



UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO

**UNIDAD ACADÉMICA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
COMERCIALES**

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA**

TÍTULO DEL PROYECTO

**IMPLEMENTACIÓN DE UN TALLER AUTOMOTRÍZ EN LA CIUDAD DE
MILAGRO QUE BRINDE COBERTURA A LAS ASEGURADORAS**

AUTORES

**PAOLA LISSETH PAREDES ESPINOZA
ERIKA GEOCONDA RODRÍGUEZ GONZÁLEZ**

TUTOR:

ECO. WALTER FRANCO VERA

Milagro, Abril 2012

ECUADOR

CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo de la Unidad Académica de Ciencias Administrativas y Comerciales de la Universidad Estatal de Milagro.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de Tesis de Grado con el Tema de **“Implementación de un taller automotriz en la ciudad de Milagro que brinde cobertura a las aseguradoras”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de: Ingeniería en Contaduría Pública y Auditoría

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema.

Presentado por los Egresados

Paola Lisseth Paredes Espinoza

C.I. 0926611690

Erika Geoconda Rodríguez González

C.I. 0919508986

TUTOR

Eco. Walter Franco Vera

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Nosotras: Egresadas. Paola Lisseth Paredes Espinoza y Erika Geoconda Rodríguez González, por medio de este documento, entregamos el proyecto; **“Implementación de un taller automotriz en la ciudad de Milagro que brinde cobertura a las aseguradoras”**, del cual nos responsabilizamos por ser los autores del mismo y tener la asesoría personal del Eco Walter Franco Vera

.

Milagro, Abril del 2012.

PAOLA PAREDES ESPINOZA

C.I 0926611690

ERIKA RODRÍGUEZ GONZÁLEZ

C.I 0919508986

CERTIFICACIÓN DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADORA previo a la obtención del título de INGENIERÍA EN CONTADURÍA PÚBLICA Y AUDITORÍA-C.P.A. Otorga al presente proyecto de investigación las siguientes calificaciones:

MEMORIA	()
CIENTÍFICA	
DEFENSA	()
ORAL	
TOTAL	()
EQUIVALENTE	()

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

PROFESOR DELEGADO

PROFESOR DELEGADO

DEDICATORIA

A Dios por haberme dado la oportunidad y la dicha de la vida, al haberme brindado los medios necesarios para continuar mi formación profesional y siendo él un apoyo incondicional para lograr mis objetivos, ya que sin él no hubiera podido.

A mis padres por ser el apoyo incondicional en cada una de mis metas.

PAOLA LISSETH PAREDES ESPINOZA

DEDICATORIA

Esta dedicatoria va para mis padres, hermanos y sobrinos, que con sus consejos y amor de cada día, me dieron valor y fuerza necesaria para culminar con éxito esta etapa de mi vida, pues sin ellos hubiera sido imposible esta meta,

ERIKA GEOCONDA RODRÍGUEZ GONZALEZ

AGRADECIMIENTO

Mi gratitud principalmente está dirigida a Dios por haberme dado la existencia y permitido culminar mis estudios universitarios.

A la Universidad y a los docentes que a lo largo del camino estudiantil me brindaron siempre su orientación con profesionalismo ético en la adquisición de conocimientos y afianzar mi formación profesional.

PAOLA LISSETH PAREDES ESPINOZA

AGRADECIMIENTO

Agradezco a DIOS por la sabiduría y fortaleza que me dio día tras día para vencer obstáculos.

A la Universidad por brindarme la oportunidad de ser una profesional.

A mis maestros que a lo largo de mi carrera supieron brindarme sus conocimientos.

A mis compañeros que en el camino de la superación estudiantil se convirtieron en mis amigos a todos y cada uno de ellos gracias.

ERIKA GEOCONDA RODRÍGUEZ GONZÁLEZ

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Máster

Jaime Orozco Hernández

Presente.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer entrega de la Cesión de Derecho del Autor del Trabajo realizado como requisito previo para la obtención de mi Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue la de de **“Implementación de un taller automotriz en la ciudad de Milagro que brinde cobertura a las aseguradoras”**, y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias de Ciencias Administrativas y Comerciales.

Milagro, abril del 2012

PAOLA PAREDES ESPINOZA
C.I 0926611690

ERIKA RODRÍGUEZ GONZÁLEZ
C.I 0919508986

PÁGINAS PRELIMINARES

Página de carátula o portada.	i
Página de la constancia de aprobación por el tutor.	ii
Página de declaración de autoría de la investigación.	iii
Certificación de la Defensa	iv
Página de dedicatoria.	v
Página de dedicatoria.	vi
Página de agradecimiento.	vii
Página de agradecimiento.	viii
Página de Cesión de Derechos de Autor.	ix
Índice general	x
Índice de cuadros	xiv
Índice de Figuras.	xvi
Resumen.	xix
Abstract.	xx

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
---------------------------	----------

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Planteamiento del problema.....	3
1.1.1. Problematización del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema.....	4
1.1.3 Formulación del Problema.....	4
1.1.4 Sistematización del problema.....	4
1.1.5 Determinación del problema.....	5

1.2 Objetivos.....	5
1.2.1 General.....	5
1.2.2 Específicos.....	5
1.3 Justificación.....	5

CAPITULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 Marco teórico.....	7
2.1.1 Antecedentes históricos.....	7
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	12
2.1.3 Fundamentación.....	17
2.2 Marco legal.....	53
2.3 Marco conceptual.....	62
2.4 Hipótesis y variables.....	63
2.4.1 Hipótesis General.....	63
2.4.2 Hipótesis Particulares.....	63
2.4.3 Variable Independientes y Dependiente.....	63
2.4.4 Operacionalización de las variables.....	65

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 El tipo y diseño de la investigación y su perspectiva general.....	66
3.2 Población y muestra.....	66
3.2.1 Características de la Población.....	66
3.2.2 Delimitación la población.....	66
3.2.3 Tipo de la muestra.....	67

3.2.4 Tamaño de la muestra	67
3.2.5 Proceso de selección.....	68
3.3 Métodos y técnicas.....	68
3.3.1 Métodos Teóricos.....	68
3.3.2 Método Empírico.....	68
3.4 El procesamiento estadístico de la información.....	69

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 Análisis de la situación actual.....	70
4.2 Análisis comparativo, evolución tendencias y perspectiva.....	83
4.3 Resultados.....	84
4.4 Verificación de la hipótesis.....	87

CAPÍTULO V

PROPUESTA

5.1 Tema.....	88
5.2 Justificación.....	89
5.3 Fundamentación.....	89
5.4 Objetivos.....	91
5.4.1 Objetivo general de la propuesta.....	91
5.4.2 Objetivos específicos.....	91
5.5 Ubicación.....	92
5.6 Factibilidad.....	92
5.7 Descripción de la propuesta.....	103
5.7.1 Actividades.....	113

5.7.2 Recursos análisis financiero.....	128
5.7.3 Impacto.....	136
5.7.4 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	137
CONCLUSIONES.....	138
RECOMENDACIONES.....	139
BIBLIOGRAFÍA.....	140
ANEXOS.....	143
Anexo 1.	
Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales.....	144
Anexo 2.	
Ordenanza Sustitutiva para la Determinación, Administración, Control y Recaudación del Impuesto de Patente Anual Municipal de toda actividad económica en el cantón Milagro.....	145
Anexo 3.	
Ordenanza Sustitutiva para la Determinación, Administración, Control y Recaudación del Impuesto de Patente Anual Municipal de toda actividad económica en el cantón Milagro.....	146
Anexo 4.	
Pago de Predios Urbano y Adicionales 2011.....	147
Anexo 5.	
Pago de Patente Anual Municipal y Adicionales.....	147
Anexo 6.	
Modelo de memorándum al Director Financiero - orden de pago.....	148
Anexo 7.	
Formulario para permiso de Línea de Fabrica.....	149
Anexo 8.	
Certificado de usos de Suelo, Línea de Fabrica.....	150
Anexo 9.	
Imágenes de un carro en reparación.....	151-153

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1.

Operacionalización de las variables.....65

Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro

Cuadro 2.

¿Su carro tiene seguro?.....71

Cuadro 3.

¿De los siguientes nombres señale cuál de esas aseguradoras usted pertenece?
..... 72

Cuadro 4.

¿De qué año es su vehículo?.....73

Cuadro 5.

¿Cuándo su vehículo tiene un desperfecto donde acude habitualmente?
..... 74

Cuadro 6.

¿Considera que la tecnología es muy importante en el servicio
mecánica..... 74

Cuadro 7.

¿De las siguientes alternativas señale ¿Por qué no solicita los servicios de mecánica
en los talleres de mantenimiento de este sector? 75

Cuadro 8.

¿Cómo considera el servicio que actualmente brinda los lugares de mantenimiento y
reparación de vehículos?..... 76

Cuadro 9.

¿Considera que el alto índice de accidentes automovilísticos se debe a falencias en
el mantenimiento de los vehículos? 77

Cuadro 10.

¿Cuál fue la causa por lo que usted solicito el servicio de reparación y
mantenimiento en los talleres que prestan servicio a las aseguradoras?..... 78

Cuadro 11.

¿Los repuestos que han solicitado en los talleres para su vehículo han sido?..... 79

Cuadro 12.	
¿Considera importante para el sector vehicular de esta localidad cree alianza con aseguradoras de la ciudad de Guayaquil?.....	80
Cuadro 13.	
¿Estaría de acuerdo en solicitar los servicios de un taller que mantenga convenios con las aseguradoras?.....	81
Cuadro 14.	
¿Cree usted que el parque automotor del cantón milagro se verá beneficiado si se proyecta al mercado un taller mecánica bien acondicionada?.....	82
Cuadro 15.	
Verificación de la Hipótesis.....	87
Cuadro 16.	
Organigrama estructural.....	95
Cuadro 17.	
Organigrama Funcional.....	96
Cuadro 18.	
Análisis de las cinco fuerzas de Michael de Mercado, con el fin de conocer el mercado en el cual incursionará esta nueva alternativa de negocio.....	103
Cuadro 19.	
Matriz FODA.....	112
Cuadro 20.	
Marketing Mix.....	114
Cuadro 21.	
Precios.....	117
Cuadro 22.	
Activos Fijos.....	128
Cuadro 23	
Depreciación de Activos Fijos.....	129
Cuadro 24.	
Salarios.....	129
Cuadro 25	
Detalle de Gastos.....	130

Cuadro 26	
Costo de Venta.....	131
Cuadro 27	
Presupuestos de Ingresos.....	131
Cuadro 28	
Inversión del Proyecto.....	132
Cuadro 29	
Tabla de Amortización.....	132
Cuadro 30	
Estado de Pérdidas y Ganancias.....	133
Cuadro 31	
Flujo de Caja.....	134
Cuadro 32.	
Balance General.....	135
Cuadro 33.	
Índices Financieros.....	135
Cuadro 34.	
Tasas de Rendimientos.....	135

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.	
Primer vehículo con motor.....	8
Figura 2.	
Vehículo coupé todoterreno.....	9
Figura 3.	
Vehículo súper coupé.....	9
Figura 4.	
Vehículo P8.....	9
Figura 5.	
Vehículo Sports coupe.....	10
Figura 6 .	
Vehículo BMW Hydrogen H2R.....	10
Figura 7.	

Neumático.....	11
Figura 8.	
Polipastos.....	25
Encuestas realizadas a los habitantes de la ciudad de Milagro	
Figura 9.	
Carro tiene seguro.....	71
Figura 10.	
Cuál de esas aseguradoras pertenece.....	72
Figura 11.	
Vehículo de que año es.....	73
Figura 12.	
Donde acude habitualmente cuando su vehículo esta desperfecto.....	74
Figura 13.	
En el servicio mecánico considera usted que es muy importante la tecnología.....	75
Figura 14.	
En los talleres de mantenimientos de este sector, cuales son los servicios que usted solicita.....	76
Figura 15.	
En los lugares de mantenimiento y reparación de vehículos, como considera el servicio actualmente.....	77
Figura 16.	
El alto índice automovilístico se deben a falencias en el mantenimiento vehicular..	78
Figura 17.	
El servicio de reparación y mantenimiento en los talleres que prestan las aseguradoras, cuál cree que es la causa.....	79
Figura 18.	
En los talleres donde ha ido con su vehículo siempre ha solicitado los repuestos.....	80
Figura 19.	
Considera importante para el sector vehicular de esta localidad cree alianza con aseguradoras de la ciudad de Guayaquil.....	81

Figura 20.	
Usted está de acuerdo en solicitar los servicios de un taller que mantenga convenios con las aseguradoras.....	82
Figura 21.	
Si se proyecta al mercado un taller mecánica bien acondicionada, cree usted que el parque automotor del cantón Milagro se verá beneficiada.....	83
Figura 22.	
Ubicación del taller mecánico.....	92
Figura 23.	
Imagen comercial del taller mecánico.....	115
Figura 24.	
Slogan comercial del taller mecánico.....	116
Figura 25.	
Diseño arquitectónico interno del taller automotriz.....	116
Figura 26.	
Publicidad.....	118
Figura 27.	
Volante Díptico.....	119
Figura 28.	
Letrero Comercial.....	119
Figura 29.	
Proceso de Recepción de Vehículo.....	123
Figura 30.	
Proceso de Facturación.....	125
Figura 31.	
Proceso de Compra.....	127

RESUMEN

Milagro cantón progresista que mantiene una amplia franja comercial, así mismo es poseedor de un gran parque automotor, el mismo que visiona la creación de todo tipo de negocio o empresa, por ello, se considera altamente viable la creación de un taller mecánico que tenga alianzas con las aseguradoras del país, con el propósito de captar gran parte del parque automotor. Motivo por el cual se ha realizado una investigación que se inicia desde el planteamiento de la problemática planteada, sus objetivos, delimitación, formulación y su correspondiente justificación, también se ha realizado una pequeña reseña histórica sobre esta actividad comercial y el mercado, además se encontrará toda la información necesaria para una mejor comprensión del trabajo investigativo así mismo su respectiva hipótesis la cual responde a la formulación del problema y variables. En el marco metodológico se determinó el universo; es decir una porción de la población para el cálculo de la muestra donde se utilizo la encuesta dirigida a la ciudadanía Milagreña que posea vehículo, una vez obtenidos los datos de esta herramienta se procedió a realizar la interpretación de los resultados, es decir la recolección, tabulación y análisis del instrumento investigativo, donde se pudo conocer que en este casco comercial si existe esta clase de prestación de servicios, sin embargo las personas están cansadas de recibir lo mismo, por lo tanto se identifico la necesidad , por ello se considero la creación de este taller, para lo cual se realizo una estructura organizacional bien estructurada, es decir su filosofía corporativa, desde su misión, visión, organigrama, manuales de funciones, etc., además se realizo el diseño de un logotipo, el cual representara la identidad de esta organización, seguidamente se realizó una proyección de gastos, ingresos e inversión de activos, donde se demostró la rentabilidad de esta alternativa de negocio a través de los estados financieros y sus respectivos índices como son los índices financieros. Se ha estableció las respectivas conclusiones y recomendaciones, las mismas que deben ser tomadas en consideración para optimizar las actividades administrativas y operativas de esta nueva propuesta en el mercado Milagreño.

Palabras claves: Proyecto, Rentabilidad, Demanda, Organización e Innovación.

ABSTRACT

Milagro is a progressive country, It maintains an extensive commercial strip, likewise it owns a large automotive park, the same that envisions the creation of all type of business or company, therefore, this is considered highly feasible to create a machine shop that has partnerships with insurance companies in the country, for the purpose of capturing much of the automotive park. Reason why this investigation has conducted, it starts from the approach of the issues raised, its objectives, delimitation, formulation and corresponding justification, It has also performed a small historical review about this business and the market.

It will also find all necessary information for better understanding of their respective hypotheses investigative work which responds to the problem formulation and variables.

In the methodological framework determined the universe, It`s a part of population to calculate the sample where we used the survey of Milagreña citizenship that possess vehicle.

Once we obtained the data from this tool proceeded to the interpretation of results, It`s the collection, tabulation and analysis of the research instrument, where it was learned that this commercial exist and this kind of service, too; however people are tired of receiving the same, therefore we identified a requirement in the commercial center, for they are considered highly feasible the creation of this machine shop, for which there was a well-structured organizational structure, It`s its corporate philosophy, from its designed the logo, which will represent the identity of this organization.

Then there was a projection of expenses, income and investment assets, which showed the profitability of alternative business through the financial statements and their respective indexes such as financial indexes.

It has established respective conclusions and recommendations all of which must be taken into consideration to optimize administrative and operational activities of this new proposal in Milagreños market.

INTRODUCCIÓN

Milagro es un sector que mantiene un amplio parque automotor que crece de forma acelerada, esto se da puesto que vivimos en un mundo tan cambiante donde es necesario estar empleado para poder cumplir con las obligaciones que toda persona tiene para poder subsistir en este medio tan exigente, razón por la cual el poseer un vehículo no representa un lujo sino una necesidad.

Debido a la alta presencia de estos medios de transporte se han creado o implementado establecimientos de reparación y mantenimiento, los cuales no llenan las expectativas de los dueños de estos bienes, motivo por el cual prefieren solicitar los servicios de aseguradoras que se encuentran situadas en la ciudad de Guayaquil u otras partes.

Con el fin de satisfacer las necesidades que presentan los dueños de los vehículos medianos se propone la creación de un Taller especializado en mecánica automotriz que mantenga alianzas con las aseguradoras del país, para que los clientes se sientan seguros de solicitar los servicios de la mano de obra local, es decir de este cantón.

Por tal motivo se ha desarrollado una amplia información sobre el tema planteado, la misma que está distribuida en cinco capítulos. El primer capítulo está compuesto por el planteamiento del problema, donde se realiza el detalle de toda la problematización, así como la delimitación y formulación del problema, esta última se la elabora una pregunta referente a la problemática, también se efectuó una serie de preguntas relacionadas al problema central y sub temas culminando con los objetivos de investigación y justificación.

El capítulo II está formado por los antecedentes históricos que hablan de la historia de los autos, también se tomo como referencia establecimientos que se dedican a brindar esta clase de servicios, también se ha desplegado una serie de información de índole legal que sustente este trabajo. Para poder responder a las preguntas

establecidas en el capítulo I se realizó las respectivas hipótesis, variables y Operacionalización.

El capítulo III se desarrolló la metodología de la investigación, los tipos de investigaciones aplicados, así como los métodos e instrumentos utilizados en este trabajo.

El capítulo IV es donde se observa el procesamiento de la información obtenida en el proceso de encuesta, así como los respectivos análisis realizados por el investigador, terminando con la verificación de la hipótesis.

El capítulo V es donde se propone la creación de un taller mecánico que mantenga alianzas con aseguradoras del país, esta propuesta se conforma con el diseño organizacional, es decir la misión, visión, objetivos y organigramas, también se puede observar los análisis de mercado como Porter. Con el fin de conocer que tan rentable resulta esta alternativa, por ello, se estableció una proyección financiera la cual demostró que esta propuesta es rentable.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1.1. Problematización.- Origen y Descripción del Problema

Milagro es un cantón que cuenta con un amplio movimiento vehicular, en la actualidad el poseer un transporte no es un gasto sino una inversión, en especial para quienes están inmersos en el ámbito laboral, volviéndose este medio de transporte una herramienta necesaria dentro de este mundo tan acelerado. La gran parte de estos automotores son asegurados, razón por la cual propietarios de estos vehículos deben dirigirse a otras plazas en busca del servicio que están pagando, esto no se daría si existiera una infraestructura automotriz que mantenga alianzas con entes aseguradores del sistema vehicular, el no contar con esta clase de servicio se produce para los conductores, pérdida de tiempo y dinero, esta necesidad de mercado no puede seguir dándose, puesto que Milagro es un sector que está manteniendo un desarrollo constante, por lo tanto, debe cubrir con toda clase de insatisfacción, independientemente del ámbito que sea, ya que eso demanda progreso.

La poca preparación de los mecánicos en materia automotriz actualizada, se da por la escasa oportunidad de entes especializados que ilustren a los maestros sobre los nuevos avances en la mecánica automotriz, este problema causa desconfianza por parte de la ciudadanía que posee un automotor, por lo tanto, se rehúsan a utilizar esta clase de servicios en esta plaza de mercado (Milagro).

El no poseer una infraestructura adecuada donde se brinde un adecuado mantenimiento y reparación automotriz se da por la despreocupación del mecánico en proyectar una buena imagen, generando una baja participación de ellos en mercado.

A esta problemática se suma la incompetencia tecnológica la cual juega un papel muy importante para el buen funcionamiento del trabajo automotriz, esto se da por el escaso capital que poseen propietarios de talleres de arreglo de vehículos, esto produce la pérdida de trabajo.

De continuar con estas deficiencias en el mantenimiento y reparación de los vehículos, se perderá credibilidad de la mano de obra automotriz de este sector comercial, desplazándose estos trabajos a otras plazas de mercado, en busca de un lugar que les brinde las garantías necesarias para el arreglo de los automotores, es decir; un establecimiento acorde a las necesidades del mercado.

