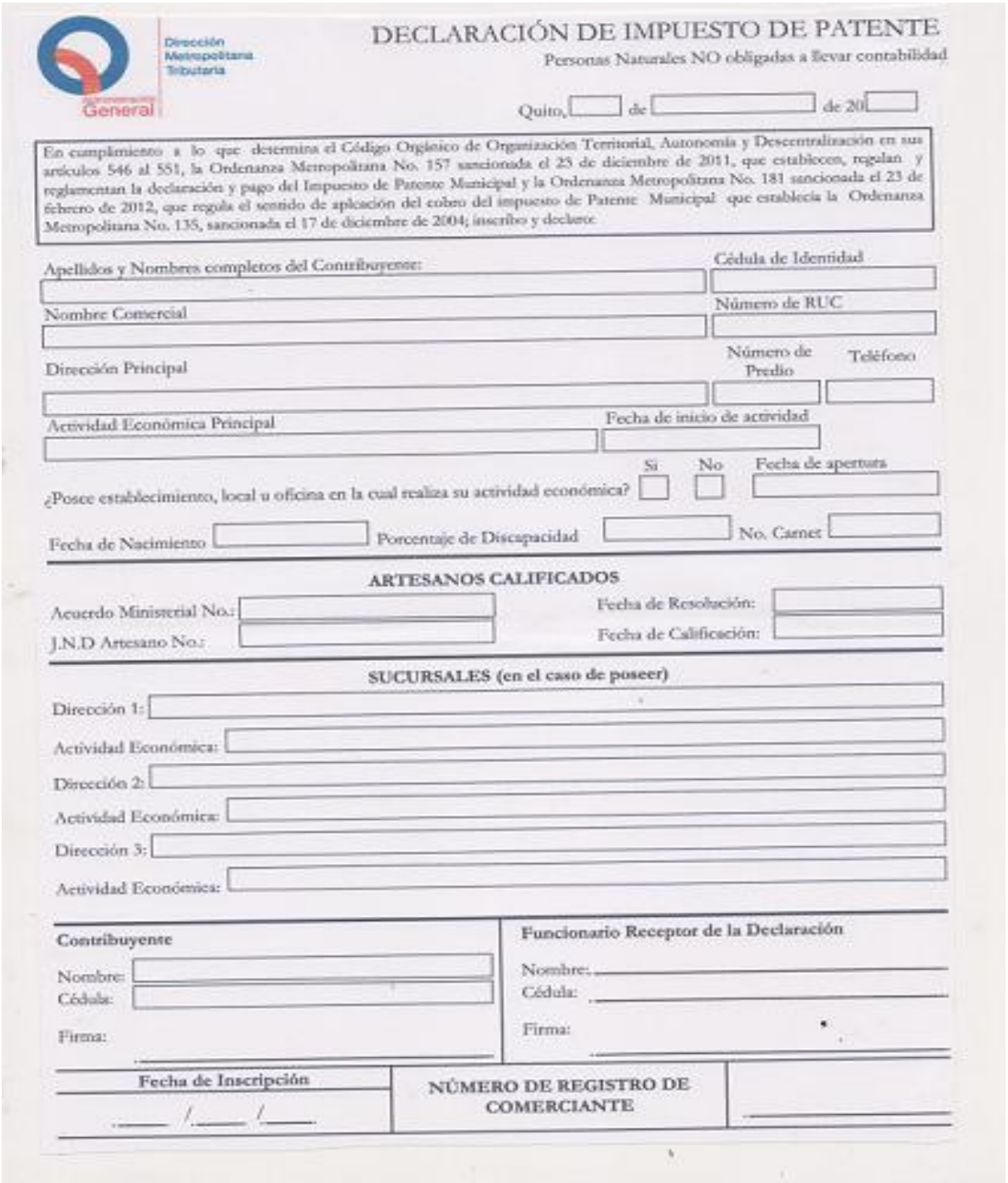
ANEXO 3.-

CODIGO PARA EL PAGO POR SERVICIOS DEL IEPI



ANEXO 4.-

DECLARACION DE IMPUESTOS DE PATENTE



Dirección Metropolitana Tributaria

Alcaldía de Quito General

DECLARACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE

Personas Naturales NO obligadas a llevar contabilidad

Quito, ____ de _____ de 20____

En cumplimiento a lo que determina el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización en sus artículos 546 al 551, la Ordenanza Metropolitana No. 157 sancionada el 23 de diciembre de 2011, que establecen, regulan y reglamentan la declaración y pago del Impuesto de Patente Municipal y la Ordenanza Metropolitana No. 181 sancionada el 23 de febrero de 2012, que regula el sentido de aplicación del cobro del impuesto de Patente Municipal que establecía la Ordenanza Metropolitana No. 135, sancionada el 17 de diciembre de 2004; inscribo y declaro:

Apellidos y Nombres completos del Contribuyente: | Cédula de Identidad

Nombre Comercial | Número de RUC

Dirección Principal | Número de Predio | Teléfono

Actividad Económica Principal | Fecha de inicio de actividad

¿Posee establecimiento, local u oficina en la cual realiza su actividad económica? Si ☐ No ☐ Fecha de apertura

Fecha de Nacimiento | Porcentaje de Discapacidad | No. Carnet

ARTESANOS CALIFICADOS

Acuerdo Ministerial No.: | Fecha de Resolución:

J.N.D Artesano No.: | Fecha de Calificación:

SUCURSALES (en el caso de poseer)

Dirección 1:

Actividad Económica:

Dirección 2:

Actividad Económica:

Dirección 3:

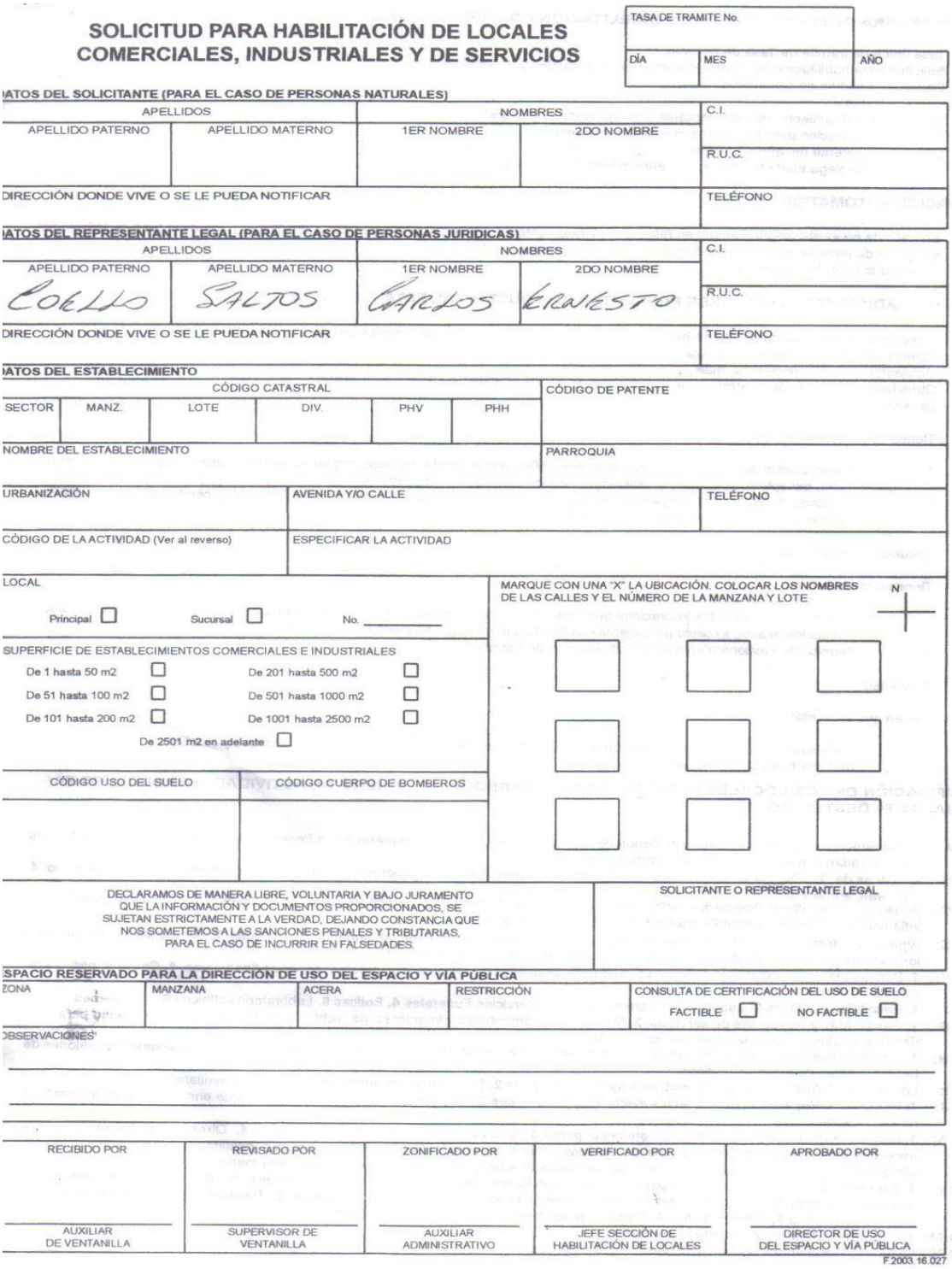
Actividad Económica:

Contribuyente	**Funcionario Receptor de la Declaración**
Nombre:	Nombre:
Cédula:	Cédula:
Firma:	Firma:

Fecha de Inscripción	**NÚMERO DE REGISTRO DE COMERCIANTE**	
____ / ____ / ____		

ANEXO #5

SOLICITUD PARA HABILITACION DE LOCAL COMERCIAL



SOLICITUD PARA HABILITACIÓN DE LOCALES COMERCIALES, INDUSTRIALES Y DE SERVICIOS

TASA DE TRAMITE No.

DÍA | MES | AÑO

DATOS DEL SOLICITANTE (PARA EL CASO DE PERSONAS NATURALES)

APELLIDOS		NOMBRES		C.I.
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	1ER NOMBRE	2DO NOMBRE	R.U.C.

DIRECCIÓN DONDE VIVE O SE LE PUEDA NOTIFICAR — TELÉFONO

DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL (PARA EL CASO DE PERSONAS JURIDICAS)

APELLIDOS		NOMBRES		C.I.
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO	1ER NOMBRE	2DO NOMBRE	R.U.C.
COELLO	SALTOS	CARLOS	ERNESTO	

DIRECCIÓN DONDE VIVE O SE LE PUEDA NOTIFICAR — TELÉFONO

DATOS DEL ESTABLECIMIENTO

CÓDIGO CATASTRAL						CÓDIGO DE PATENTE
SECTOR	MANZ.	LOTE	DIV.	PHV	PHH	

NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO — PARROQUIA

URBANIZACIÓN — AVENIDA Y/O CALLE — TELÉFONO

CÓDIGO DE LA ACTIVIDAD (Ver al reverso) — ESPECIFICAR LA ACTIVIDAD

LOCAL

Principal ☐ Sucursal ☐ No. _____

MARQUE CON UNA "X" LA UBICACIÓN. COLOCAR LOS NOMBRES DE LAS CALLES Y EL NÚMERO DE LA MANZANA Y LOTE

N

SUPERFICIE DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES E INDUSTRIALES

De 1 hasta 50 m2 ☐ — De 201 hasta 500 m2 ☐
De 51 hasta 100 m2 ☐ — De 501 hasta 1000 m2 ☐
De 101 hasta 200 m2 ☐ — De 1001 hasta 2500 m2 ☐
De 2501 m2 en adelante ☐

CÓDIGO USO DEL SUELO	CÓDIGO CUERPO DE BOMBEROS

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO QUE LA INFORMACIÓN Y DOCUMENTOS PROPORCIONADOS, SE SUJETAN ESTRICTAMENTE A LA VERDAD, DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSEDADES.

SOLICITANTE O REPRESENTANTE LEGAL

ESPACIO RESERVADO PARA LA DIRECCIÓN DE USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA

ZONA	MANZANA	ACERA	RESTRICCIÓN	CONSULTA DE CERTIFICACIÓN DEL USO DE SUELO
				FACTIBLE ☐ NO FACTIBLE ☐

OBSERVACIONES

RECIBIDO POR	REVISADO POR	ZONIFICADO POR	VERIFICADO POR	APROBADO POR
AUXILIAR DE VENTANILLA	SUPERVISOR DE VENTANILLA	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	JEFE SECCIÓN DE HABILITACIÓN DE LOCALES	DIRECTOR DE USO DEL ESPACIO Y VÍA PÚBLICA

F.2003.16.027