Para evitar que no se cumpla la anterior evidencia es importante que en esta plaza comercial del cantón, se establezca un taller automotriz bien equipado, con talento humano calificado, que brinde cobertura a empresas aseguradoras, con el fin de optimizar el servicio automotriz

1.1.2 Delimitación del problema.

Este proyecto de investigación se llevara a cabo en el país Ecuador, correspondiente a la región Costa, específicamente en el Cantón Milagro, la misma que se encuentra ubicada al este de la Provincia del Guayas.

La información requerida para este estudio no deberá ser mayor a 5 años.

En la provincia del Guayas se ha matriculados 25500 vehículos.

1.1.3 Formulación del problema

¿En que afecta la falta de una infraestructura y equipamiento tecnológico en el grado de confianza de empresas aseguradoras para brindar un adecuado servicio reparación automotriz en la ciudad de Milagro?

1.1.4 Sistematización del problema

¿Cómo afecta la incompetencia tecnológica en la eficiencia de la labor automotriz?

¿Cómo incide la incorporación de recurso humano no capacitado en la credibilidad de los propietarios de los automotores?

¿De qué manera incide la falta de estadísticas del nivel de accidentes de vehículo liviano del cantón Milagro?

¿Cómo incidirá el no contar con repuestos originales para el arreglo o mantenimiento de los vehículos?

¿Qué impacto causará para el sector vehicular el establecer alianzas con las aseguradoras?

1.1.5 Determinación del problema

“Implementación de un taller automotriz en la ciudad de Milagro que brinde cobertura a las aseguradoras”

1.2. OBJETIVOS

1.2.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la importancia que debe tener un taller especializado a través de un estudio de mercado, que permitan demostrar las necesidades en el mercado, sobre el servicio automotriz, para proponer una solución práctica a los usuarios de los vehículos asegurados en la ciudad de Milagro.

1.2.2. OBJETIVO ESPECÍFICOS

- ❖ Identificar como afecta la incompetencia tecnológica en la labor automotriz.
- ❖ Analizar cómo afecta el recurso humano no capacitado en la credibilidad de los propietarios de los automotores, a través de un estudio de mercado.
- ❖ Conocer el nivel de estadísticas de accidentes de vehículo liviano del cantón Milagro, identificando sus causas más comunes.
- ❖ Demostrar como incide en esta actividad el no contar con repuestos originales para el arreglo o mantenimiento de los vehículos.
- ❖ Determinar los parámetros necesarios para establecer alianzas con las aseguradoras.

1.3 JUSTIFICACIÓN.

En la actualidad el sector de la mecánica automotriz ha evolucionado a pasos agigantados, debido al alto flujo vehicular que mantiene este sector, sin embargo, esta actividad automotriz no están siendo tomada con mayor atención por parte de los maestros o técnicos en esta materia, por ello, tienen un bajo perfil dentro del mercado, por lo consiguiente no están aptos para establecer convenios con

empresas aseguradoras del sistema vehicular, debido a que no cuentan con las herramientas y conocimientos adecuados sobre la actual evolución que mantienen los automotores automotriz, esto genera un lento crecimiento, por lo consiguiente una débil participación en el mercado. Por ello, de la necesidad de ejecutar el estudio de la problemática planteada.

Para demostrar que la ejecución de este proyecto cuente con una amplia perspectiva de viabilidad, se realizara un estudio profundo del mercado sobre el tema planteado, enfocándonos en la obtención de información relevante a través de investigaciones bibliografías, libros, revistas etc., pero lo más importante de este estudio es la empleación una herramienta investigativa conocida con el nombre de la encuesta, instrumento que nos ayudara a evaluar el mercado sobre la participación de esta clase de negocios su evolución, tendencia y perspectiva, con el objetivo de lograr la eficiencia y eficacia que garantice la permanencia y reconocimiento de su trabajo.

Desde el punto de vista del investigador, el propósito de este estudio es analizar las causas y efectos que intervienen en esta problemática, con el propósito de enaltecer la actividad automotriz, a través de este estudio, dando así las soluciones más prácticas que permitan crecer al técnico automotriz, con la finalidad de que afiancen su bases y permanezcan participando dentro del sector comercial.

Cabe mencionar que como conocedores de la problemática planteada y su solución, nos sentimos seguros de llegar a la culminación de este proyecto con el claro propósito de proponer este trabajo que promueva del desarrollo del sector empresarial.

CAPÍTULO II

MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO.

2.1.1 Antecedentes históricos.

El primer automóvil de la historia fue un vehículo con tres ruedas impulsadas por vapor y fabricadas en el año 1771 por el relojero francés Nicolás Joseph Cugnot para el Ministerio de Guerra francés y principalmente se utilizaba para transportar cañones.

Pero fue un modelo único, debido a que era extremadamente pesado y poco práctico. Cabían 4 pasajeros y se desplazaba a la velocidad de un hombre caminando a paso normal. Su utilización era, aparte, extremadamente peligrosa, pues corría el riesgo de que la caldera de vapor llegase a explotar por la alta presión.

Era tan peligroso que había veces que las personas quedaban muertas al estallar la caldera, pero en fin, fue el primer automóvil, un magnífico invento que lleva más de 200 años en constante desarrollo hasta llegar a la actualidad que cotidianamente vemos, y sin embargo muchos no hemos sabido valorar ese gran trabajo que tanto ha revolucionado la historia del transporte.

Pero hubo otro intento hecho por el francés Amedee Bolle en 1889, pero más adelante hubo un gran descubrimiento: el motor de gasolina, y fue instalado en un vehículo que viajó a la velocidad de 16 kilómetros por hora.

Comienzos de las Cuatro Ruedas

Figura 1 Primer vehículo con motor



Aunque ya en 1769 se desarrolló el primer vehículo desplazado a vapor que cargaba 4'5 toneladas y lograba los 4 Km/h, no fue hasta 1866 cuando Gottlieb Daimler inventa el primer vehículo con motor.

Desde en aquel momento habido numerosos adelantos, motor de combustión interna de 4 tiempos, el coche actual de gasolina (Daimler y August Otto -1889), cuenta kilómetros (1901), fabricación de coches en serie con el mítico Ford T (Henry Ford – 1903), cinturón de seguridad (1903), Volkswagen Escarabajo (1938), intermitentes eléctricos (1940), medio de protección suplementario o airbag (1980)

Coche del siglo XXI

En las iniciaciones de este nuevo siglo, un nuevo término se hace más y más fuerte, se trata del 'Concept Car' y se relaciona con los ensayos y pruebas que las fábricas crean de sus prototipos, que no son más que las matrices muestras de los modelos al salir de la sala de diseño, y que no han sido sometidos a las pruebas y avisos necesarios para ser puestos en producción en serie. Sus características más frecuentes son diseños interiores arriesgados y exteriores deportivos, multitud de sistemas de seguridad integrados, adaptabilidad a cada tipo de usuario, etc.

Sin embargo, el hecho que más los diferenciará será el uso alternativo de otras fuentes de energías como por ejemplo el hidrógeno (poco práctico por su peligrosidad) o la electricidad. Así se implanta el término "vehículo híbrido", en el que se combinan el motor supuesto de explosión con un motor eléctrico. El motor de explosión actuaría como complemento al eléctrico, siendo utilizado éste mayormente en ciudades (bajas velocidades) reduciendo a su vez, el ruido y la contaminación. El procedimiento de acumulación de energía se recargaría cuando el de explosión actuase o en las frenadas, mediante un sistema de volante de inercia.

Algunos ejemplos de vehículos para un futuro próximo son:

Concept T

Figura 2 Vehículo coupé todoterreno



La compañía Volkswagen cuenta entre sus modelos con el coupé todoterreno de 241 CV, concept T, con tracción a las cuatro ruedas y apertura de puertas tipo ala. El Concept T acelera de 0 a 100 km/h. en 6,9 segundos y su velocidad máxima está electrónicamente limitada a 230 km/h. La información para la conducción se proyecta en la parte frontal del parabrisas.

Super Coupé 4002

Figura 3 Vehículo súper coupé



motor central.

Peugeot cuenta entre sus ejemplares con una gran cantidad de “concept cars”, que han maravillado en los más prestigiosos salones del automóvil. Entre sus más recientes maravillas se encuentra el 4002 súper coupé, cuyo diseñador alemán de tan solo 32 años se inspiró en el modelo exuberante 402 de la misma firma (1936). Este coupé de dos plazas, 2,028 metros de ancho y 4,325 metros de largo, contará con un

Mercedes McLaren P8

El P8 está realizado de una composición de fibra de carbón, termoplásticos y aluminio para disminuir al máximo su peso, de tal manera que se distribuye en un 42 % delante y 58 % detrás. El motor del P8 será un 6.3 V8 que se utilizará en futuros modelos

AMG, y se espera que este motor tenga 544 CV con un par de 700 Nm. También se habla de otro motor biturbo de 720 CV. La velocidad máxima será de más de

Figura 4 Vehículo P8



320 Km/h. Tendrá una caja de cambios automática de siete marchas y tracción trasera. Se prevé que saldrá a la venta a principios del 2008.

Audi RSQ Sports Coupe

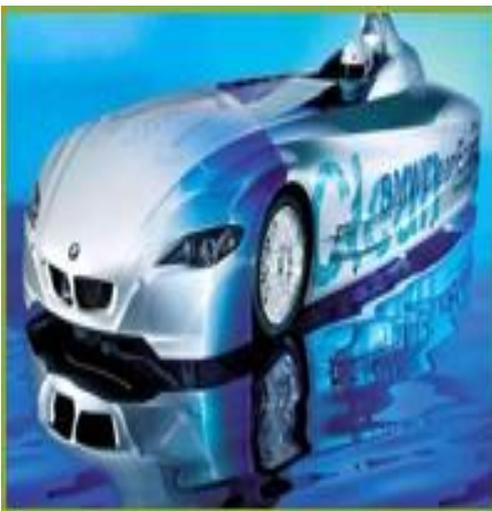
Figura 5 Vehículo Sports coupe



Sus dos puertas están colocadas con bisagras en el poste trasero y se abren hacia arriba como las alas de una mariposa, mientras que su interior está diseñado parecido a la cabina de un avión, con volante plegable desde el tablero y con consola central que envuelve al cuerpo del i-piloto en el asiento envolvente. La fibra de vidrio laminado de la carrocería está cubierta de pintura plateada lunar para menguar los tonos de los colores reflejados.

BMW Hydrogen H2R

Figura 6 Vehículo BMW Hydrogen H2R



El hidrógeno utilizado en las naves espaciales que surcan el espacio exterior es utilizado por BMW en su nuevo prototipo con motor de combustión alimentado por hidrógeno. Este motor de seis litros de cilindraje y 12 cilindros, desarrolla nada menos que 210 kW o 285 CV. El prototipo de BMW acelera de 0 a 100 km/h en 6 segundos aproximadamente y alcanza una velocidad máxima de 302,4 km/h.¹

Coches del siglo XXII

El Peugeot Moovie procura ser un vehículo urbano, es bien reducido en lo que al consumo eléctrico se refiere y se debe a su particular diseño en el que la puerta

¹EcoInteligencia, *nuestro resumen del 2011*, <http://www.ecointeligencia.com/2011/>, extraído en Octubre del 2011

coincide con la rueda. El funcionamiento revolucionario del Moovie se basa en su enorme rueda que reduce el consumo eléctrico y motiva el movimiento del vehículo.

Un nuevo prototipo de General Motors saldrá al mercado esta próxima primavera. Se trata un nuevo y revolucionario concepto de automóvil, cuya función será la de circular de una forma fácil y segura por las grandes ciudades. Será compartido por muchos usuarios como transporte público, similar al carrito de los supermercados.

La importancia del mantenimiento de los neumáticos.

Figura 7.- Neumático



Los neumáticos son los componentes que permite rodar al automóvil, el que certifica el contacto directo del vehículo con el suelo y el que soporta la carga del coche proporcionando la máxima estabilidad y también adherencia en la conducción.²

Pero como todo, para tener una buena estabilidad y adherencia se deberá llevar a cabo un exhaustivo programa de mantenimiento de éstos:

Primero de todo se tendrá que mantener un excelente mantenimiento de neumáticos La presión escasa de éstos es un factor de riesgo que puede provocar un reventón o comportamientos indebidos en curvas o en aceleraciones importantes.

Una vez se ha realizado correctamente la presión del inflado de los neumáticos habrá que observar la profundidad del dibujo del neumático, ya que este factor es igual de importante, a menos dibujo más pérdida de estabilidad y por tanto menos

²Tiendas autocentros, *la importancia del mantenimiento de los neumáticos*, <http://www.tiendasapunto.com/la-importancia-del-mantenimiento-de-los-neumaticos/>, extraído en Octubre del 2011

adherencia del vehículo. La profundidad mínima tiene que ser como mínimo de 1,6 milímetros, aunque lo recomendable debería de ser por encima de los 3 milímetros.

Por último habría que destacar que toda acción innecesaria como subir bordillos, conducir por zonas irregulares, mal asfaltadas o sobre tierra podrían perjudicar el buen estado de los neumáticos.

En resumen lo ideal para realizar un mantenimiento eficaz de los neumáticos se deberá realizar una presión adecuada, mantener la profundidad reglamentaria y no desgastar en exceso los neumáticos con acciones innecesarias. Recordad que siempre que necesitéis un cambio de neumáticos podéis acudir a cualquiera de nuestros centros para realizarlo.

2.1.2 Antecedentes Referenciales.

Empresa CHEVROLET.

Guía de Supervivencia en accidentes

Te recomendamos pasos a seguir desde que ocurre un accidente hasta los servicios que Chevrolet te ofrece. Contó con los servicios mecánicos en cualquier concesionario o taller autorizado de la red Chevrolet.

Inmediatamente después de un choque

- ❖ Respira profundo. Trata de relajarte (sabemos que es difícil). Luego asegúrate de que estás bien. ¿No estás lastimado? Fantástico. Ahora asegúrate de que nadie más en tu auto ni en el otro vehículo estén lastimados.
- ❖ Si hay lesionados, pedí ayuda llamando al teléfono de emergencia. No abandones la escena de un accidente hasta que todos los asuntos hayan sido tenidos en cuenta. Mueve tu vehículo solamente si su posición lo coloca en peligro o si recibiste instrucciones de hacerlo de un funcionario autorizado.
- ❖ Dale a la policía y a otros terceros involucrados en el accidente sólo la información que te soliciten. No converses espontáneamente sobre tu condición personal, mental, o ninguna otra cosa no relacionada con el accidente. Esto te ayudará a protegerte ante posibles acciones judiciales posteriores al accidente.

- ❖ Si tu vehículo no funciona, averigua dónde se lo llevará el servicio de grúa. Pídele una tarjeta al conductor de la grúa o anota el nombre de su conductor, de la empresa de auxilio y un número de teléfono.
- ❖ Saca todos los artículos de valor del vehículo antes de que se lo lleve la grúa. Asegúrate de quedarte con la información de tu compañía de seguros y tu póliza si llevas estos documentos en el vehículo.
- ❖ Obtener la información importante que necesitas del otro conductor.
- ❖ Elegí un Concesionario Autorizado Chevrolet. Es la mejor manera de asegurarte de que tendrás repuestos originales Chevrolet.
- ❖ Lee cuidadosamente el presupuesto de la reparación y asegúrate de que entiendes el trabajo que se realizará en tu vehículo. Si tienes preguntas, no dudes en hacerlas para que te den una explicación. Los talleres de buenos antecedentes agradecen si se les da esta oportunidad.
- ❖ La única forma de obtener Repuestos Originales Chevrolet es pidiéndolos vos mismo. Pregunta en tu aseguradora o al Taller en el que se repara tu vehículo si será reparado con repuestos originales. Si la respuesta es positiva, estarás recibiendo el valor, la seguridad, la durabilidad y la tranquilidad que esperas. Si te dicen que utilizarán repuestos de otras marcas, tienes derecho a rechazarlos.

Mantenciones

¿Qué son las mantenciones preventivas?

Las mantenciones preventivas están enfocadas a la verificación del correcto funcionamiento de los distintos sistemas del automóvil, tales como:

- ❖ Motor
- ❖ Transmisión
- ❖ Frenos
- ❖ Suspensión
- ❖ Dirección
- ❖ Sistema eléctrico

Estas corresponden a operaciones mecánicas recomendadas por el fabricante para mantener un funcionamiento óptimo y en forma prolongada de su automóvil, alargando así su vida útil.

Concesionarios

¿Por qué realizar mantenciones preventivas en su servicio autorizado Chevrolet?

Los servicios técnicos autorizados Chevrolet son los que mejor conocen su vehículo y cuentan con mano de obra especializada, utilizan repuestos genuinos y herramientas especiales de alta tecnología, desarrolladas para cada modelo Chevrolet.

- ❖ Tenemos la red de servicios más completa a los largo de todo el país
- ❖ Brinda mayor seguridad y confianza en la conducción de su vehículo.
- ❖ Mantiene vigente la garantía de su vehículo.
- ❖ Todos los trabajos tienen garantía
- ❖ Valoriza su vehículo.
- ❖ Concesionarios

¿Por qué utilizar repuestos genuinos?

- ❖ Seguridad, los suministros genuinos están planteados para cumplir valiosos modelos de seguridad.
- ❖ Durabilidad, todo pedazo genuino es sometido a rigurosas pruebas de estabilidad y movimiento por el fabricante de su vehículo.
- ❖ Garantía, todos los repuestos genuinos ubicados en un Servicio Competente Autorizado detallan con una garantía de 12 meses o 20.000 kilómetros, independiente de la garantía de su vehículo.
- ❖ No exponga su auto a suministros no genuinos o alternos, ya que pueden causar daños irremediables no resguardados por la garantía, arriesgando su durabilidad, mal trabajo de los sistemas del vehículo y la seguridad de sus habitantes.

Misión:

Somos el Automóvil Club del Ecuador, una organización sin fines de lucro, que cree y participa en el desarrollo de una cultura vial segura, comprometidos en entregar a los socios; automovilistas; peatones; turistas y a la comunidad servicios con calidad, eficiencia y tecnología dentro y fuera del país, con los recursos humanos más competentes e innovadores, empeñados en servir con responsabilidad y puntualidad para generar productividad y beneficios al país.

Visión:

Consolidar un liderazgo en servicios automovilísticos, educativos viales y turísticos en el país, generando para ello mejoramiento continuo e innovación de sus servicios y productos, empeñados en alcanzar a futuro un rol protagónico en el desarrollo de una Cultura Vial segura.

Esta visión que explicitamos el año 2003, sigue guiando nuestra acción cotidiana, toda vez que lograr este liderazgo no sólo es un reto técnico, sino que además representa establecer y mantener presencia activa en gran parte de nuestro país.

En estos años hemos trabajado arduamente en el tema de concienciar a la comunidad en la importancia de tener una Cultura Vial segura, en la importancia de formar nuevos conductores responsables y también en apoyar a los jóvenes desde su etapa escolar en la toma de conciencia de la Cultura Vial.

Los niños tienen dos roles en su educación, por una parte es más fácil adquirir y lograr que perduren creencias y convicciones cuando estas son aprendidas a temprana edad y por otra parte sus comentarios pueden hacer reflexionar a un adulto en el momento en que un niño les llame la atención por su comportamiento vial.

La época moderna se caracteriza porque la población tiende a concentrarse en las ciudades, lo cual crea y profundiza conflictos en diversos aspectos de la vida humana. De allí, surge la necesidad de readecuar la estructura vial; la mejora y racionalización de los medios de transporte; el desarrollo de planes de seguridad

vial; la recuperación, mejoramiento y ampliación de los espacios públicos, para posibilitar una mejor calidad de vida para la gente.

Como se admite y proclama en nuestra Constitución, la mayor riqueza de nuestro país está constituida por las personas que la integramos, por lo que es imperativo que ciudadanos y gobernantes demos atención preferente a uno de los hechos que produce más pérdidas de vidas humanas y genera gran número de insatisfacciones: los accidentes de tránsito.

La principal prioridad que hemos dado a las actividades de nuestra Institución es fortalecer y canalizar la inclusión de la comunidad como agente creador y activo de una cultura de convivencia y mejor calidad de vida, especialmente para los más débiles o vulnerables, entre ellos: niños, adultos, mayores y personas con discapacidad.

Ser orientadores y actores en la educación de tránsito y seguridad vial ha sido nuestra propuesta esencial, de forma tal que además de impartir conocimientos de normas a los estudiantes en nuestras escuelas de conducción, hemos incluido la participación de peatones, viajeros, conductores, agentes y autoridades de tránsito, en este accionar. Todos ellos forman parte de la atmósfera de la cultura ciudadana, que afectan y son afectados por la gestión de la calidad en el uso de los espacios públicos, y disfrutan o padecen de todos los beneficios del vivir en sociedad.

Hemos sido impulsores de importantes cambios y mejoras en la Legislación de Tránsito, conscientes que aparte de desarrollar una convivencia armónica, pacífica, efectiva, se precisa introducir ciertos comportamientos no tan naturales entre las personas, como el respeto por los demás, incluyendo el derecho a la vida. De allí la necesidad de enseñar el uso y alcance de estas “reglas”, desde temprana edad en escuelas y colegios.

Una buena educación formadora en este sentido contribuye profundamente a crear una cultura vial, y es fundamental para impartir el conocimiento específico de las leyes vigentes, para que no queden escritas solamente como buenas intenciones o letra muerta.

Por todo lo anterior, durante estos años nos hemos concentrado en fortalecer la presencia nacional de nuestras Escuelas de Conducción, no sólo en la valoración de infraestructura física sino sobre todo de contenido, calidad y transparencia. Hemos producido diversos acercamientos y perfeccionado convenios con Instituciones del Estado para llegar de mejor forma a los niños de nuestro país en escuelas y colegios.

Hemos desarrollado amplias campañas para fijar en la imagen colectiva los conceptos más importantes que salvan vidas en las calles y carreteras, logrando espacios en los más diversos medios de comunicación masiva para mantener la atención de nuestros compatriotas en estos temas. En este sentido hemos ampliado la cobertura de parques viales, inaugurando uno en la ciudad de Guayaquil y otro en el sur de la ciudad de Quito.

Hemos logrado incrementar la cantidad de socios jóvenes de servicios a nuestra Institución, diversificando las formas de las membrecías como así mismo aumentando los servicios disponibles, manteniendo nuestra estrategia de ser innovadores a la vez que prácticos.

2.1.3 Fundamentación

Procesos administrativos

Del latín "ad" proviene la palabra administración, esto significa cumplimiento de una función bajo el mando de otra persona, es decir, prestación de un servicio a otro. Una radical transformación sufrió el significado de esta palabra. Interpretar los objetivos trazados y transformarlo en acción es la tarea actual de la administración, a través de la planeación, organizar, la dirección y el control de todas las actividades realizadas por las áreas, departamentos y niveles de la entidad con el fin de alcanzar tales objetivos de la manera más adecuada a la situación.

Son algunos o pasos que se deben seguir dentro de una empresa, para lograr la excelencia, dentro de los cuales está la integración corporativa, la estructura, los

recursos físicos y humanos y todas aquellas características que permiten que la entidad se pueda desarrollar dentro de la sociedad.

Las organizaciones están estructuradas bajo parámetros organizativos en donde se conjugan el talento humano y la realización de las acciones por las partes que la constituyen, es necesario que dentro de una estructura se establezcan planes de acciones indispensables caracterizados por el mando de políticas apropiadas para el registro y la toma de decisiones dentro de una empresa.

Las organizaciones bien sea pública como privada tiene como objetivo principal obtener un alto nivel de rendimiento de sus operaciones con un uso adecuado de sus recursos disponibles, por lo cual es indispensable el establecimiento de controles y evaluaciones de sus procedimientos a fin de determinar la situación real de la empresa, en función de plantear una efectiva toma de decisiones.

Dentro de este mundo tan cambiante y al dinamismo que rodea el ambiente administrativo, las organizaciones deben incorporar nuevas herramientas administrativas que le permitan realizar un uso seguro de los recursos propios o establecidos. Todo esto en justicia de hacer más fuerte el proceso administrativo en cualquiera de sus fases.

El proceso administrativo comprende las actividades interrelacionadas de: planificación, organización, dirección y control de todas las actividades que implican relaciones humanas y tiempo.

Con respecto a las condiciones actuales de la industria y del proceso de globalización de los estados, y donde los sistemas de información y producción están caracterizados por una creciente automatización, las condiciones que imponen el mercado y el comercio internacional se traducen en la necesidad de lograr mejoras en los estándares de productividad y en la calidad. Esto ha traído como consecuencia que los procesos administrativos hayan rebasado el ámbito estrictamente operativo de la empresa y estén, ahora más que nunca, vinculados estrechamente con la estrategia de expansión de la misma; donde el aumento de la productividad, eficacia y eficiencia, es determinante en la definición de metas y en la posición de la empresa en el mercado.

El idear una nueva "estrategia de negocios" percibe todo lo coherente con la distribución y filosofía corporativa, la que va más allá del desarrollo de nuevas tecnología y de los avances en ingeniería de producto, y está vinculada al perfeccionamiento de los procedimientos administrativos. En los que ahora ya no sólo se consideran los aspectos internos de las empresas sino también los relacionados con la visión que los clientes tiene de la misma y de los servicios que presta.

El mejoramiento de las prácticas administrativas se realiza con el objetivo de obtener resultados productivos de la más alta calidad, tanto para ofrecer mejores mercancías como servicios integrales a los clientes.

Además de perseguir el adecuado manejo de los recursos humanos, técnicos y financieros de la empresa tiene como meta la búsqueda de la información que permita al administrador o al empresario realizar una evaluación de los puntos críticos y de los puntos fuertes de la empresa, derivados de las condiciones tanto internas como externas a la misma. El conocimiento esos problemas permite establecer la estrategia y los cursos de acción a seguir para que la empresa pueda expandirse en el mercado y consolidar su posición en el mismo.

Las nuevas prácticas administrativas en la administración de personal son las que más se han transformado. Esta área funcional ya no sólo se ocupa de la descripción de puestos y la contratación de personal sino que trata de identificar los factores esenciales de los que surgen los conflictos entre el personal. Una vez realizado lo anterior, y con el objetivo de reducir la rotación de personal y para que el trabajo se desarrolle dentro de un contexto de seguridad y tranquilidad, se encarga de proponer soluciones alternativas y adecuadas a esos conflictos.

Se trabaja en estrecha colaboración con las áreas de relaciones industriales y de capacitación y adiestramiento del personal, por que el eficiente funcionamiento de la empresa no sólo depende del uso de mejores técnicas productivas sino también de contar con personal de mayores niveles de calificación. Esto se ha traducido en la mayor contratación de técnicos medios, personal de alta calificación y, en su conjunto, la implementación de programas de adiestramiento y capacitación de los trabajadores directos.

Inclusive, se tiene una clara consideración de que los trabajadores asumen con mayor responsabilidad los proyectos de aprendizaje y enseñanza, el sentido de herencia a una empresa, no tanto por los bosquejos de prestaciones y estímulos económicos, sino en gran medida por los estímulos de representación psicológico que crean el ánimo del trabajo grupal y el sentido de pertenencia a una empresa. De tal forma que una de las tareas principales de la administración de personal es lograr que todos los empleados, independientemente de su condición jerárquica y de la función técnica que realicen conozcan, comprendan y sientan que forman parte de una organización integral. Operar de esta forma permite a los trabajadores, en un clima de seguridad, desempeñar mejor sus funciones, cooperando y considerando el papel de los demás trabajadores.

Los beneficios que se obtienen de esta tendencia a colectivizar procesos operativos, técnicos y administrativos no sólo se relacionan con el incremento en los estándares de productividad sino que también se traducen en la adquisición de una mayor flexibilidad dentro de la organización. Esto le permite la rápida adaptación a las necesidades cambiantes de los clientes y al uso de nuevas tecnologías.

Se puede afirmar que en las condiciones actuales, la administración de los recursos humanos busca a través del fomento al trabajo colectivo, donde se comparta información, recursos y planes, mejorar el funcionamiento de la organización. Para que los bienes y servicios producidos o prestados satisfagan completamente las exigencias de calidad y de servicio de los clientes.

Por otra parte, y aunque los avances en el uso de redes y sistemas de información computarizada han impactado positivamente a todas las áreas funcionales de la empresa, es dentro del área financiera donde han tenido un mayor impacto. Volviendo más rápidas y eficientes las actividades desarrolladas en esta área funcional.

Es importante indicar que el nuevo enfoque administrativo que como se puede observar vincula las condiciones internas de la empresa con las necesidades de clientes y proveedores, da especial atención al cuidado que la empresa debe al entorno ecológico. Lo que hace necesario que desde el ámbito administrativo, y en

cooperación con las áreas de producción y de ingeniería de productos, se esté buscando desarrollar procesos productivos que así como generen ganancias para la empresa permitan la protección del medio ambiente. O bien que el impacto que sufra, derivado de la actividad de la empresa, se el menor posible.

Dentro de los planes de la empresa se está considerando la interdependencia entre las actividades operativas-administrativas y productivas de la empresa y el entorno ecológico en la que éstas se desarrollan. En ese sentido muchas empresas se han dado a la tarea de integrar una serie de planes y programas para el control de emisiones de contaminantes, que consisten tanto en la capacitación para el manejo de desechos sólidos y líquidos hasta la instalación de equipos de medición y muestreo, y la puesta en operación de ductos o chimeneas anticontaminantes, según se requiera.

Lo anterior nos permite afirmar que la ampliación de los mercados, la modernización económica, el mejoramiento tecnológico, la investigación y el desarrollo de nuevos productos que se da a la tarea de mejorar la calidad de los bienes y servicios, procurando no romper el equilibrio ecológico natural, se han traducido en una total transformación de los procesos administrativos. Los que además de centrar su atención en la planeación y control de los procesos operativos dentro de la empresa tienen también una importante participación en el establecimiento de estrategias productivas, donde la necesidad de mantener el equilibrio ecológico queda en primer plano.

Toma de decisiones como parte del proceso administrativo

El administrador tiene la responsabilidad de tomar de decisiones. Con frecuencia se dice que las decisiones son algo así como el motor de los negocios y en efecto de la adecuada selección de alternativas depende en gran parte el éxito de cualquier organización.

Una decisión puede variar en trascendencia y connotación. Sea cuales la decisión es necesaria:

1. Definir el problema. Para tomar una decisión es básico definir perfectamente cuál es el problema que hay que resolver y no confundirlo con los colaterales.
2. Analizar el problema. Una vez determinado el problema es necesario desglosar sus componentes, así como los componentes del sistema en que se desarrolla a fin de poder determinar posibles alternativas de solución.
3. Evaluar las alternativas. Consiste en determinar el mayor número posible de alternativas de solución, estudiar ventajas y desventajas que implican, así como la factibilidad de su implementación, y los recursos necesarios para llevar a cabo de acuerdo con el marco específico de la organización

La toma de decisiones en una organización invade cuatro funciones administrativas que son: planeación, organización, dirección y control.

El proceso de la toma de decisiones se divide en cuatro fases:

1. Investigar la situación: para tomar decisiones es necesario, en primer lugar, identificar las causas que produjeron el problema, partiendo de preguntas tales como ¿qué pudo originar el problema?, para conocer así las fuentes del problema y definirlo en función de los objetivos organizacionales. Una vez definido el problema, lo siguiente será decidir lo que constituya una buena solución para no desviarse de los objetivos de la decisión de manera que tenga base para proponer y evaluar soluciones alternativas.
2. Desarrollar opciones: una vez analizado el problema se hace necesario buscar la solución, pero no dentro de una alternativa, sino preparar un conjunto de alternativas. Así evitamos caer en posiciones extremas sin cubrir la amplitud necesaria.
3. Evaluar opción y seleccionar la mejor: la alternativa que se seleccione debe representar la mejor solución al problema. El camino lógico para esto, debe ser el establecer el pro y el contra de cada alternativa, ventajas y desventajas y comparar unas con otras. Para facilitar la elección de la mejor alternativa es necesario considerar algunos criterios tales como:
 - ❖ Riesgo: deben compararse los riesgos dentro de cada curso de acción posible con los beneficios separados. Hay que valorizar las probabilidades de la alternativa y la solución que plantea.

- ❖ Esfuerzo económico: consiste en juzgar la eficiencia de la solución, que significa el mejor resultado con el menor esfuerzo posible.
- ❖ Limitación de los recursos: es necesario siempre considerar los recursos, tanto de orden material como social, pues es evidente que estos son comúnmente limitados y por otra parte existen las propias limitaciones del personal para llevar a cabo la decisión.

Poner en práctica la decisión y hacer su seguimiento: esta fase es esencial pues le da valor y contenido a todas las demás. De nada vale tomar una decisión, si la decisión no se hace efectiva mediante la acción. Poner en práctica una decisión requiere de algo más que dar las órdenes correspondientes. Deben adquirirse recursos y asignarse conforme sea necesario. Los gerentes establecen presupuestos y programas para las acciones. Asignar responsabilidades de las tareas específicas. Establecer procedimientos, realizar los informes de avance y establecer un control y seguimiento de la decisión.

La toma de decisiones en una organización invade cuatro funciones administrativas que son: planeación, organización, dirección y control.

Fundamentación científica

¿Qué es la mecánica?

Dentro de las divisiones clásicas de la física está la mecánica. Tanto en griego como en latín el término quiere decir “arte de construir máquinas”. Debido a ello los griegos, que consideraban los trabajos manuales como algo de la gente común, no guardan grandes tratados sobre el tema. Es en la edad media y el renacimiento donde se aprecia mejor la utilidad de las máquinas y del desarrollo de los principios que ya eran conocidos desde la antigüedad.

Hoy día la definimos como el área de la física que estudia el movimiento en su forma (cinemática) o en sus causas (dinámica). Se considera que Isaac Newton es el padre de la mecánica moderna y que todo empezó con una manzana que le cayó en la cabeza pero lo cierto es que él se enfrascó en demostrar que Galileo tenía la razón en cuanto a sus especulaciones sobre el movimiento y con ello

termina inventando el cálculo. Lo de la manzana es una leyenda que al parecer viene de una de sus explicaciones en sus clases, aunque en realidad no hay ningún escrito que haga alguna referencia al tema.

Herramientas básicas de un taller mecánico

El término mecánico se relata especialmente para apelar a todos los expertos que se dedican a la construcción de equipos industriales y maquinarias, así como de su ensambladura y de su mantenimiento cuando estos mismos están en servicio. En general los profesionales contienen una diversidad en especialidad de mecánicos según la tarea que desarrollen:

Así existen diferentes tipos de talleres y fábricas de construcción de equipos y maquinaria, siempre las personas vinculadas a estas áreas se especializan según el artefacto o herramienta que manipulen, como puede ser: Ajustador, operarios, fresadores, rectificador, instrumentos, etc.

Las personas que se encuentran relacionados a los montajes de maquinarias, se les identifica como operarios montadores, por lo que se dedican de la subsistencia de maquinaria o sea de la supervivencia de ellos, se los hace saber con el nombre de: mecánicos de automoción, maquinales de barcos, maquinales de trenes, mecánicos de aviones, etc. Para que un profesional bien capacitado en esta rama se debe adquirir mucha experiencia y años de aprendizaje tanto teórico como en la práctica, la cual se empieza desde una base muy temprana en los Institutos de Formación Profesional.

Un profesional mecánico que continúe sus estudios, puede graduarse como Técnico Mecánico y poder trabajar en la Oficina técnica de proyecto y diseño de maquinaria y mecanismos industriales. En sus labores competitivos los mecánicos operan una buena cantidad de herramientas e elementos de medición, muestra de la cual se adjunta en este artículo.

Esquema funcional de polipasto

Figura 8 Polipastos



Polipasto.- O aparejo, estos dispositivos se utilizan mucho en los talleres que operan piezas muy gigantes y pesadas. Sirven para proveer la distribución de estos fragmentos pesados en los diferentes equipos-

herramientas que hay en el taller. Suelen estar sujetos a un apoyo giratorio que hay en cada una de las máquinas, o ser movedizos de uno lugar a otro. Los aparejos tienen heterogéneos tamaños o potencia de elevación, los pequeños se manipulan a mano y los más grandes llevan un motor eléctrico.³

Punzón. Este utensilio suele tener diferentes tamaños y se maneja básicamente para extraer pasadores en el desmontaje de piezas unidas a un mismo eje.

Punta de trazar.- Se utiliza para trazar líneas de referencias, tales como ejes de simetría, centros de taladros, o excesos de material en las piezas que hay que trabajar, porque durante el proceso deja una huella difícil de sacar durante el proceso de mecanizado.

Remachadora

Muy utilizada en bricolaje y carpintería metálica. Los remaches son unos ejes que se utilizan para la alianza de piezas que no sean desmontables, tanto de metal como de madera. La unión con remaches garantiza una fijación de unas piezas con otras.

Sargento (herramienta).- Muchos profesionales la emplean, principalmente en carpintería, se forma de dos mordazas, regulables con un tornillo de presión. Básicamente la utilizan para sujetar piezas que van a ser mecanizadas si son metales o van a ser pegadas con un pegamento si se trata de madera.

³ Ezefero, <http://www.hechoxnosotrosmismos.com/t554-polipasto>, extraído en Noviembre 10 del 2011

Sierra manual

Es una herramienta de corte que está compuesta de dos elementos especiales. De una parte está el arco o soporte donde se fija mediante tornillos tensores y la otra es la hoja de sierra que se utiliza para el corte.

Tenaza extensible

Hay mangos normales que son para separar puntas o cortar alambres de púas y tenazas extensibles que es un instrumento muy útil para agarrar aparatos que un alicata normal no tiene apertura suficiente para sujetar.

Se trabaja como un roscado manual de pernos y tornillos, que deben estar ajustados con las características de la rosca que se trate.

Tijeras cortachapas

El uso principal que hace de ésta para cortar láminas de embalajes y planchas de poco espesor. Siempre hay que mantenerlas afiladas y que el volumen o el grosor de la chapa sea adecuado al tamaño de la tijera.

Tornillo de banco

Es una colección sólida y resistente que tiene dos mordazas, una de ellas es fija y la otra se abre y se cierra cuando se gira con una palanca un tornillo de rosca cuadrada. Se atornilla a un tablero de trabajo y es muy usual en los talleres de mecánica. En ciertas ocasiones estas piezas suelen ser delicadas o frágiles que deben ser protegidas las mordazas con fundas de un material blando llamadas galteras.⁴

Equipo básico de herramientas de un taller o de un profesional mecánico.

Los instrumentos primordiales de un taller mecánico se clasifican en cuatro grupos, en primer lugar tenemos las herramientas de cortes, que se utilizan para en los

⁴ MARKO, Antonio: *Herramientas Básicas de un Taller*, <http://mecanicageneral1.blogspot.com/2009/09/herramientas-basicas-de-un-taller.html>, extraído el 14 Diciembre 2011.

materiales que son poco flexibles que de un acero normal sin templar. Los materiales endurecidos no se pueden trabajar con las herramientas manuales de corte. De las cuales a continuación detallaremos las herramientas manuales:

Sierra de mano, lima, broca, macho de roscar, escariador, terraja de roscar, tijera, cortafrío, buril, cincel, cizalla, tenaza.

En segundo lugar los instrumentos que se utilizan para sujetar piezas o atornillar piezas. En este grupo se pueden considerar las siguientes: Llave, alicate, destornillador, tornillo de banco, remachadora, sargento. En tercer lugar, herramientas de variedad de funciones que se pueden catalogar en un capítulo de varios, y son las siguientes: Martillo, granete, extractor mecánico, números y letras para grabar, punzón cilíndrico, polipasto, gramil, punta de trazar, compás, gato hidráulico, mesa elevadora hidráulica. En cuarto lugar, pueden citarse herramientas de medida más habituales en un taller mecánico: Regla graduada, flexómetro, goniómetro, calibre pie de rey, micrómetro.

A continuación se hace una somera descripción de las herramientas citadas.

Alicate: Son instrumentos necesarios en cualquier equipo básico con herramientas manuales porque son muy utilizados, ya que sirven para impedir, doblar o cortar. Hay muchos tipos de alicates, entre los que cabe destacar los siguientes: Universales, de corte, de presión, de cabeza plana, y de cabeza redonda, etc.

Broca de usos múltiples: En cualquier labor mecánico o de bricolaje, es necesario para realizar agujeros. Para ejecutar un agujero es necesaria la concurrencia de una máquina que impulse en la broca la velocidad de giro suficiente y que tenga la fuerza necesaria para poder taladrar el agujero que se desee. Hay muchos ejemplares de brocas de acuerdo a su tamaño y material constituyente.

Cizalla Por el nombre de cizalla se identifica a una herramienta y a una máquina poderosa con motor eléctrico. La cizalla tiene la forma que una tijera normal, su funcionamiento es más potente y seguro en la precisión del corte que las tijeras convencionales

Compás (herramienta). Se utiliza en los obrajes de mecanizado para diseñar circunferencias y verificar diámetros de piezas tanto exteriores como interiores.

Cortafrío, buril y cincel. Son herramientas manuales diseñadas para cortar, ranurar o desbastar material en frío mediante el golpe que se da a estas herramientas con un martillo adecuado. Las deficiencias que pueden presentar estas herramientas es que el filo se puede deteriorar con facilidad, por lo que es necesario un reafilado. Si se utilizan de forma continuada hay que poner una protección anular para proteger la mano que las sujeta cuando se golpea.

Destornillador. Es para apretar tornillos que solicitan de poca fuerza y que generalmente son de diámetro pequeño. Hay cuatro tipos de cabeza de tornillos: cabeza redonda, avellanada, estrella y torx. Para sujetar bien estos tipos de tornillos se utilizan un destornillador diferente para cada una de la forma que tenga la ranura y así obtenemos destornilladores de pala, Philips, o de estrella y torx. Los destornilladores de uso profesional saben apretar rápido a los tornillos, estos dispositivos tienen cabezales o cañas intercambiables, con lo que se pueden apretar cualquier tipo de cabeza que se presente.

Escariador. Es una herramienta que se consigue hacer agujeros de precisión cuando no es posible conseguirlos con una operación de taladrado normal. Los escariadores normalizados se fabrican para conseguir agujeros con tolerancia H7, y con diámetros normales en milímetros o pulgadas.

Extractor mecánico. Es para extraer las poleas, engranajes o cojinetes de los ejes, cuando estos se encuentran muy apretados y no salen con la fuerza de las manos.

Granete. Es una herramienta con presentación de puntero de acero templado afilado en un extremo con una punta de 60° aproximadamente que se utiliza para marcar el lugar exacto en una pieza donde haya que hacerse un agujero, cuando no se instala una plantilla adecuada.

Lima. Herramienta de corte resistente en una barra de acero al carbono con ranuras, y con una empuñadura llamada mango, que se utiliza para desbastar y afinar todo tipo de piezas metálicas, de plástico o de madera.

Juego de llaves fijas

Llave. Se utiliza para el apriete de tornillos. Existen llaves de diversas formas y tamaños, entre las que destacan las llaves de boca fija, las de boca graduable y las dinamométricas.

Macho de roscar. Es una herramienta manual de corte que se utiliza para efectuar el roscado de agujeros que han sido previamente taladrados a una medida adecuada en alguna pieza metálica o de plástico. Existen dos tipos de machos, de una parte los machos que se utilizan para roscar a mano y de otra los que se utilizan para roscar a máquina

Martillo. Es una herramienta que se utiliza para golpear objetos duros como clavos, madera etc, y posiblemente sea una de las más antiguas que existen. Para grandes esfuerzos existen martillos neumáticos y martillos hidráulicos, que se utiliza en minería y en la construcción básicamente. Entre los martillos manuales cabe destacar, martillo de ebanista, martillo de carpintero, maceta de albañil, martillo de carroceros y martillo de bola de mecánico. Asimismo es importante la gama de martillos no férricos que existen, con bocas de nailon, plástico, goma o madera y que son utilizados para dar golpes blandos donde no se pueda deteriorar la pieza que se está ajustando.

Números y letras para grabar. Hay numerosas fracciones de mecánica que una vez mecanizadas hay que sellarlas con algunos símbolos o con algunos números, que se suelen llamar "referencia de la pieza". Cuando se tala un equipo o una máquina se van grabando los fragmentos de forma que luego se pueda saber el orden de montaje que tienen para que éste sea correcto.

Terraaja de roscar. Es una herramienta de corte que se utiliza para el roscado manual de pernos y tornillos, que deben estar calibrados de acuerdo con la característica de la rosca que se trate.⁵

Instrumentos de medición y verificación en fabricación mecánica

Toda tarea mecánica lleva consigo la necesidad de tomar medidas de las piezas y trabajos que se están realizando, por lo que existen un conjunto básico de instrumentos de medida, tales como.

Cinta métrica. Es un instrumento de medición que se construye en una delgada lámina de acero al cromo, o de aluminio, o de un tramado de fibras de carbono unidas mediante un polímero de teflón (las más modernas). Las cintas métricas más usadas son las de 10, 15, 20, 25, 30, 50 y 100 metros.

Escuadra. La escuadra que se utiliza en los talleres es totalmente de acero, puede ser de aleta o plana y se utiliza básicamente para trazado y la verificación de perpendicularidad de las piezas mecanizadas.

Flexómetro. Es una herramienta de cálculo semejante a una cinta métrica, pero con una peculiaridad que está fundado de hoja elástica que se envuelve en fuelle tipo persiana, dentro de un embalaje de plástico. Se elaboran en longitudes comprendidas entre uno y cinco metros, y algunos embalajes disponen de un freno para frenar el enrollado automático de la cinta.

Goniómetro (instrumento). Es una herramienta de medida que se maneja para calcular ángulos, confirmación de conos, y puesta a punto de las máquinas de los talleres de mecanizado.

Gramil. Es un instrumento de medición y trazado que se utiliza en los laboratorios de metrología y control de calidad, para realizar todo tipo de trazado en piezas como por ejemplo ejes de simetría, centros para taladros, excesos de mecanizado etc.

Micrómetro (instrumento). Es un utensilio de medición cuya labor está basada en el tornillo micrométrico que sirve para calcular con alta precisión el orden de

⁵ MONTILVA, Daniel: *Herramientas utilizadas en un taller de metal*, http://montilvap.blogspot.com/2010/11/her_r_amientas-utilizadas-en-un-taller_-de.html, extraído en Diciembre 20 del 2011.

centésimas en milímetros (0,01 mm) y de milésimas a milímetros (0,001 mm) (micra) las dimensiones de un objeto.

Nivel (instrumento). Es un instrumento de medición utilizado para determinar la horizontante o el alzamiento de un elemento. Existen distintos tipos y son utilizados por agrimensores, carpinteros, albañiles, herreros, trabajadores del aluminio, etc. Un nivel es un instrumento muy útil para la construcción en general e incluso para colocar un cuadro ya que la perspectiva genera errores.

Reloj comparador

Pie de rey. El calibre o pie de rey, es un instrumento para medir dimensiones de objetos relativamente pequeños, desde centímetros hasta fracciones de milímetros (1/10 de milímetros o hasta 1/20 de milímetro).

Regla (instrumento). Es un instrumento de medición, construida de metal, madera o material plástico, que tiene una escala graduada y numerada en centímetros y milímetros y su longitud total rara vez supera el metro de longitud.

Reloj comparador. Es un instrumento de medición que se utiliza en los talleres e industrias para la verificación de piezas ya que por sus propios medios no da lectura directa, pero es útil para comparar las diferencias que existen en la cota de varias piezas que se quieran verificar⁶

Máquinas herramientas convencionales

Entre las máquinas herramientas básicas se encuentran el torno, las perfiladoras, las cepilladoras y las fresadoras. Hay además máquinas taladradoras y perforadoras, pulidoras, sierras y diferentes tipos de máquinas para la deformación del metal.

Perfiladora.

La perfiladora se utiliza para obtener superficies lisas. El útil se desliza sobre una pieza fija y efectúa un primer recorrido para cortar salientes, volviendo a la posición original para realizar el mismo recorrido tras un breve desplazamiento lateral. Esta máquina utiliza un útil de una sola punta y es lenta, porque depende de los

⁶ MILLAN GÓMEZ, Simón: *Procedimientos de Mecanizado - Herramientas más usadas*, <http://aor.metalmecanica.blogspot.com/2010/02/herramientas-mas-usadas.html>, extraído en Diciembre 22 del 2011

recorridos que se efectúen hacia adelante y hacia atrás. Por esta razón no se suele utilizar en las líneas de producción, pero sí en fábricas de herramientas y troqueles o en talleres que fabrican series pequeñas y que requieren mayor flexibilidad.

Cepilladora

Esta es la mayor de las máquinas herramientas de vaivén. Al contrario que en las perfiladoras, donde el útil se mueve sobre una pieza fija, la cepilladora mueve la pieza sobre un útil fijo. Después de cada vaivén, la pieza se mueve lateralmente para utilizar otra parte de la herramienta. Al igual que la perfiladora, la cepilladora permite hacer cortes verticales, horizontales o diagonales. También puede utilizar varios útiles a la vez para hacer varios cortes simultáneos.

Fresadora

En las fresadoras, la pieza entra en contacto con un dispositivo circular que cuenta con varios puntos de corte. La pieza se sujeta a un soporte que controla su avance contra el útil de corte. El soporte puede avanzar en tres direcciones: diagonal, horizontal y vertical. En algunos casos también puede girar. Las fresadoras son las máquinas herramientas más versátiles. Permiten obtener superficies curvadas con un alto grado de precisión y un acabado excelente. Los distintos tipos de útiles de corte permiten obtener ángulos, ranuras, engranajes o muescas.

Taladradoras y perforadoras

Las máquinas taladradoras y perforadoras se utilizan para abrir orificios, para modificarlos o para adaptarlos a una medida o para rectificar o esmerilar un orificio a fin de conseguir una medida precisa o una superficie lisa.

Hay taladradoras de distintos tamaños y funciones, desde taladradoras portátiles a radiales, pasando por taladradoras de varios cabezales, máquinas automáticas o máquinas de perforación de gran longitud.

La perforación implica el aumento de la anchura de un orificio ya taladrado. Esto se hace con un útil de corte giratorio con una sola punta, colocado en una barra y

dirigido contra una pieza fija. Entre las máquinas perforadoras se encuentran las perforadoras de calibre y las fresas de perforación horizontal y vertical.

Pulidora

El pulido es la eliminación de metal con un disco abrasivo giratorio que trabaja como una fresadora de corte. El disco está compuesto por un gran número de granos de material abrasivo conglomerado, en que cada grano actúa como un útil de corte minúsculo. Con este proceso se consiguen superficies muy suaves y precisas. Dado que sólo se elimina una parte pequeña del material con cada pasada del disco, las pulidoras requieren una regulación muy precisa. La presión del disco sobre la pieza se selecciona con mucha exactitud, por lo que pueden tratarse de esta forma materiales frágiles que no se pueden procesar con otros dispositivos convencionales.

Sierras

Las sierras mecánicas más utilizadas se pueden clasificar en tres categorías, según el tipo de movimiento que se emplea para realizar el corte: de vaivén, circulares o de banda. Las sierras suelen tener un banco o marco, un tornillo para sujetar la pieza, un mecanismo de avance y una hoja de corte.

Prensas

Las prensas dan forma a las piezas sin eliminar material, o sea, sin producir viruta. Una prensa consta de un marco que sostiene una bancada fija, un pistón, una fuente de energía y un mecanismo que mueve el pistón en paralelo o en ángulo recto con respecto a la bancada. Las prensas cuentan con troqueles y punzones que permiten deformar, perforar y cizallar las piezas. Estas máquinas pueden producir piezas a gran velocidad porque el tiempo que requiere cada proceso es sólo el tiempo de desplazamiento del pistón.

Forja

Proceso de modelado del hierro y otros materiales maleables golpeándolos o troquelándolos después de hacerlos dúctiles mediante aplicación de calor. Las

técnicas de forjado son útiles para trabajar el metal porque permiten darle la forma deseada y además mejoran la estructura del mismo, sobre todo porque refinan su tamaño de grano. El metal forjado es más fuerte y dúctil que el metal fundido y muestra una mayor resistencia a la fatiga y el impacto.

Forja manual

La forja manual es la forma más sencilla de forjado y es uno de los primeros métodos con que se trabajó el metal. Primero, el metal se calienta al rojo vivo en el fuego de una fragua, y después se golpea sobre un yunque para darle forma con grandes martillos denominados machos de fragua. Ésta es un hogar abierto construido con una sustancia refractaria y duradera, como ladrillo refractario, y dotado de una serie de aberturas por las que se fuerza el aire mediante un fuelle o un ventilador. En la fragua se emplean como combustible diversos tipos de carbón, entre ellos coque o carbón vegetal. El herrero además de martillos, emplea otras herramientas en las diferentes operaciones de forja.

En general existen seis tipos básicos de forjado: el engrosado, que consiste en reducir la longitud del metal y aumentar su diámetro; la compresión para reducir el diámetro del metal; el doblado; la soldadura, o unión de dos piezas de metal por semifusión; el perforado, o formación de pequeñas aberturas en el metal, y el recortado o realización de grandes agujeros.

Para engrosar una pieza de metal se golpea a lo largo de la dimensión más larga (por ejemplo, el extremo de una barra o varilla), lo que acorta y comprime la pieza. La compresión se logra golpeando el trozo de metal mientras se sujeta sobre el yunque con alguna de las diversas herramientas cóncavas llamadas estampas de forja. El doblado se consigue golpeando la pieza alrededor de un molde o haciendo palanca con la pieza en un punto de apoyo. Para soldar hierro en la fragua, se aplica en primer lugar un fundente como el bórax al metal calentado, para eliminar cualquier posible óxido en las superficies de las piezas, y después se juntan éstas golpeando una contra otra a altas temperaturas; si está bien hecha, una junta soldada de este tipo es homogénea y tan resistente como el metal original. Para taladrar agujeros pequeños se apoya el trozo de metal en una pieza anular situada encima del yunque y se atraviesa con un punzón a golpes de martillo. Para recortar

agujeros mayores o trozos de metal se emplean cinceles pesados y afilados, similares a los cortafríos utilizados para cortar metal en frío. La combinación de varias operaciones puede producir piezas forjadas de una gran variedad de formas.

Forja mecánica

La principal diferencia entre la forja manual y mecánica es que en la segunda se emplean diversos martillos y prensas mecánicas en lugar de machos de fragua. Estas máquinas permiten al operador golpear el metal con fuerza y rapidez y producir piezas forjadas de gran tamaño y alta calidad con la velocidad que exigen las modernas cadenas de montaje. Otra ventaja del forjado mecánico es que cuanto más fuerte sean los golpes durante el forjado, más se mejora la calidad de la estructura metálica. Trabajando toda la pieza a la vez se obtiene un tamaño de grano muy fino, que proporciona una máxima resistencia al impacto. Cuando se forja a mano una pieza grande, sólo se deforma la superficie, mientras que un martillo o prensa mecánicos deforman el metal de toda la pieza.

Un tipo especial de forja mecánica es la forja con troquel, también llamada estampación en caliente. En este método se coloca el metal caliente y blando entre dos troqueles y se presiona el troquel superior contra el inferior, lo que fuerza al metal caliente a entrar en las cavidades de los troqueles, como ocurre en la acuñación de monedas.

Para reducir un trozo de metal caliente a un tamaño determinado se emplean a veces piezas de forja. Se trata de dos rodillos cuya sección transversal no es circular, sino que tiene forma de leva. Los rodillos sólo se palpan y trabajan el metal durante una parte de cada rotación, por lo que sólo comprimen parte del metal que les llega.

Las operaciones de forja mecánica se efectúan muchas veces mediante una continuación de troqueles acoplados en la misma prensa o martillo, que se ubican de modo secuencial para crear la pieza final tras una serie de pasos.

El Modelo de las "Cinco Fuerzas" de Porter

Es muy notorio el enfoque para la proyección de la destreza corporativa, planteado en 1980 por Michael Porter, en su libro *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Según Porter, constan cinco fuerzas que comprueban los resultados de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia industrial:

Amenaza de entrada de nuevos competidores: El atractivo del mercado o el segmento depende de qué tan fáciles de franquear son las barreras para los nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

Rivalidad entre los competidores: Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Poder de negociación de los proveedores: Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación se complica aún más si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aun más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.

Poder de negociación de los compradores: Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, porque permite que pueda haber sustituciones por igual o menor costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se

hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

Amenaza de ingreso de productos sustitutos: Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

Para éste tipo de modelo tradicional, la defensa consistía en construir barreras de entrada alrededor de una fortaleza que tuviera la corporación. Gracias a la protección que ésta ventaja competitiva le daba, podría obtener utilidades que luego invertiría en investigación y desarrollo, para financiar una guerra de precios o para invertir en otros negocios.

Porter señaló seis barreras de entrada que serían útiles para que la corporación se asegurara una ventaja competitiva.

Economías de Escala: Debido a que sus altos volúmenes permiten reducir costos, el que las posea le dificultará a un nuevo competidor entrar con precios bajos.

Diferenciación del Producto: Si la corporación diferencia y posiciona fuertemente su producto, la compañía entrante debe hacer cuantiosas inversiones para reposicionar a su rival. Hoy la velocidad de copia con la que reaccionan los competidores o sus mejoras al producto existente buscando crear la precepción de una calidad más alta, erosionan ésta barrera.

Inversiones de Capital: Si la corporación tiene fuertes recursos financieros tendrá una mejor posición competitiva frente a competidores más pequeños, esto le permitirá sobrevivir más tiempo que éstos en una guerra de desgaste, invertir en activos que otras compañías no pueden hacer, tener un alcance global o ampliar el mercado nacional e influir sobre el poder político de los países o regiones donde operan. En la actualidad la mayoría de los países del mundo se han promulgado leyes antimonopólicas tratando por lo menos en teoría de evitar que las fuertes concentraciones de capital destruyan a los competidores más pequeños y más

débiles. No obstante su fuerza financiera, la corporación debe tener en cuenta que los pequeños competidores pueden formar alianzas o recurrir a estrategias de nichos.

Desventaja en Costos independientemente de la Escala: Sería el caso cuando compañías establecidas en el mercado tienen ventajas en costos que no pueden ser emuladas por competidores potenciales independientemente de cuál sea su tamaño y sus economías de escala. Esas ventajas podían ser las patentes, el control sobre fuentes de materias primas, la localización geográfica, los subsidios del gobierno, su curva de experiencia. Para utilizar ésta barrera la compañía dominante utiliza su ventaja en costos para invertir en campañas promocionales, en el rediseño del producto para evitar el ingreso de sustitutos o en nueva tecnología para evitar que la competencia cree un nicho.

Acceso a los Canales de Distribución: En la medida que los canales de distribución para un producto estén bien atendidos por las firmas establecidas, los nuevos competidores deben convencer a los distribuidores que acepten sus productos mediante reducción de precios y aumento de márgenes de utilidad para el canal, compartir costos de promoción del distribuidor, comprometerse en mayores esfuerzos promocionales en el punto de venta, etc, lo que reducirá las utilidades de la compañía entrante. Cuando no es posible penetrar los canales de distribución existentes, la compañía entrante adquiere a su costo su propia estructura de distribución y aún puede crear nuevos sistemas de distribución y apropiarse de parte del mercado.

Política Gubernamental: Las políticas gubernamentales pueden limitar o hasta impedir la entrada de nuevos competidores expidiendo leyes, normas y requisitos. Los gobiernos fijan, por ejemplo, normas sobre el control del medio ambiente o sobre los requisitos de calidad y seguridad de los productos que exigen grandes inversiones de capital o de sofisticación tecnológica y que además alertan a las compañías existentes sobre la llegada o las intenciones de potenciales contrincantes. Hoy la tendencia es a la desregularización, a la eliminación de subsidios y de barreras arancelarias, a concertar con los influyentes grupos de interés político y económico supranacionales y en general a navegar en un mismo

océano económico donde los mercados financieros y los productos están cada vez más entrelazados.

La estrategia es incrementalmente dinámica. Las fuentes de ventajas tradicionales ya no proporcionan seguridad a largo plazo. Las barreras tradicionales de entrada al mercado están siendo abatidas por jugadores hábiles y rápidos. La fortaleza de una estrategia dada no está determinada por el movimiento inicial, sino por que tan bien nos anticipamos y enfrentamos a las maniobras y a las reacciones de los competidores y a los cambios en las demandas de los clientes a través del tiempo.

El éxito de la estrategia depende de que tan efectivamente ésta pueda manejar los cambios que se presenten en el ambiente competitivo. La globalización y el cambio tecnológico están creando nuevas formas de competencia; la desregularización está cambiando las reglas de la competencia en muchas industrias; los mercados se están volviendo más complejos e impredecibles; los flujos de información en un mundo fuertemente interconectado le están permitiendo a las empresas detectar y reaccionar frente a los competidores mucho más rápidamente.

Esta competencia acelerada nos está diciendo que ya no es posible esperar por la acción del competidor para nosotros decidir cómo vamos a reaccionar. El nuevo grito de guerra es anticiparse y prepararse para enfrentar cualquier eventualidad. Cada movimiento de la competencia debe enfrentarse con una rápida contramaniobra, puesto que cualquier ventaja es meramente temporal.

Control de proceso.

Es establecer las medidas de corrección necesaria para así evitar desviaciones en la ejecución de los planes.

Puesto que el control envuelve la existencia de metas y planes, y ningún administrador puede controlar sin ellos. Un jefe puede administrar los planes pasados para ver dónde y cómo erraron, para descubrir qué ocurrió y porqué, y tomar las medidas necesarias para evitar que vuelvan a ocurrir los errores. Sin embargo, el mejor control previene que sucedan las desviaciones, anticipados a ellas.

Elementos del control.

1. Correlación con lo proyectado. El control está identificado lograr y obtener los objetivos que se fundan en la planeación.
2. Medición. Estratégicamente se mide en cuantitativa y cualitativa en los resultados.
3. Detectar desviaciones. Una de las funciones inherentes al control, es descubrir las discrepancias que se presentan entre la ejecución y la planeación.
4. Establecer medidas correctivas. Para así evitar errores.

Importancia.

El control es de vital importancia dado que:

1. Implanta medidas para corregir las acciones, de igual manera que se obtenga proyectos positivos alcanzados.
2. Se aplica a todo: en general al entorno, equipo de trabajo y materiales que poseen las empresas.
3. Determina y analiza las circunstancias que pueden originar desviaciones en el futuro.
4. Localiza a los lectores responsables de la gestión, desde el momento en que se instituyen medidas correctivas.
5. Suministra investigación acerca de la situación de la ejecución de los procedimientos, sirviendo como fundamento al reiniciarse el proceso de planeación.
6. Reducir precios y economizar el tiempo.
7. Su estudio incide directamente a la Operacionalización del anterior gobierno y consecuentemente, en el logro de la obtención de todos los recursos de la empresa.

Principios.

Prácticamente la aplicación del control debe fundamentarse en ciertos principios: A cada conjunto de delegación debe proporcionar la categoría de control oportuno. De la misma manera que la máxima jerarquía se encomienda la responsabilidad y se comparte, al delegar autoridad es preciso establecer los mecanismos suficientes

para verificar que se está cumpliendo con el compromiso conferida, y que la autoridad delegada está siendo debidamente ejercida.

De los objetivos.

Se refiere a la vigilancia existente en el cargo de los objetivos, es decir, el registro no es un fin, sino un intermedio para conseguir los objetivos preestablecidos.

De la oportunidad.

El control, para que sea eficaz, necesita ser adecuado, se entiende que debe emplear antes de que se produzca el error. De tal manera que sea posible tomar medidas correctivas, con anticipación.

De las desviaciones.

Todas las variaciones o desviaciones que se presenten en proporción con los procedimientos deben ser examinadas uno a uno, de la mejor manera que sea posible conocer las causas que las originaron, a fin de tomar las medidas necesarias para evitarlas en el futuro.

Costeabilidad.

Es un método de control que debe justificar el costo que este represente en tiempo y recursos monetarios, en relaciona con las ventajas reales que este reporte.

De excepción.

El control debe aplicarse, preferentemente, a las actividades excepcionales o representativas, a fin de reducir costos y tiempo, delimitando adecuadamente cuales funciones estratégicas requiere el control.

De la función controlada.

El principio es básico, ya que señala al individuo quien ejecuta el control que debe estar involucrada con la actividad a controlar, tomar lo necesario para ejecutar el método.

Proceso de control.

Establecimiento de estándares.

Un estándar puede ser definido como una unidad de medida que sirve como modelo, guía o patrón con base en la cual se efectúa el control.

Los estándares representan la fase de ejecución deseada, de hecho, no son más que los objetivos determinados de la organización.

1. Rendimiento de beneficios.
2. Posición en el mercado. Esquemas utilizados para fijar la aceptación de algún producto en el mercado.
3. Productividad. Este tipo de modelo debe establecerse no solo para el área de realización, sino para todas las áreas de la empresa.
4. Calidad del producto. Determinar la supremacía en cuanto a disposición del producto, en relación con la competencia.
5. Desarrollo de personal. Su objeto es medir los programas de desarrollo de la gerencia, y su efectividad.
6. Evaluación de la actuación. Establece las condiciones que deben existir para que el factor laboral se desempeñe satisfactoriamente; sirve para determinar, objetivamente, los límites de productividad del personal de la empresa.

Tipos de estándares.

Existen tres técnicas para establecer estándares, cuya aplicación se modifica de acuerdo con las necesidades específicas del área donde se implementen:

1. Estándares estadísticos. Llamados también históricos, se elaboran con base en el examen de los datos de experiencias pasadas, ya sea de la misma empresa o de empresa competidoras.
2. Estándares fijados por apreciación. Son esencialmente juicios de valía, resultado de las experiencias pasadas del administrador, en áreas en donde la ejecución personal es de gran importancia.
3. Estándares técnicamente elaborados. Son aquellos que se fundamentan en un estudio cualitativo y cuantitativo de una situación de trabajo específica.

Control contable

Ninguna empresa, por pequeña que sea, puede operar exitosamente si no cuenta con información verídica, oportuna y fidedigna acerca de la situación del negocio y de los resultados obtenidos en un determinado periodo. Los informes contables se basan en la recopilación eficiente de los datos financieros provenientes de la operación de una empresa.

El control contable debe:

- ❖ Proporcionar información veraz y oportuna.
- ❖ Ser un instrumento que ayude a detectar las áreas de dificultad.
- ❖ Orientar a la gerencia para determinar guías de acción, tomar decisiones y controlar las operaciones.
- ❖ Establecer las responsabilidades de los que intervienen en las operaciones.
- ❖ Detectar causas y orígenes, y no limitarse a la búsqueda de operaciones.

Costos.

Su objetivo primordial es determinar el costo real de un producto con base en el cálculo y análisis detallado de cada uno de los elementos que intervienen en su fabricación. A través de esta información es posible no solo crear el monto más apropiado del producto, sino contar con datos acerca de áreas que requieren de mayor predilección en cuanto a pérdidas, mermas, productos incontables, etc.

Auditoría.

La auditoría contable tiene como función primordial dictaminar si la información financiera presenta fidedignamente la situación de la empresa y si sus resultados son auténticos. Esta evaluación se realiza con base en la revisión y examen detallado de todos los archivos contables con el fin de verificar:

La autenticidad de los estados financieros.

Que los métodos utilizados estén de acuerdo con los principios de contabilidad generalmente aceptados.

Control de recursos humanos.

Su función es la apreciación de la efectividad en la implantación y ejecución de todos y cada uno de los programas de personal, y del cumplimiento de los objetivos de este departamento.

Auditoría de recursos humanos.

Es la evaluación sistemática y analítica de todas las funciones operativas del personal, con el fin de corregir deficiencias. La recolección de estos datos se

efectúa con base en el análisis y la explicación de las informaciones porcentuales de cada una, todas o algunas de las áreas que se mencionan en los siguientes incisos; mediante la utilización de cuestionarios, diálogos y gráficas.

Evaluación de la actuación.

Como su nombre lo indica, mide la efectividad de los miembros de la organización, con base en estándares de actuación que evalúen resultados teniendo en cuenta factores tales como: rotación, ausentismo, perdidas por desperdicio, quejas de consumidores, reclamaciones de clientes, coeficientes de mano de obra, quejas de los subordinados, compañeros y supervisores, informes de cumplimiento de objetivos y otras más.

Evaluación de incorporación y de elección.

Evalúa la efectividad de los programas y métodos relativos a esta área mediante el análisis a los objetivos de aspectos como:

Efectividad en el sistema de selección, eficiencia del personal y su incorporación a las metas propuestas de la empresa.

Retiros y despidos.

Valoración de aprendizaje y desarrollo.

Es una de las áreas cuya evaluación es más difícil, pero, también, más necesaria. Dicha evaluación puede efectuarse mediante el estudio de ciertos índices:

Productividad.

Estudios de productividad antes y después del entretenimiento.

Desarrollo de personal. Carrera de ascensos y contribución del elemento humano en aspectos de creatividad y productividad, en relación con los recursos de capacitación.

Evaluación de la motivación.

Es uno de los aspectos menos evaluables por su intangibilidad, ya que su objetivo es medir la moral del personal; se realiza a través:

- ❖ Encuestas de personalidad
- ❖ Estudios de ausentismo, retardos y rotación.
- ❖ Continuidad de problemas.
- ❖ Buzón de quejas y sugerencias.
- ❖ Productividad.

Evaluación de sueldos.

Responde a la pregunta ¿son los salarios de la empresa equitativos y justos?
Alguna de las medidas más usualmente utilizadas para efectuar este tipo de control son:

- ❖ Estudios de salarios de la empresa en relación con encuestas regionales de salarios en empresas similares.
- ❖ Estudios de estímulos promedio en correlación con la productividad.
- ❖ Conflictos salariales.
- ❖ Presupuestos de salarios.
- ❖ Valoración de puestos.

Evaluación sobre higiene y seguridad, y servicios y prestaciones.

El orden de efectividad de estos eventos se obtiene a través de análisis de registros relativos a:

- ❖ Índices de accidentes
- ❖ Participación del personal en los programas de servicios y prestaciones.
- ❖ Análisis de ausentismo.
- ❖ Sugerencias y quejas.
- ❖ Estudios de fatiga.

Es importante mencionar que el control de recursos humanos se relaciona a todos los miembros de la organización, sin importar a cual departamento pertenezcan, y que

los controles y técnicas varían de acuerdo con el tamaño y las necesidades de cada empresa.⁷

Estudio de Mercado.

El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica. El estudio de mercado consta de 3 grandes análisis:

Análisis del consumidor

Estudia el comportamiento de los consumidores para detectar sus necesidades de consumo y la forma de satisfacerlas, averiguar sus hábitos de compra (lugares, momentos, preferencias...), etc. Su objetivo final es aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda no satisfecha de los consumidores.

Análisis de la competencia

Estudia el conjunto de empresas con las que se comparte el mercado del mismo producto.

Para realizar un estudio de la competencia es necesario establecer quiénes son los competidores, cuántos son y sus respectivas ventajas competitivas. El plan de negocios podría incluir una plantilla con los competidores más importantes y el análisis de algunos puntos como: marca, descripción del producto o servicio, precios, estructura, procesos, recursos humanos, costes, tecnología, imagen, proveedores, entre otros.

El benchmarking o plantilla permite establecer los estándares de la industria así como las ventajas competitivas de cada empresa. A partir de esta evaluación, se determinará si es factible convivir con la competencia y si es necesario neutralizarla

⁷ MARKO, Antonio: *CONCEPTO, IMPORTANCIA Y PRINCIPIOS DEL CONTROL*, <http://www.monografias.com/trabajos11/prico/prico.shtml>, extraído en Diciembre 27 del 2011

o si un competidor puede transformarse en socio a través de fusión, joint ventures o alianzas estratégicas.

Estrategia

Concepto breve pero imprescindible que marcará el rumbo de la empresa. Basándose en los objetivos, recursos y estudios del mercado y de la competencia debe definirse una estrategia que sea la más adecuada para la nueva empresa.

Toda empresa deberá optar por dos estrategias posibles:

Liderazgo en costo.- Consiste en mantenerse competitivo a través de aventajar a la competencia en materia de costos.

Diferenciación.- Consiste en crear un valor agregado sobre el producto ofrecido para que este sea percibido en el mercado como único: diseño, imagen, atención a clientes, entrega a domicilio...

Objetivo

El principal objetivo del estudio de mercado es obtener información que nos ayude para enfrentar las condiciones del mercado, tomar decisiones y anticipar la evolución del mismo.

Esta información debe de ser lo suficientemente veraz para poder demostrar:

1. Que existe un número suficiente de consumidores con las características necesarias para considerarlo como demanda de los productos y/o servicios que se piensan ofrecer
2. Que dichos consumidores pueden ejercer una demanda real que justifique la producción y/o servicios que se piensan ofrecer
3. Que contamos con las bases para utilizar canales de comercialización adecuados
4. Que podemos calcular los efectos de la demanda con respecto a productos y/o servicios sustitutos y complementarios.

El logro de los objetivos mencionados solo se podrá llevar a cabo a través de una investigación que nos proporcione información para ser utilizada como base para una toma de decisión; esta deberá ser de calidad, confiable y concreta

Como objetivos secundarios un estudio de mercado nos descargara investigación externa aproximada de nuestros contendientes, vendedores y situaciones específicas del mercadeo, prácticas de gasto a quién va encaminado el fruto y/o servicio. Así como también información interna como las especificaciones de producto elaborado, Esta producción interna, reglas sistemáticas de calidad, entre otros aspectos a considerar.

Fuentes para el estudio de mercado

Primarias:

Son aquéllas investigadas precisamente por el interesado o contratado por él, y se consiguen mediante audiencias o preguntas que se le hacen a los interesados permitidos o existentes o bien, a través del despacho para los servicios ya en ejercicio, A través de descubrir algunos fisonomías de provecho para una indagación determinada. Fuera cual fuese el medio de investigación elegido, se tiene que contar con un guion de preguntas que se desea contestar. Para diseñar dicho guion se tiene que considerar:

¿Qué deseo saber?

¿Mediante que preguntas puedo llegar a lo que deseo saber?

Entre los principales tipos de preguntas que se pueden emplear en una encuesta, se encuentran las siguientes:

Preguntas SI o NO

Preguntas abiertas, en las que la persona contesta lo que desee.

Preguntas de cierre, que se usan para corroborar información previamente solicitada.

Como regla general se sugiere considerar los siguientes aspectos para la elaboración del guion de una encuesta o cuestionario:

Que la redacción de la pregunta sea clara.

Que la respuesta de la pregunta no tenga que ser muy larga.

Secundarias:

Proviene generalmente de instituciones abocadas a recopilar documentos, datos e información sobre cada uno de los sectores de su interés, tales es el caso de:

Las Cámaras Industriales o de Comercio de cada ramo. - Órganos oficiales como el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática. - Bancos de desarrollo como Banco Nacional de Comercio Exterior, S.N.C., Nacional Financiera, S.N.C. - La propia banca comercial publica regularmente información estadística y estudios sobre diversos sectores de la economía en donde se puede obtener las características fundamentales de las ramas de interés para el inversionista potencial. Dentro de este tipo de recolección de información, y lo citado anteriormente, se puede deducir que existen dos tipos de fuentes de recolección:

Fuentes externas

Censo

Publicaciones

Informes

Fuentes internas

Registros contables

Banco de datos

Puntos para la elaboración del estudio de mercado

El estudio de mercado es el resultado de un proyecto, por lo que se debe obtener una visión clara de las características del bien o servicio que se piensa colocar en

el mercado. El resultado de este trabajo es una de las primeras guías para seguir los pasos que lleven a cumplir con las exigencias del consumo, en ese momento. Es también la primera parte de un sistema de trabajos o la planeación de una actualización con el fin de permanecer dentro de la competencia. Dentro de las principales funciones de un proyecto están:

El uso del bien o del servicio.

Los sucedáneos.

La presentación.

El consumidor.

El precio.

La distribución.

El estudio de mercado básicamente

Recaba

Clasifica

Analiza

Evalúa

Distribuye información pertinente y precisa

Lo cual, servirá a quienes toman decisiones de mercadotecnia para mejorar:

Planificación

Ejecución

Control de todo lo que involucra el proyecto.

En el caso de proyectos de inversión, lo primero que se debe hacer es: Definir las necesidades reales de información respecto al mercado. Desarrollar la información a partir de los registros Internos de la compañía Las actividades de los informes de mercadotecnia El proceso de investigación de mercados

Por ejemplo: El sistema de información contable Produce estados financieros (ventas, pedidos, costos, cuentas por pagar y flujos de efectivo)

El área de manufactura realiza Programas de producción, embarques e inventarios

El área comercial proporciona información sobre:

- ❖ Las reacciones de los vendedores
- ❖ Las actividades de la competencia
- ❖ Las condiciones generales del mercado
- ❖ Todo lo anterior se elabora para detectar problemas y oportunidades para los nuevos proyectos.

Por informes de mercadotecnia debemos entender todos los datos que ejercen los factores Sociales

Políticos (legales)

Económicos

Tecnológicos.

Las características usadas en la investigación que con más frecuencia se busca conocer son:

- ❖ Medición de los mercados potenciales
- ❖ Análisis de nichos específicos de mercado
- ❖ Determinación de las características del nicho de mercado
- ❖ Tendencias del volumen de las ventas del nicho del mercado
- ❖ Pronósticos a corto plazo
- ❖ Estudios de posibles productos competidores
- ❖ Pronósticos a largo plazo

- ❖ Pruebas de productos similares existentes en el mercado internacional.

Y para finalizar Los parámetros más comunes que una investigación de mercado debe considerar son:

Penetración de mercado. Identificación de los principales clientes y competidores.

Pronósticos de ventas. Se forman de las estimaciones de especialistas y directivos, quienes anticipan lo que con mayor posibilidad los compradores tenderán a hacer en relación con sus decisiones para adquirir un satisfactor.

Aspectos de magnitud. Estos nos proporcionar información sobre los antecedentes de la rama industrial y la situación relativa a la oferta y la demanda.

Cómo presentar el estudio de mercado

- ❖ Definición del producto
- ❖ Análisis de la demanda
- ❖ Distribución geográfica del mercado de consumo
- ❖ Comportamiento histórico de la demanda
- ❖ Proyección de la demanda
- ❖ Tabulación de datos de fuentes primarias
- ❖ Análisis de la oferta
- ❖ Características de los principales productores o prestadores del servicio
- ❖ Proyección de la oferta
- ❖ Importaciones del producto o servicio
- ❖ Análisis de precios
- ❖ Determinación del costo promedio
- ❖ Análisis histórico y proyección de precios
- ❖ Canales de comercialización y distribución del producto
- ❖ Descripción de los canales de distribución

2.2 MARCO LEGAL

Ley de Facturación

De los comprobantes de venta.

Art. 1.- Comprobantes de venta.- Para los fines de este Reglamento, se entiende por comprobante de venta todo documento que acredite la transferencia de bienes o la prestación de servicios. En consecuencia, quedan comprendidos bajo este concepto los siguientes documentos:

- a) Facturas;
- b) Notas o boletas de venta. Liquidaciones de compra de bienes o prestación de servicios,
- d) Tiquetes o vales emitidos por máquinas registradoras
- e) Los autorizados referidos en el artículo 10 de este Reglamento,
- f) Notas de crédito y notas de débito; y,
- g) Otros que por su contenido y sistema de emisión, permitan un adecuado control por parte, del Servicio de Rentas Internas y se encuentren previa y expresamente autorizados por dicha Institución.

El Servicio de Rentas Internas autorizará la impresión de los comprobantes de venta a través de los establecimientos gráficos autorizados, en los términos y bajo las condiciones del presente Reglamento.

De igual forma, el Servicio de Rentas Internas podrá limitar o restringir la impresión de los comprobantes de venta, en función del grado de cumplimiento de las obligaciones del contribuyente que haya solicitado su impresión.

Art. 2.- Obligación de emisión de comprobantes de venta.- Están obligados a emitir comprobantes de venta todos los sujetos pasivos de los impuestos a la renta, al valor agregado. o a los consumos especiales. sean sociedades o personas naturales, incluyendo las sucesiones indivisas. Obligados o no a llevar contabilidad, en los términos establecidos por la Ley de Régimen Tributario Interno.

Dicha obligación nace con ocasión de la transferencia de bienes o de la prestación de servicios de cualquier naturaleza, aún cuando las transferencias o prestaciones se realicen a título gratuito o no se encuentren gravadas con impuestos.

Art. 10.- Documentos autorizados.- Son documentos autorizados, siempre que identifique al adquirente o usuario mediante su número de cédula o de Registro Único de Contribuyentes, nombres o razón social, y se discrimine el impuesto al valor agregado, los siguientes:

- a) Los boletos que expidan las compañías de aviación por el servicio de transporte aéreo de personas, y,
- b) Los documentos emitidos por compañías de seguros que se encuentran bajo control de la Superintendencia de Bancos y por las empresas de telecomunicaciones.

Se considera documentos autorizados únicamente, para sustentar costos o gastos, a efectos del impuesto a la renta, siempre que se identifique al adquirente o usuario mediante su número de Registro Único de Contribuyentes, apellidos y nombre o razón social, los siguientes:

- a) Los boletos de viaje emitidos, por las empresas de transporte público de pasajeros,
- b) Los documentos emitidos por bancos, instituciones financieras crediticias que se encuentran bajo el control de la Superintendencia de Bancos;
- c) Las liquidaciones emitidas por las bolsas de valores o por agentes bursátiles, por las operaciones que realizan,
- d) Los permisos y matrículas de vehículos,
- e) Los recibos emitidos por los prestadores de los servicios públicos de suministro de energía eléctrica, agua potable, alcantarillado y recolección de basura;
- f) Las cartas de porte aéreo y los conocimientos de embarque por el servicio de transporte internacional de carga aérea, fluvial y marítima; y,

g) Los tiquetes, vales o recibos por peajes en puentes y carreteras. No permitirán sus costos o gastos para efecto del impuesto a la renta, ni ejercer el derecho a crédito tributario los billetes de lotería, rifas y apuestas y, los boletos numerados o las entradas que se reciban por atracciones o espectáculos públicos en general.

Tramites de constitución

La compañía anónima

Es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones.

La sociedad anónima puede reunir grandes capitales y se caracteriza por que es una sociedad de capital, que de personas.

El capital suscrito mínimo es de \$800, dividido en acciones negociables.

La junta general de accionistas, es el órgano supremo de la compañía.

El nombre de la sociedad comúnmente es a su objeto, y se agrega las expresiones S.A. o C.A.

La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución.

Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor o fundador se requiere de capacidad civil para contratar. Sin embargo, no podrán hacerlo entre cónyuges ni entre padres e hijos no emancipados.

La compañía anónima es solemne, se celebra mediante escritura pública que será aprobada por la superintendencia de compañías, e inscrita en el registro mercantil

Los requisitos para la escritura pública de constitución contendrán:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato.
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla.
3. El objeto social, debidamente concretado.
4. Su denominación y duración.
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital.
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado.
7. El domicilio de la compañía.
8. La forma de administración y las facultades de los administradores.
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales.
10. La forma de designación de los administradores y la despejada explicación de los funcionarios que les toca la parte legal de la compañía.
11. Las normas de reparto de utilidades
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y la forma de proceder a la designación de liquidadores.

Presentación de la escritura de constitución al superintendente de compañías

Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

La resolución en que se niegue la aprobación para la constitución de una compañía anónima debe ser motivada y de ella se podrá recurrir ante el respectivo Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

Para la constitución de la compañía anónima por suscripción pública, sus promotores elevarán a escritura pública el convenio de llevar adelante la promoción y el estatuto que ha de regir la compañía a constituirse.

La escritura contendrá además:

- a. El nombre, apellido, nacionalidad y domicilio de los promotores;
- b. La denominación, objeto y capital social
- c. Los derechos y ventajas particulares reservados a los promotores;
- d. El número de acciones en que el capital estuviere dividido, la clase y valor nominal de cada acción, su categoría y series;
- e. El plazo y condición de suscripción de las acciones;
- f. El nombre de la institución bancaria o financiera depositaria de las cantidades a pagarse en concepto de la suscripción;
- g. El plazo dentro del cual se otorgará la escritura de fundación; y

h. El domicilio de la compañía.

Los promotores convocarán por la prensa, con no menos de ocho ni más de quince días de anticipación, a la junta general constitutiva, una vez transcurrido el plazo para el pago de la parte de las acciones que debe ser cubierto para la constitución de la compañía. Dicha junta general se ocupará de:

- a. Comprobar el depósito bancario de las partes pagadas del capital suscrito;
- b. Examinar y, en su caso, comprobar el avalúo de los bienes distintos del numerario que uno o más socios se hubieren obligado a aportar. Los suscriptores no tendrán derecho a votar con relación a sus respectivas aportaciones en especie;
- c. Deliberar acerca de los derechos y ventajas reservados a los promotores;
- d. Acordar el nombramiento de los administradores si conforme al contrato de promoción deben ser designados en el acto constitutivo; y,
- e. Designar las personas que deberán otorgar la escritura de constitución definitiva de la compañía.

El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación. Previas a la obtención de la resolución aprobatoria por parte de la Superintendencia de Compañía, hay que afiliarse a la Cámara de Comercio, en caso de que la compañía vaya a dedicarse a cualquier género de comercio.

Emisión del registro único de contribuyentes (RUC).

El RUC permite que el negocio funcione normalmente y cumpla con las normas que establece el código tributario en materia de impuestos. Los requisitos para la obtención del RUC son los siguientes:

Presentar el documento original del registro de la sociedad

Copia de planillas en las que aparezca la dirección donde funcionara la compañía.

Copia certificada de la escritura de constitución y nombramiento del representante legal.

Copia de la cedula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal.

Carta de autorización a la persona que va a realizar el trámite.

El trámite para la obtención del registro único de contribuyentes no tiene ningún costo monetario.

El plazo para la obtención del RUC es de 30 días posteriores a la iniciación de actividades o constitución de una compañía. De acuerdo con la ley, éste deberá constar en matrículas, facturas, planillas de sueldos, declaraciones de tributos, etiquetas, envases, etc.

Además, el número de registro del RUC será exigido para conceder permisos de importación, pólizas de exportación, pedimentos de aduana, actuaciones ante notarios y registradores, concesión de matrículas de comercio, industrias o agricultura, tramitaciones de préstamos en instituciones financieras, concesión de visas, recepción de declaraciones y pago de tributos, entre otras diligencias.

Período tributario (SRI)

El ejercicio impositivo es anual y comprende el lapso que va del 1º de enero al 31 de diciembre. Cuando la actividad generadora de la renta se inicie en fecha posterior al 1º de enero, el ejercicio impositivo se cerrará obligatoriamente el 31 de diciembre de cada año.

Las sociedades calcularán el impuesto causado aplicando la tarifa del 15% sobre el valor de las utilidades que reinviertan en el país y la tarifa del 25% sobre el resto de utilidades.

Obligación de llevar contabilidad

Los artículos 20 y 21 de la Ley de Régimen Tributario Interno y el artículo 15 del Reglamento de Aplicación del Impuesto a la Renta, determinan lo siguiente:

1. Todas las sociedades están obligadas a llevar contabilidad.
2. Las personas naturales también están obligadas a llevar contabilidad, aquellas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al primero de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado los 24.000 dólares, o cuyos ingresos brutos anuales del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 40.000 dólares.

Permiso y patente municipal

Este permiso o documento se lo obtiene en las oficinas de la muy ilustre municipalidad del cantón. Presentando la siguiente documentación:

Registro único de (RUC). Contribuyentes

Copia de la cedula de identidad del representante legal.

Copia del certificado de votación del representante legal.

Formulario de declaración para obtener la patente.

Permiso de dirección de higiene municipal

Para acceder a este permiso los empleados de la empresa, sin excepción alguna, deberán someterse a exámenes médicos para comprobar su estado de salud, mas aun al tratarse de una empresa que provee a sus clientes productos consumo masivo y de primera necesidad. Además se deberá presentar la siguiente documentación:

- ❖ Especie de habilitación y funcionamiento.

- ❖ RUC.
- ❖ Copia de cedula del representante legal.
- ❖ Copia de papeleta de votación del representante legal.
- ❖ Certificado de salud por cada uno de los empleados de la empresa.

Permiso de funcionamiento del ministerio de salud publica

Documento que se lo obtiene en la Dirección Provincial de salud previamente cumplido los incisos anteriores y presentando la siguiente documentación:

1. Permiso de dirección de Higiene Municipal.
2. Registro único de contribuyentes (RIC).
3. Copia de cedula del representante legal
4. Papeleta de votación del representante legal
5. Certificado de salud ocupacional por cada uno de los empleados de la empresa.
6. Documento de afiliación a la cámara de comercio.

Afiliación a la cámara de comercio

Emitido por la cámara de comercio donde se vaya a realizar las actividades comerciales, en este caso las gestiones de afiliación deberán realizarse en las instalaciones de la cámara de comercio del cantón Milagro, presentando los requisitos necesarios y el recibo oficial de caja.

Permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos

Permiso que es emitido por el benemérito cuerpo de bomberos del cantón. Después que un grupo encargado haya inspeccionado las instalaciones, y revisado que se cuenta los recursos necesarios para prevenir y contrarrestar cualquier tipo de incendio que se presente.

2.3 MARCO CONCEPTUAL.

Competitividad.- Se entiende por competitividad a la capacidad de una organización de mantener ventajas comparativas, una posición en el mercado.

Mercado: Área dentro de la cual los vendedores y compradores de una mercancía mantienen estrechas relaciones comerciales, y llevan a cabo abundantes transacciones de tal manera que los distintos precios a que éstas se realizan tienden a unificarse.

Calidad: Herramienta básica para una propiedad inherente de cualquier cosa que permite que esta sea comparada con cualquier otra de su misma especie.

Cliente: Persona que demanda un servicio con la finalidad de satisfacer sus necesidades.

Empresa: La empresa se define como una entidad conformada por personas, aspiraciones, realizaciones, bienes materiales, capacidades técnicas y capacidad financiera. Todo ello le permite dedicarse a la producción, transformación y/o prestación de servicios para satisfacer con sus productos y/o servicios, las necesidades o deseos existentes en la sociedad.

Mercado Laboral.- Es el sitio donde se encuentran un grupo de personas que desean ofrecer o vender productos y otro grupo de personas que desean comprar o demandar productos o servicios

Ausentismo.- No asistir al trabajo u otro lugar de asistencia obligatoria

Dimensión.- Importancia, magnitud o alcance que puede adquirir un acontecimiento o suceso.

Flexibilidad.- que se acomoda sin dificultad, y de acuerdo a las necesidades del medio.

Productividad.-Es la relación existente entre un producto y un insumo. Depende por lo tanto, de la tecnología, la organización, el comportamiento de los actores sociales involucrados

2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.

2.4.1 Hipótesis General

La falta de una infraestructura automotriz bien equipada incide en el grado de confianza de empresas aseguradoras para que mecánicos de este sector comercial brinden un adecuado servicio automotriz a sus clientes.

2.4.2 Hipótesis Particulares

- ❖ La incompetencia tecnológica no afectará puesto que se contará con un sistema sofisticado logrando eficiencia de la labor automotriz
- ❖ La incorporación de recurso humano calificado influirá en la credibilidad de los propietarios de los automotores.
- ❖ La falta de estadísticas de accidentes de vehículos medianos permitirá conocer falencias que tengan que ver con el desarrollo de esta actividad comercial
- ❖ El contar con repuestos originales incidirá en el arreglo o mantenimiento de los vehículos y su efecto en la participación del mercado.
- ❖ El sector vehicular se verá beneficiado por la creación de alianzas con las aseguradoras.

2.4.3 Declaración de Variables

Hipótesis general.

Variable independiente: Infraestructura automotriz

Variable dependiente: Servicio automotriz.

Hipótesis particulares No 1.

Variable independiente: Incompetencia tecnológica.

Variable dependiente: Eficiencia.

Hipótesis particulares No 2.

Variable independiente: Estadísticas.

Variable dependiente: Desarrollo.

Hipótesis particulares No 5.

Variable independiente: Repuesto originales.

Variable dependiente: Participación.

Hipótesis particulares No 6.

Variable independiente: Sector vehicular.

Variable dependiente: Alianzas.

2.4.4 Operacionalización de las variables.

VARIABLES	TIPO	INDICADORES	TÉCNICA	INSTRUMENTO
Infraestructura automotriz.	Independiente	. Estudio de mercado. . Herramientas adecuadas. . Financiamiento.	Encuesta	Cuestionario
Servicio automotriz.	Dependiente	. Capacitaciones. . Herramientas mecánicas sofisticadas. . Personal altamente calificado.	Encuesta	Cuestionario
Incompetencia tecnológica	Independiente	. Equipo de alta tecnología. . Sistema informático sofisticado. . Mantenimiento constante.	Encuesta	Cuestionario
Eficiencia.	Dependiente	. Personal altamente capacitado . Experiencia. . Conocimiento.	Encuesta	Cuestionario
Estadísticas	Independiente	. Conocimiento del objeto de estudio. . Información verás.	Encuesta	Cuestionario
Desarrollo.	Dependiente	. Estrategias operativas. . Evaluaciones de desempeño. . Servicio de calidad.	Encuesta	Cuestionario
Repuestos originales	Independiente	. Adecuados procesos de compra. . Conocimiento del mercado. Proveedores fijos.	Encuesta	Cuestionario
Participación.	Dependiente	. Definición de una estructura organizacional. . Optimización de costos. . Cumplimiento de objetivos.	Encuesta	Cuestionario
Servicio vehicular	Independiente	. Herramientas adecuadas. . Maquinaria sofisticada. . Recurso humano capacitado.	Encuesta	Cuestionario
Alianzas	Dependiente	. Buenas Negociaciones. . Conocimiento del mercado. . Prestigio.	Encuesta	Cuestionario

Cuadro 1. Operacionalización de las variables

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez y Paola Paredes

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN Y SU PERSPECTIVA GENERAL.

La investigación es de tipos descriptivos, correlacional y explicativo, la determinación de la factibilidad de la aplicación de este estudio se ejecutará mediante la construcción de la fundamentación teórica científica tanto en aspectos técnicos y operativos, para equitativamente obtener beneficios de las partes, la investigación descriptiva se desarrolla en la aplicación de herramientas con el propósito de elaborar el diagnóstico real de necesidad, dar respuestas a las preguntas y analizar científica y técnicamente la propuesta mencionada.

Para obtener un enfoque real se ha procurado obtener información relevante y fidedigna con el propósito de entender, verificar, corregir o aplicar el conocimiento a la investigación que exponemos.

3.2 POBLACIÓN Y MUESTRA.

3.2.1 Características de la Población

Se tomará un segmento de la población Milagreña según el criterio propio de los investigadores para calcular la muestra, usando la técnica no probabilística.

3.2.2 Delimitación de la Población

De acuerdo al problema a investigar y de los objetivos de la investigación, la unidad a la cual se dirige este estudio estará representada por el número de carros livianos matriculados en el año 2011; 5563,⁸ tomando en cuenta todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones de criterios de inclusión y exclusión situándose claramente en torno a sus características.

⁸ COMISIÓN DE TRÁNSITO DEL GUAYAS, extraído en Enero 10 del 2012

3.2.3 Tipo de Muestra

Se ha elegido la muestra no probabilística, procurando que la muestra obtenida sea lo más representativa posible. Este tipo de muestra se adopta para esta investigación, ya que los muestreos no probabilísticos son a menudo necesarios e inevitables, porque son más económicos, rápidos y menos complejos.

3.2.4 Tamaño de la Muestra

Conociendo el tamaño de la población se plantea la siguiente fórmula para determinar el tamaño de la muestra

Donde:

n = Tamaño de la muestra

N= Tamaño de la población

E= Error admisible que lo determina el investigador en cada estudio.

Reemplazando tenemos:

$$n = \frac{Npq}{\frac{(N-1)E^2}{z^2} + pq}$$

$$n = \frac{5563 (0,5) (0,5)}{\frac{(5563 - 1) 0,05}{1,96} + (0,5) (0,5)}$$

$$n = \frac{5563 (0,25)}{\frac{5562 0,0025}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{1390,75}{\frac{13,905}{3,84} + 0,25}$$

$$n = \frac{1390,75}{3,6210938} + 0,25$$

$$n = \frac{1390,75}{3,871094}$$

$$n = 359$$

3.2.5 Proceso de Selección

Dado que el tipo de muestra es probabilístico se tomará el proceso de selección mediante la muestra por cuota que los investigadores presuponen es en caso de esta investigación mediante la observación se aplicará los instrumentos a la ciudadanía, en estos criterios se selecciona a las personas para que respondan un cuestionario con base en un juicio y criterio propio.

3.3 LOS MÉTODOS Y LAS TÉCNICAS.

3.3.1 Métodos Teóricos

Se evalúa y revela las relaciones esenciales del objeto de investigación que se enfoca en la ciudadanía, son fundamentales para la comprensión de los hechos que ha permitido la formulación de las hipótesis planteadas. Con la aplicación de este método determinaremos la posibilidad de realización del salto cualitativo que consiente ascender del acondicionamiento de información empírica a describir, explicar, determinar las causas y formular la hipótesis investigativa.

3.3.2 Método Empírico

Los métodos que posibilitan efectuar esta investigación son directamente direccionados a revelar las relaciones esenciales y las características fundamentales del objeto de este proyecto, accesibles a la detección sensorial, a través de procedimientos prácticos como medios de estudio para ello se aplicaron el Método Empírico.

Se ejecutará un estudio observacional que permitirá conocer la realidad mediante la percepción directa, para lo cual se atribuyen algunas cualidades que le dan un

carácter distintivo, mediante la observación se recogerá la información de cada uno de los conceptos o variables definidas en la hipótesis de trabajo planteadas para esta investigación, el método experimental permitirá intervenir sobre el objeto de estudio que se está planteando modificándolo directa o indirectamente para crear las condiciones necesarias que permitan revelar sus características fundamentales y sus relaciones esenciales.

La técnica a utilizar será la encuesta en el cual se realizará un conjunto de preguntas normalizadas (encuesta) dirigidas a una muestra representativa o al conjunto total de la población estadística en estudio, con el fin de conocer estados de opinión, características o hechos y hacer que la propuesta se acople a los requerimientos de las personas.

3.4 PROCESAMIENTO ESTADÍSTICO DE LA INFORMACIÓN.

Los datos obtenidos de los instrumentos aplicados serán tabulados y resumidos en tablas estadísticas, desarrollándose estas de manera computarizada, posteriormente los datos se presentarán de manera escrita, tabulada y graficada, empleándose grafica de tipo circular con el respectivo análisis de los resultados obtenidos, igualmente se va a establecer inferencias de los datos utilizando escala de medición acerca de la población estudiada, además se emplearán las medidas de tendencia central, tales como porcentajes y proporciones.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Milagro es un cantón que mantiene un amplio parque automotor, el mismo que ha crecido en los últimos tiempos, por ello, se considera importante realizar un estudio investigativo sobre este aspecto.

Para el estudio del tema planteado se ha escogido como universo a los propietarios de automóviles de hace 5 años atrás, con el propósito de conocer si sus vehículos están asegurados, donde acuden cuando su vehículo necesita mantenimiento o por fallas en su estructura.

Cabe mencionar que para conocer con exactitud a cuando ascienden los automóviles matriculados en este sector se tomo como referencia datos de la comisión de transito del Guayas.

Otro de los propósitos de este trabajo es medir el nivel de satisfacción que tienen los clientes en relación al servicio mecánico que brindan en esta localidad vs al que dan las aseguradoras, con el fin de identificar las diferencias.

Como instrumento investigativo se utilizará la encuesta, herramienta que servirá de gran ayuda para conocer con exactitud información relevante sobre la problemática objeto de estudio.

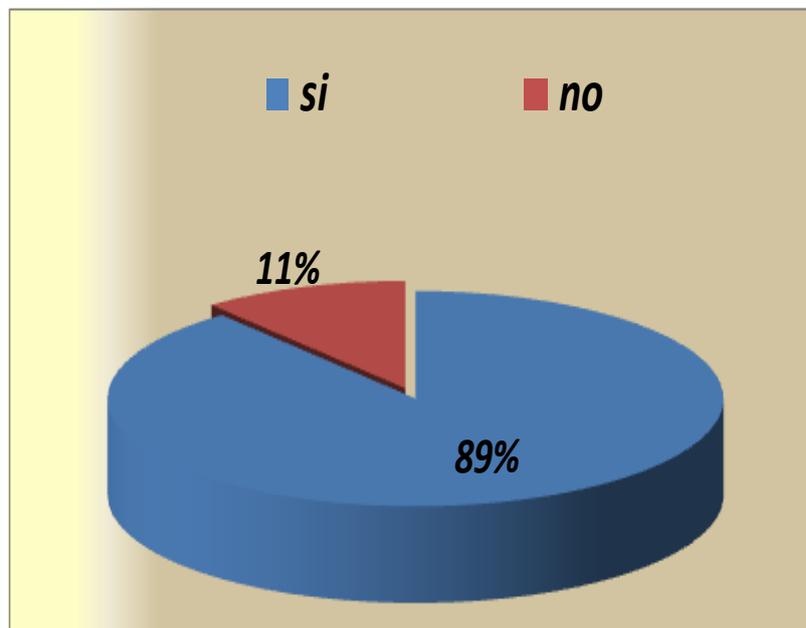
1.- ¿su carro tiene seguro?

Cuadro 2

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
si	320	89%
no	39	11%
TOTAL	359	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura 9



Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Interpretación.- como se puede observar los encuestados indicaron en un 89% que esan asegurados, mientras que el 11% manifestó que no, esa información demuestra que quienes respondieron que esan asegurados tienen que trasladarse a la ciudad de Guayaquil cuando su vehículo esta con algún desperfecto.

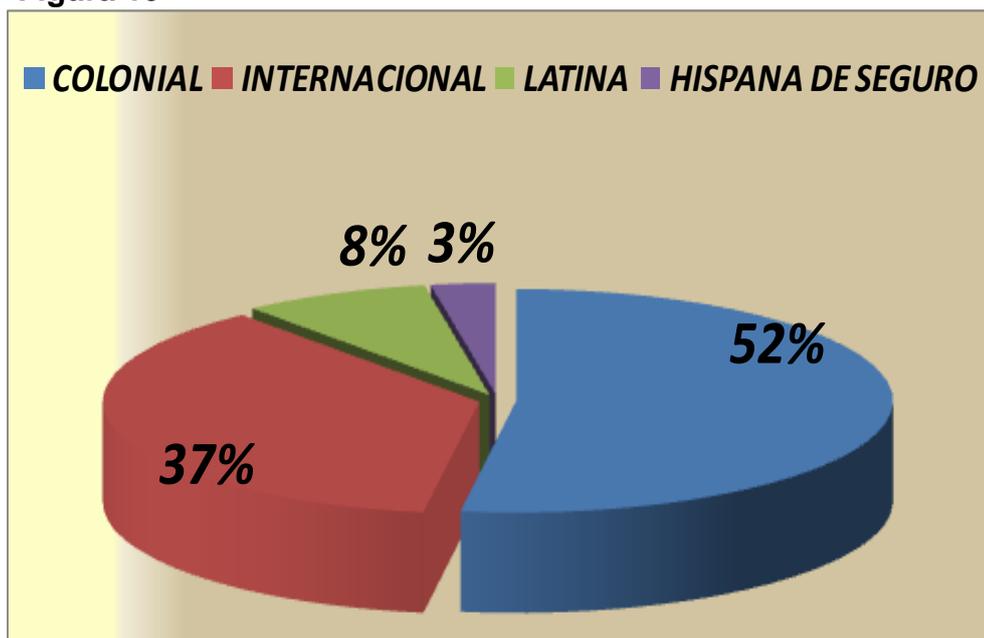
2.- De los siguientes nombres señale cual de esas aseguradoras usted pertenece?

Cuadro 3

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
COLONIAL	188	52%
INTERNACIONAL	132	37%
LATINA	29	8%
HISPANA DE SEGURO	10	3%
TOTAL	359	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura 10



Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Interpretación.- el 52% de los encuestados indicaron que tienen asegurados sus vehículos a la aseguradora colonial, un 37% a la internacional, esas dos entidades no mantienen ninguna sucursal en ese cantón por ello, los propietarios de los vehículos tienen que dirigirse a la ciudad de Guayaquil a solicitar el servicio de mantenimiento.

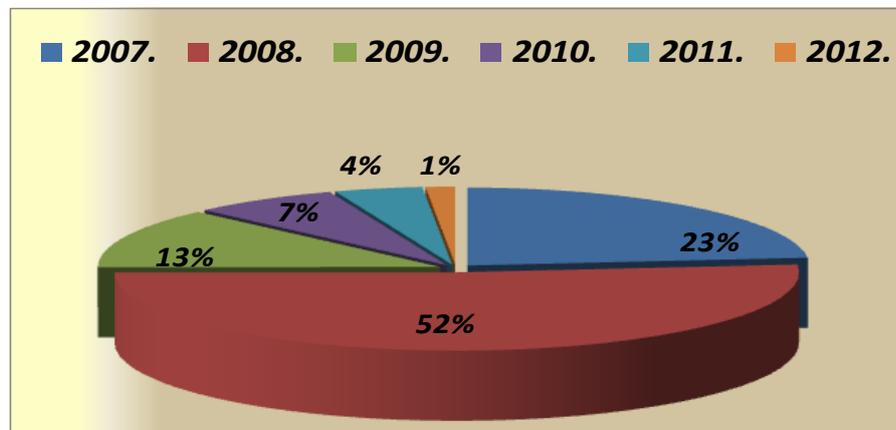
3.- ¿De qué año es su vehículo?

Cuadro 4

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
2007	84	23%
2008	185	52%
2009	45	13%
2010	25	7%
2011	15	4%
2012	5	1%
TOTAL	359	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura 11



Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

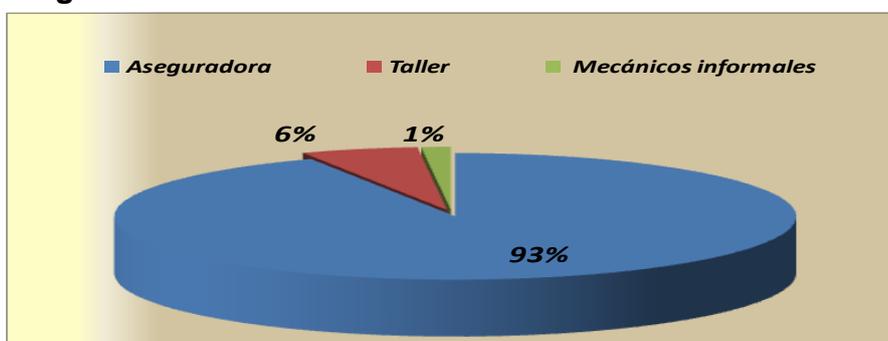
Interpretación.- los encuestados manifestaron en sus vehículos son del año 2008 (52%), seguido de quienes poseen autos del año 2007 (23%), con un 13% vehículos 2009, esto demuestra que gran parte de los vehículos mantienen una antigüedad de cuatros años.

4.- ¿Cuándo su vehículo tiene un desperfecto donde acude habitualmente?

Cuadro 5

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Aseguradora	334	93%
Taller	20	6%
Mecánicos informales	5	1%
TOTAL	359	100%

Figura 12.



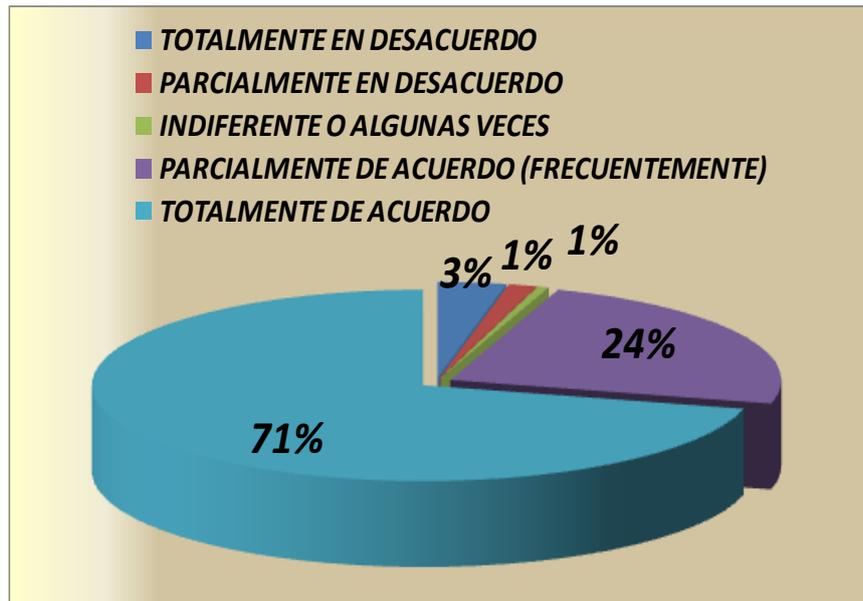
Interpretación.- como se puede apreciar en la grafica circular la mayoría de los encuestados (93%) acuden a las aseguradora cuando se les presenta un desperfecto en sus vehículos, existiendo entre seis un por ciento a talleres o mecánicos informales.

5.- ¿Considera que la tecnología es muy importante en el servicio mecánico?

Cuadro 6

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TOTALMENTE EN DESACUERDO	12	3%
PARCIALMENTE EN DESACUERDO	5	1%
INDIFERENTE O ALGUNAS VECES	2	1%
PARCIALMENTE DE ACUERDO (FRECUENTEMENTE)	85	24%
TOTALMENTE DE ACUERDO	255	71%
TOTAL	359	100%

Figura 13.



Interpretación.- los encuestados consideran muy importante la tecnología (71%) en el servicio automotriz, puesto que de esa manera se realizará un trabajo de calidad.

6.- De las siguientes alternativas señale ¿Por qué no solicita los servicios de mecánica en los talleres de mantenimiento de este sector?

Cuadro 7

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
No cuentan con las herramientas adecuadas	235	65%
Emplean poca tecnología	122	34%
El personal no esa bien capacitado.	2	1%
TOTAL	359	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura 14.



Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Interpretación.- como se puede observar el 65% de los encuestados indicaron su nivel de desconfianza que tienen al solicitar los servicios de esa localidad, eso se debe puesto en ese sector no existe un lugar especializado que mantenga convenios con las aseguradoras antes mencionadas.

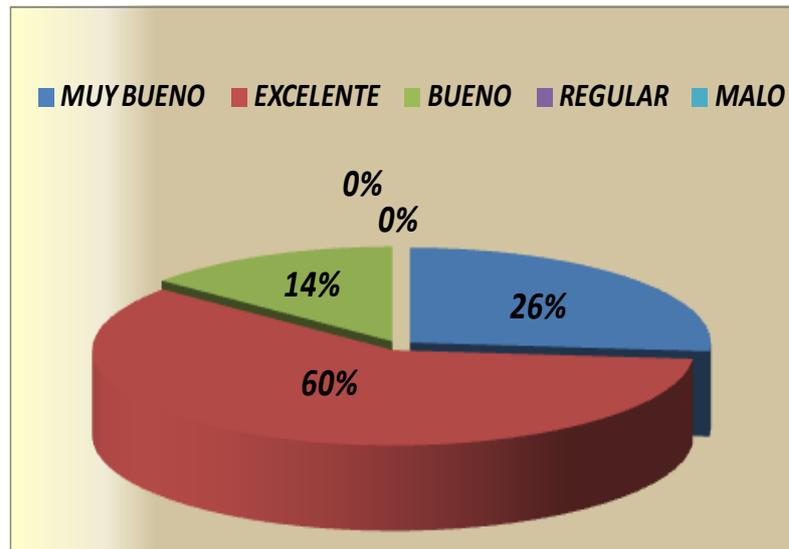
7.- ¿Cómo considera el servicio que actualmente brinda los lugares de mantenimiento y reparación de vehículos?

Cuadro 8

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MUY BUENO	95	26%
EXCELENTE	214	60%
BUENO	50	14%
REGULAR	0	0%
MALO	0	0%
TOTAL	359	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura 15.



Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Interpretación.- El 60% de los encuestados indicaron que el servicio que reciben actualmente de los lugares de mantenimiento y reparación de vehículos es excelente (aseguradoras), como muy bueno (26%) y bueno un 14%. Como se aprecia los resultados demuestran el nivel de satisfacción que tienen estas personas.

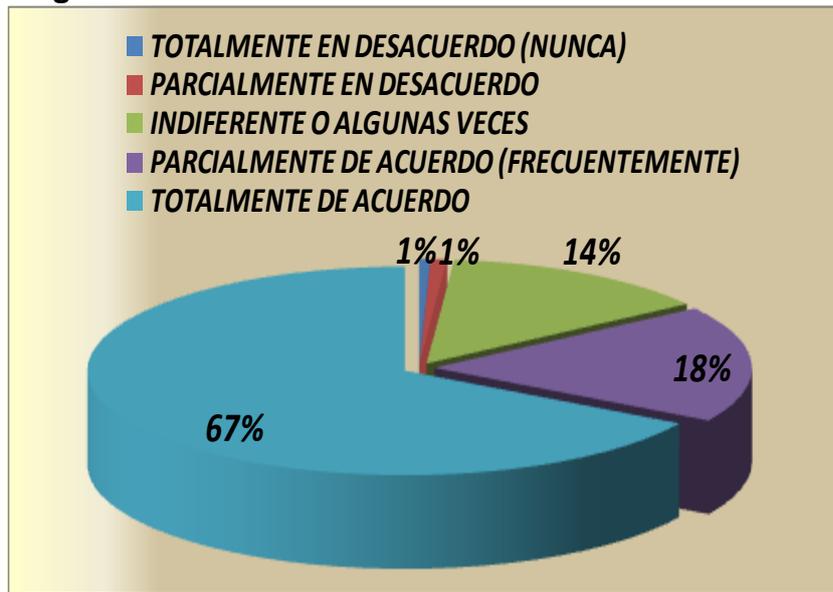
8.- ¿Considera que el alto índice de accidentes automovilísticos se deben a falencias en el mantenimiento de los vehículos?

Cuadro 9

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TOTALMENTE EN DESACUERDO (NUNCA)	2	1%
PARCIALMENTE EN DESACUERDO	3	1%
INDIFERENTE O ALGUNAS VECES	50	14%
PARCIALMENTE DE ACUERDO (FRECUENTEMENTE)	65	18%
TOTALMENTE DE ACUERDO	239	67%
TOTAL	359	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura 16.



Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Interpretación.- según el criterio de los encuestados considera que el alto índice de accidentes se da por falencias en el mantenimiento (67%), por ello, es necesario que esas personas acudan a sitios donde estén a la orden personas altamente calificadas.

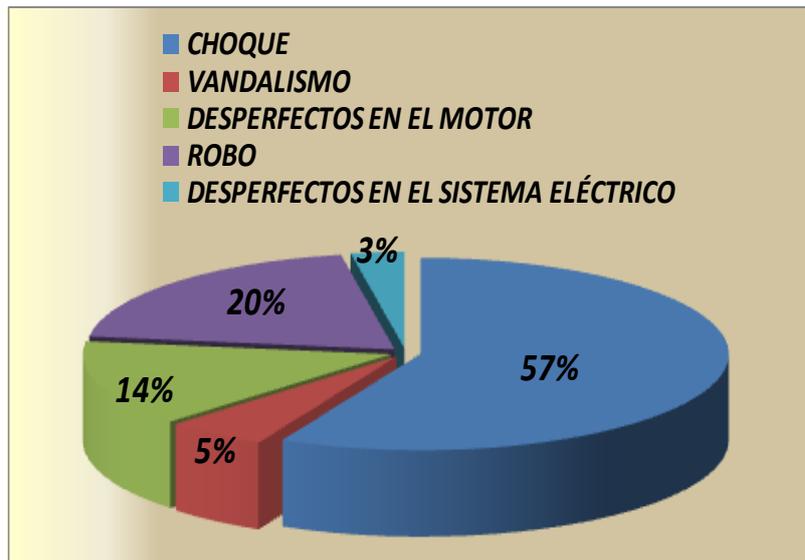
9.- ¿Cuál fue la causa por lo que usted solicitó el servicio de reparación y mantenimiento en los talleres que prestan servicio a las aseguradoras?

Cuadro 10

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
CHOQUE	206	57%
VANDALISMO	19	5%
DESPERFECTOS EN EL MOTOR	52	14%
ROBO	72	20%
DESPERFECTOS EN EL SISTEMA ELÉCTRICO	10	3%
TOTAL	359	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura 17.



Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Interpretación.- Como se observa en la gráfica circular el 57% de los encuestados indicaron que asisten a un taller que prestan servicio a las aseguradoras por choque, mientras que otros manifestaron que por robo (20%) y desperfectos en el motor (14%), siendo estas las alternativas más votadas, sin dejar de tomar en consideración a quienes asisten por Vandalismo o desperfectos en el sistema.

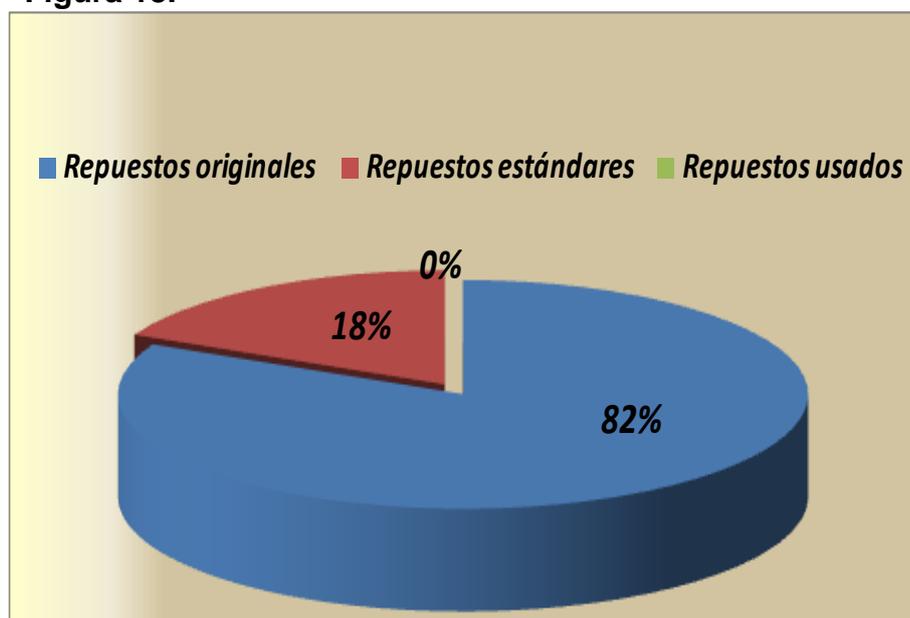
10.- ¿Los repuestos que han solicitado en los talleres para su vehículo han sido?

Cuadro 11

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
Repuestos originales	295	82%
Repuestos estándares	64	18%
Repuestos usados	0	0%
TOTAL	359	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura 18.



Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Interpretación.- como se aprecia los encuestados indicaron que prefieren utilizar por sus automotores repuestos originales (82%), sin embargo, el 18% que corresponden a 64 personas manifestaron que han utilizado repesos estándares.

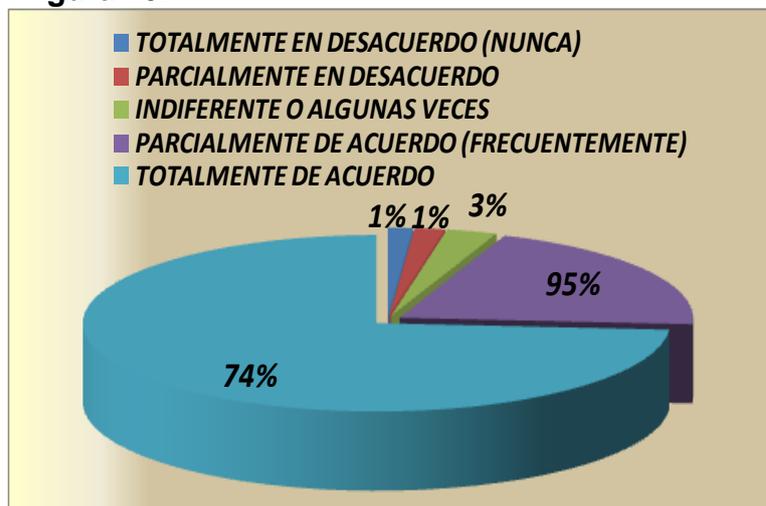
11.- ¿Considera importante para el sector vehicular de esta localidad cree alianza con aseguradoras de la ciudad de Guayaquil?

Cuadro 12

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
TOTALMENTE EN DESACUERDO (NUNCA)	5	1%
PARCIALMENTE EN DESACUERDO	6	2%
INDIFERENTE O ALGUNAS VECES	10	3%
PARCIALMENTE DE ACUERDO (FRECUENTEMENTE)	73	20%
TOTALMENTE DE ACUERDO	265	74%
TOTAL	359	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura 19.



Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

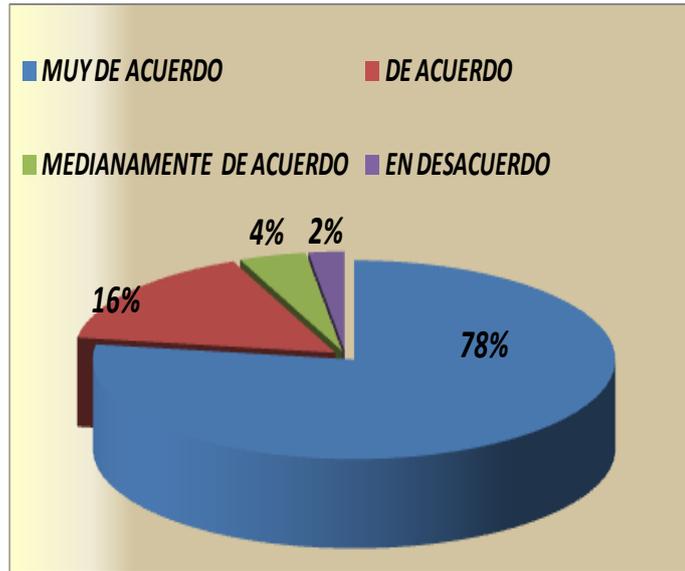
Interpretación.- como se puede apreciar existe un alto nivel de aceptación con respecto a la presencia de un establecimiento que mantenga alianza con aseguradoras de la ciudad de Guayaquil, eso permitirá un alto movimiento económico en ese sector.

12.- ¿Estaría de acuerdo en solicitar los servicios de un taller que mantenga convenios con las aseguradoras?

Cuadro 13

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
MUY DE ACUERDO	278	78%
DE ACUERDO	58	16%
MEDIANAMENTE DE ACUERDO	15	4%
EN DESACUERDO	8	2%
TOTAL	359	100%

Figura 20.



Interpretación.- Los encuestados están de acuerdo en solicitar los servicios de un taller que mantenga convenios con las aseguradoras (78%), mientras que existe un 4% y 2% que están medianamente de acuerdo y en desacuerdo.

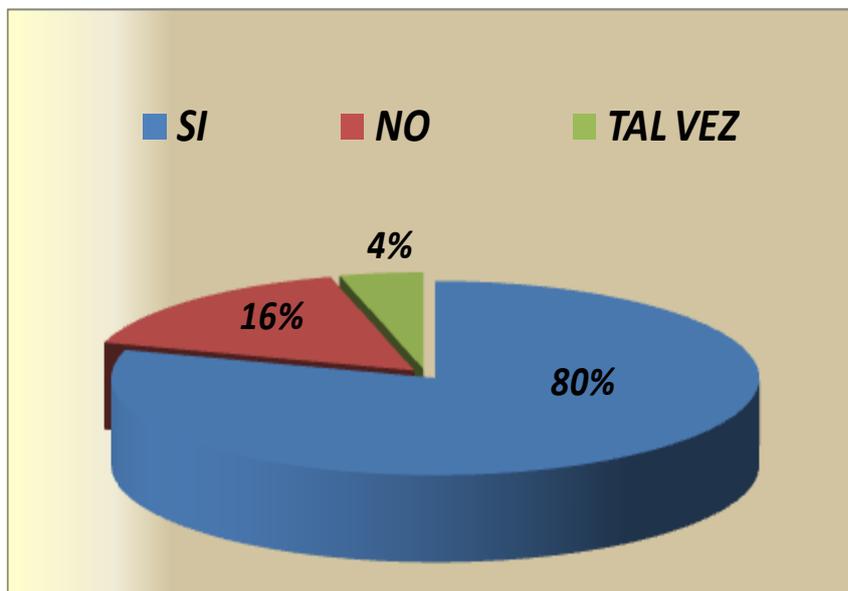
13.- ¿Cree usted que el parque automotor del cantón milagro se verá beneficiado si se proyecta al mercado un taller mecánica bien acondicionada?

Cuadro 14

ALTERNATIVAS	FRECUENCIA RELATIVA	FRECUENCIA ABSOLUTA
SI	286	80%
NO	58	16%
TAL VEZ	15	4%
TOTAL	359	100%

Fuente: Estudio de Mercado

Figura 21.



Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Interpretación.- El 80% de las respuestas fueron positivas con respecto a la pregunta, lo cual demuestra el alto nivel de aceptación que tiene esta propuesta. A pesar que existe un 16% que indica que no considera que en el cantón milagro se verá beneficiado si se proyecta al mercado un taller mecánica bien acondicionada.

4.2 ANÁLISIS COMPARATIVO, EVOLUCIÓN TENDENCIA PERSPECTIVA.

En los últimos tiempos se ha incrementado la presencia de automóviles en ese sector, volviéndose un mercado competitivo para quienes se dedican a la reparación mantenimiento de esos automotores, sin embargo, el alto índice accidentes a orientado a los propietarios de esos automóviles a solicitar esos servicios por medio de aseguradoras, establecimientos en los cuales se cuentan con todas las herramientas adecuadas para el arreglo de los carros , así como la mano de obra calificada, brindando de esa manera un servicio ágil eficiente ante las expectativas exigencias de los clientes. Por ello se considera altamente viable que ese sector cunee una infraestructura acondicionada que responda a las necesidades del sector vehicular del cantón Milagro, sin embargo, el logro de esa

idea se podrá hacer a través de alianza con aseguradoras que patrocinen a esos establecimientos (talleres), así brindar confianza a las personas que soliciten ese tipo de servicio.

4.3 RESULTADOS

CONCLUSIONES

Los resultados revelan la información obtenida en el proceso de encuesta:

1.- Se pudo conocer qué gran parte de los encuestados mantienen asegurados sus vehículos; es decir, 320 de los 359 encuestados. Siendo estas aseguradoras Colonial e Internacional con mayor porcentaje, seguido de aseguradora Latina e Hispana de Seguro.

2.- De los 359 encuestados 185 de ellos son del año 2008, y 84 de ellos tienen su vehículo del año 2007 con mayor porcentaje, lo que demuestra que la mayoría de los automóviles tienen una antigüedad de tres a cuatro años. También manifestaron que cuando se les presenta un desperfecto en sus vehículos acuden directamente a la aseguradora, existiendo un 7% de ellos que solicitan los servicios de un taller o mecánicos informales. Esto demuestra el grado de desconfianza que tienen con respecto a la mano de obra local.

3.- Sin duda alguna los encuestados pusieron en manifiesto que los actuales establecimientos que brindan el servicio de mecánica no poseen las herramientas adecuadas de trabajo, sin embargo, tan solo 2 de los 359 encuestados indicaron que el personal no está bien capacitado, esto denuncia que el problema no es talento humano sino sus herramientas laborales.

4.- Los encuestados consideran que las falencias en el trabajo mecánico son la causa principal de los accidentes automovilísticos, por ello, solicitan con mayor frecuencia el servicio de reparación y mantenimiento en los talleres que prestan servicio a las aseguradoras son por choque, robo o desperfectos en el motor es

decir 273 de los encuestados han tenido esta clase de problemas, aunque los otros han asistido por vandalismo o desperfectos en el sistema con poca frecuencia.

5.- Se puede apreciar en esta pregunta que las personas prefieren los repuestos originales a los estándares o usados, para una mayor seguridad. Además consideran en un 94% que exista un taller que mantenga convenios con las aseguradoras. Mientras que existe un 6% que esta medianamente de acuerdo y en desacuerdo.

Recomendaciones.

1.- Es importante que todos los vehículos estén asegurados, puesto que de esta manera tienen el beneficio de acceder a un servicio confiado y garantizado. Todo los carros que estén asegurados independientemente de la aseguradora a la que pertenezcan deben siempre hacer valer su seguro cuando se les presente algún problema con el automóvil.

2.- Es necesario que los vehículos estén en constante mantenimiento, aunque no sean motivo para que el seguro cubra con algún desperfecto. El trabajo de mantenimiento y reparación debe siempre satisfacer las expectativas del cliente, entregando una labor bien realizada que garantice constates visitas a tales establecimientos mecánicos.

3.- Todo taller mecánico debe estar bien equipado, aunque para esto tenga que buscar un financiamiento para poder adquirir todo lo que necesita este tipo de establecimiento. A mas de contar con las herramientas de trabajo adecuados, el talento humano debe cumplir con su perfil donde la experiencia debe ser mínima de dos años, y así tener la seguridad que realizaran un trabajo de calidad.

4.- Toda persona que paga por un seguro debe hacerlo cumplir cuando presenten problemas como choque que es lo más común en la actualidad o por otras dificultades que presenten. Es recomendable que los talleres mecánicos deben

trabajar con repuestos originales, para dar una mayor garantía del trabajo realizado y por ende un prestigio profesional.

5.- Es muy necesario que en esta localidad exista un taller que mantenga alianzas con aseguradoras, para de esta manera darle más seguridad y confianza a los clientes.

4.4 VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS.

Cuadro 15

HIPÓTESIS GENERAL	VERIFICACIÓN
La falta de una infraestructura automotriz bien equipada incide en el grado de confianza de empresas aseguradoras para que mecánicos de este sector comercial brinden un adecuado servicio automotriz a sus clientes.	En la pregunta nueve y diez de la encuesta se puede comprobar esa hipótesis, a que los encuestados consideran necesario la presencia de una infraestructura automotriz bien equipada, pero que mantenga alianzas con alguna aseguradora para una mayor aceptación
Hipótesis particular N.- 1 La incompetencia tecnológica no afectará puesto que se contará con un sistema sofisticado logrando eficiencia de la labor automotriz	En la pregunta cuatro de la encuesta los encuestados indicaron que la tecnología es una herramienta importante en el servicio mecánico y que además deben contar con las herramientas necesarias, así lo indican en la pregunta seis.
Hipótesis particular N.- 2 La incorporación de recurso humano calificado influirá en la credibilidad de los propietarios de los automotores.	En la pregunta cinco de la encuesta los encuestados indicaron con un mínimo porcentaje que el talento humano esa calificado, sin embargo en la pregunta seis ellos indican que deben estar debidamente capacitados.
Hipótesis particular N.- 3 La falta de estadísticas de accidentes de vehículos medianos permitirá conocer falencias que tengan que ver con el desarrollo de esta actividad comercial	a pesar de que existe poca estadísticas de accidentes los encuestados manifestaron en la pregunta siete que el mayor porcentaje de accidentes es por las falencias en el mantenimiento mecánico, puesto que tiene que ver con el desarrollo de esta actividad comercial, por ello consideran que una de las herramientas importantes en el trabajo mecánico es la tecnología según las respuestas de la pregunta cinco.
Hipótesis particular N.- 4 El contar con repuestos originales incidirá en el arreglo o mantenimiento de los vehículos y su efecto en la participación del mercado.	El contar con repuestos originales incidirá en el arreglo o mantenimiento de los vehículos, ya que gran parte de los encuestados indicaron en la pregunta ocho que utilizan los repuestos originales, puesto que consideran que la causa de los accidentes automovilísticos es por desperfectos mecánicos según la pregunta ocho.
Hipótesis particular N.- 4 El sector vehicular se verá beneficiado por la creación de alianzas con las aseguradoras.	En la pregunta doce y trece y de la encuesta se indico que el sector vehicular se verá beneficiado por la creación de alianzas con las aseguradoras.

CAPÍTULO V

LA PROPUESTA

5.1 TEMA

“Creación de un taller mecánico automotriz que mantenga alianzas con las aseguradoras en la ciudad de Guayaquil”

Antecedentes

El Ecuador tuvo un cambio trascendental en el año 2000 por el cambio de moneda, lo que generó un incremento económico de los Milagreños, debido al alto movimiento comercial que se desplegó. Otro de las fuentes de ingresos que ha incrementado la actividad económica es el ingreso de la remesas extranjeras, producto de los sin número de emigrantes que envían sus ingresos para que sean invertidos en cualquier actividad económica u otra cosa, generándose entonces un alto movimiento de efectivo en esta localidad.

Este cantón tiene un sector vehicular en constante crecimiento. Es importante mencionar que en la actualidad el poseer un vehículo no representa un lujo, ya que en este mundo tan agitado donde gran parte de la población se encuentra realizando una actividad laboral, motivo por el cual un medio de transporte propio es una herramienta necesaria para la realización de cualquier gestión.

Gracias al alto movimiento vehicular se han creado diferentes establecimientos que brindan el servicio mecánico por la alta demanda que genera esta clase de trabajo.

Por ello se considera altamente viable que en esta localidad cuente un establecimiento mecánico que mantenga alianzas con aseguradoras, puesto que los dueños de estos automotores se sienten seguros de llevar a reparar sus

vehículo a un lugar que preste garantía, con el fin de captar gran parte de este plaza y hacer de esta actividad comercial un nicho de mercado.

5.2 JUSTIFICACIÓN.

Actualmente el sector vehicular del cantón Milagro se ha convertido un ámbito netamente comercial en relación al mantenimiento y reparación del parque automotor, ya que de una u otra manera estas máquinas deben estar en constante resarcimiento, por ello, se enfocó el trabajo a identificar las exigencias y expectativas que tienen los propietarios de estos vehículos sobre el servicio mecánico que brinda servicio en esta localidad, para lo cual se pudo conocer a través de la encuesta que estas personas no tienen confianza en la mano de obra local, por ello, prefieren acudir a la ciudad de Guayaquil a las aseguradoras en busca de este servicio. Motivo por el cual se propone la creación de un taller mecánico automotriz que mantenga alianzas con las aseguradoras de la ciudad de Guayaquil con el fin de captar esta parte del mercado y evitar que esos ingresos se inclinen fuera de este perímetro.

Para lo cual se ha realizará una filosofía corporativa que constara de la misión, visión, objetivos, organigrama etc. Además se hará análisis de mercado como el de PORTER, también se detallará los factores internos y externos de la microempresa par a su vez crear estrategias que impulsen el desarrollo organizacional de esta propuesta.

5.3 FUNDAMENTACIÓN

Los pasos que se deben seguir dentro de una empresa, para lograr la excelencia, dentro de los cuales está la integración corporativa, la estructura, los recursos físicos y humanos y todas aquellas características que permiten que la entidad se pueda desarrollar dentro de la sociedad.

Las organizaciones están estructuradas bajo parámetros organizativos en donde se conjugan el recurso humano y la ejecución de las actividades por parte de las partes que la integran es necesario que dentro de una organización se deben establecer planes de acción estratégicos caracterizados por el manejo de políticas apropiadas para el control y la toma de decisiones dentro de una organización.

Dentro de este mundo tan cambiante y al dinamismo que rodea el ambiente administrativo, las organizaciones deben incorporar nuevas herramientas administrativas que le permitan hacer uso efectivo de los recursos propios o asignados. Todo esto en virtud de hacer más eficaz el proceso administrativo en cualquiera de sus fases.

El idear una nueva "estrategia de negocios" comprende todo lo relacionado con la orientación y filosofía corporativa, la que va más allá del desarrollo de nuevas tecnología y de los avances en ingeniería de producto, y está vinculada al perfeccionamiento de los procedimientos administrativos. En los que ahora ya no sólo se consideran los aspectos internos de las empresas sino también los relacionados con la visión que los clientes tiene de la misma y de los servicios que presta.

El mejoramiento de las prácticas administrativas se realiza con el objetivo de obtener resultados productivos de la más alta calidad, tanto para ofrecer mejores mercancías como servicios integrales a los clientes.

Es importante indicar que el nuevo enfoque administrativo que como se puede observar vincula las condiciones internas de la empresa con las necesidades de clientes y proveedores, da especial atención al cuidado que la empresa debe al entorno ecológico. Lo que hace necesario que desde el ámbito administrativo, y en cooperación con las áreas de producción y de ingeniería de productos, se esté buscando desarrollar procesos productivos que así como generen ganancias para la empresa permitan la protección del medio ambiente. O bien que el impacto que sufra, derivado de la actividad de la empresa, se el menor posible.

En cuestión a la administración de negocios tecnificados en el servicio mecánico es necesario Un profesional mecánico que continúe sus estudios, puede titularse como Ingeniero Mecánico y poder trabajar en la Oficina técnica de proyecto y diseño de maquinaria y equipos industriales.

En sus tareas profesionales los mecánicos manejan una buena cantidad de herramientas e instrumentos de medición, muestra de la cual se adjunta en este artículo.

La formación de un profesional mecánico se adquiere después de varios años de aprendizaje tanto teórico como práctico. Este aprendizaje se imparte en los Institutos de Formación Profesional.

Un profesional mecánico que continúe sus estudios, puede titularse como Ingeniero Mecánico y poder trabajar en la Oficina técnica de proyecto y diseño de maquinaria y equipos industriales.

En sus tareas profesionales los mecánicos manejan una buena cantidad de herramientas e instrumentos de medición, muestra de la cual se adjunta en este artículo.

5.4 OBJETIVOS

5.4.1 Objetivo General

Proponer una estructura organizacional a través de la aplicación de herramientas administrativas, operativas y de marketing, que generen una alta rentabilidad y un posicionamiento respetable en este mercado.

5.4.2 Objetivo específico

- Crear estrategias con miras a posicionar esta propuesta en el cantón Milagro, a través de maniobras de difusión y publicidad de elevado impacto comunitario.
- Estructurar una Organización administrativa, financiera y académica, que contemple destrezas y acciones para un eficiente desempeño del personal responsable del funcionamiento del taller mecánico.
- Contar con el espacio físico, para poder brindar un buen servicio al cliente.
- Implementar estrategias de marketing para darnos a conocer en este sector comercial
- Establecer las alianzas estratégicas con las aseguradoras.
- Emplear el personal capacitado para el mantenimiento y reparación de vehículo y que tenga conocimiento en la utilización de tecnología de punta.

5.5 UBICACIÓN

El taller mecánico estará ubicado en el cantón Milagro en la Av. 17 de septiembre, presidente Jerónimo Carrión y 12 de Octubre

Figura 22.



Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

5.6 FACTIBILIDAD

Administrativa: El propósito es definir las necesidades del perfil del grupo empresarial y de personal que el negocio exige, las estructuras y estilos de dirección, los mecanismos de control, las políticas de administración de personal y de participación del talento humano en la gestión y los resultados, contando con todos estos elementos que estará estructurada por un gerente y su corte según el organigrama organizacional.

Legal: Se define la posibilidad legal referente a la constitución de la organización, los requisitos para aperturar su legal funcionamiento en este mercado.

NORMAS ISO 9000 Y 14000. "Normas que regulan la calidad de los bienes o de los servicios que venden u ofrecen las empresas, así como los aspectos ambientales implicados en la producción de los mismos. Tanto el comercio como la industria tienden a adoptar normas de producción y comercialización uniformes

para todos los países, es decir, tienden a la normalización. Ésta no sólo se traduce en leyes que regulan la producción de bienes o servicios sino que su influencia tiende a dar estabilidad a la economía, ahorrar gastos, evitar el desempleo y garantizar el funcionamiento rentable de las empresas.

Presupuestario: Se determinaran las necesidades de recursos financieros, las fuentes y las condiciones de estas y las posibilidades reales de acceso a las mismas.

Tiene como objeto central determinar las características económicas del proyecto, para ello hay necesidad de identificar las necesidades de inversión, los ingresos, los costos, gastos, la utilidad, los puntos de equilibrio contable y económico y determinar la posibilidad de que al vender el producto al precio establecido, el negocio deje un excedente adecuado.

Técnica: Se definirán los planes estratégicos del documento como es el servicio mecánico, las debidas aplicaciones de controles por lo que se necesita de una persona con experiencia y preparación en el mantenimiento y reparación de los vehículos

La presente trabajo tiene como propuesta presentar la creación de un Taller Mecánico que mantenga alianza con las aseguradoras situadas en este país, con la finalidad de ofrecer un servicio garantizado a parque automotor de esta localidad, aplicando diferentes estrategias que ayudaran a posicionar en un corto tiempo a esta nueva alternativa de negocio en este mercado, además de mejorar el desarrollo personal e intelectual del recurso humano empresarial, basándose en una actividad sistemática, planificada y permanente.

MISIÓN

Convertirnos en el primer taller mecánico que tenga alianzas con las aseguradoras, para satisfacer las necesidades de nuestros clientes, brindando un servicio alta calidad a través de una atención personalizada y tecnificada, con personal capacitado y motivado, con sentido de pertenencia y trabajo en equipo, generando rentabilidad y bienestar para los colaboradores y la sociedad, contribuyendo así al desarrollo económico del cantón.

VISIÓN

Liderar a mediano plazo en el área mecánica automotriz, manteniendo siempre un constante proceso de evolución y actualización con los más altos niveles de excelencia, profesionalismo y credibilidad para lograr un posicionamiento permanente en este mercado.

VALORES CORPORATIVOS

Respeto

Respeto a las ideas, opiniones, creencias o prácticas de los demás cuando son diferentes o contrarias a las propias, es decir respetar cada una de las acciones que realice cada funcionario o cliente de la empresa.

Calidad Total

Llenar las expectativas del cliente tanto interno como externo.

Ética profesional

Aplicar los principios, valores y normas que indican cómo debe comportarse un profesional para que su ejercicio sea considerado dentro y fuera de la Organización.

Honestidad

Es la cualidad moral que refleja una persona en la transparencia de sus actos, por lo cual el personal de la empresa deberá actuar conscientemente en cada una de las funciones que desempeña.

Responsabilidad

Se reflejan en las actuaciones de la empresa y sus funcionarios con los clientes brindando un tratamiento objetivo e independiente en todos los asuntos relacionados con el servicio que brinde la entidad.

Trabajo en Equipo

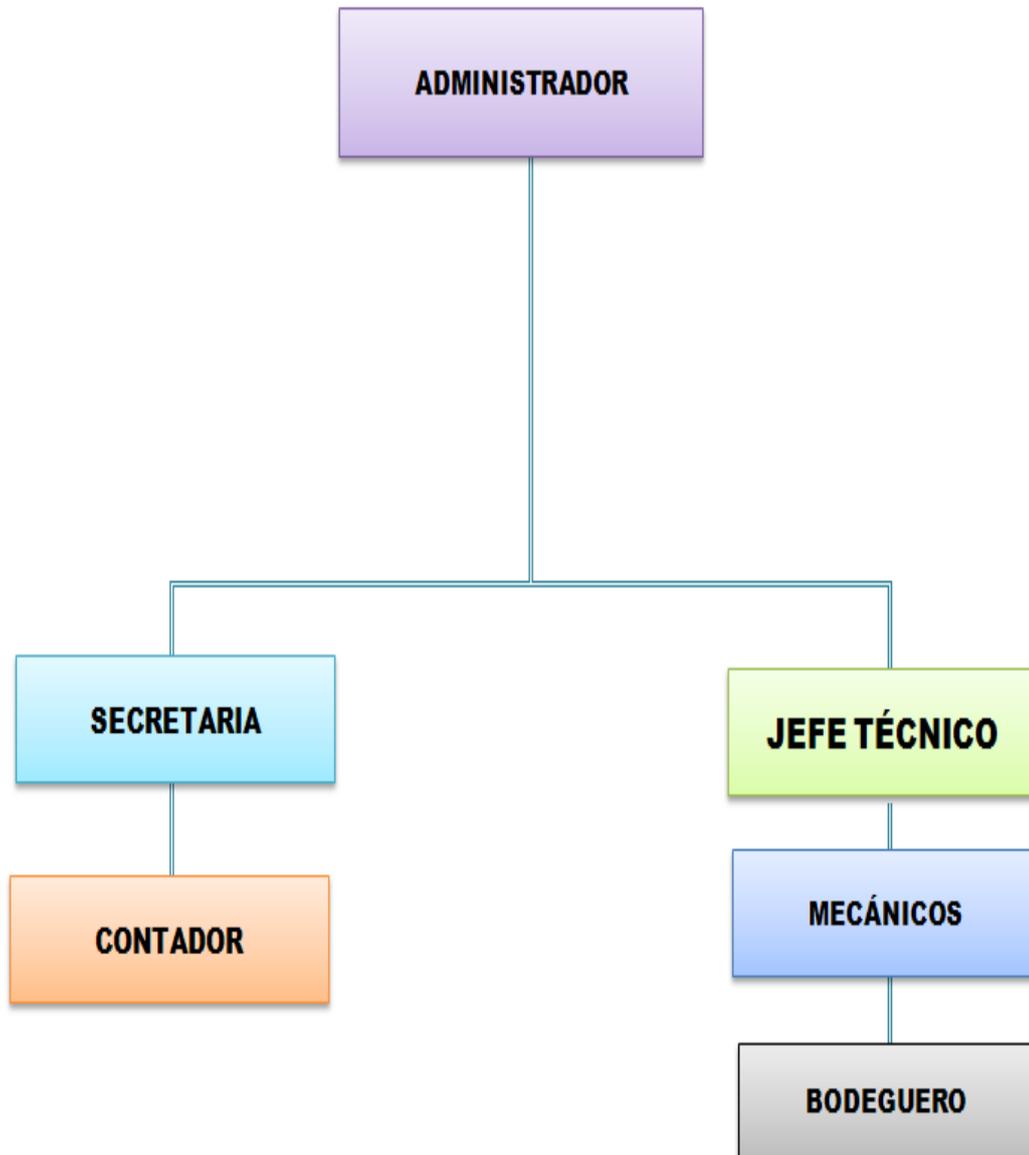
Permite a sus colaboradores, integrar, orientar, y dirigir todos sus esfuerzos hacia el cumplimiento de los objetivos de la empresa.

Transparencia

Es hacer visible la gestión de la entidad a través de la relación directa entre sus consumidores, involucra de por sí la honestidad, manejo de persona, recursos, materiales e información

ORGANIGRAMA

Cuadro 16. Organigrama estructural

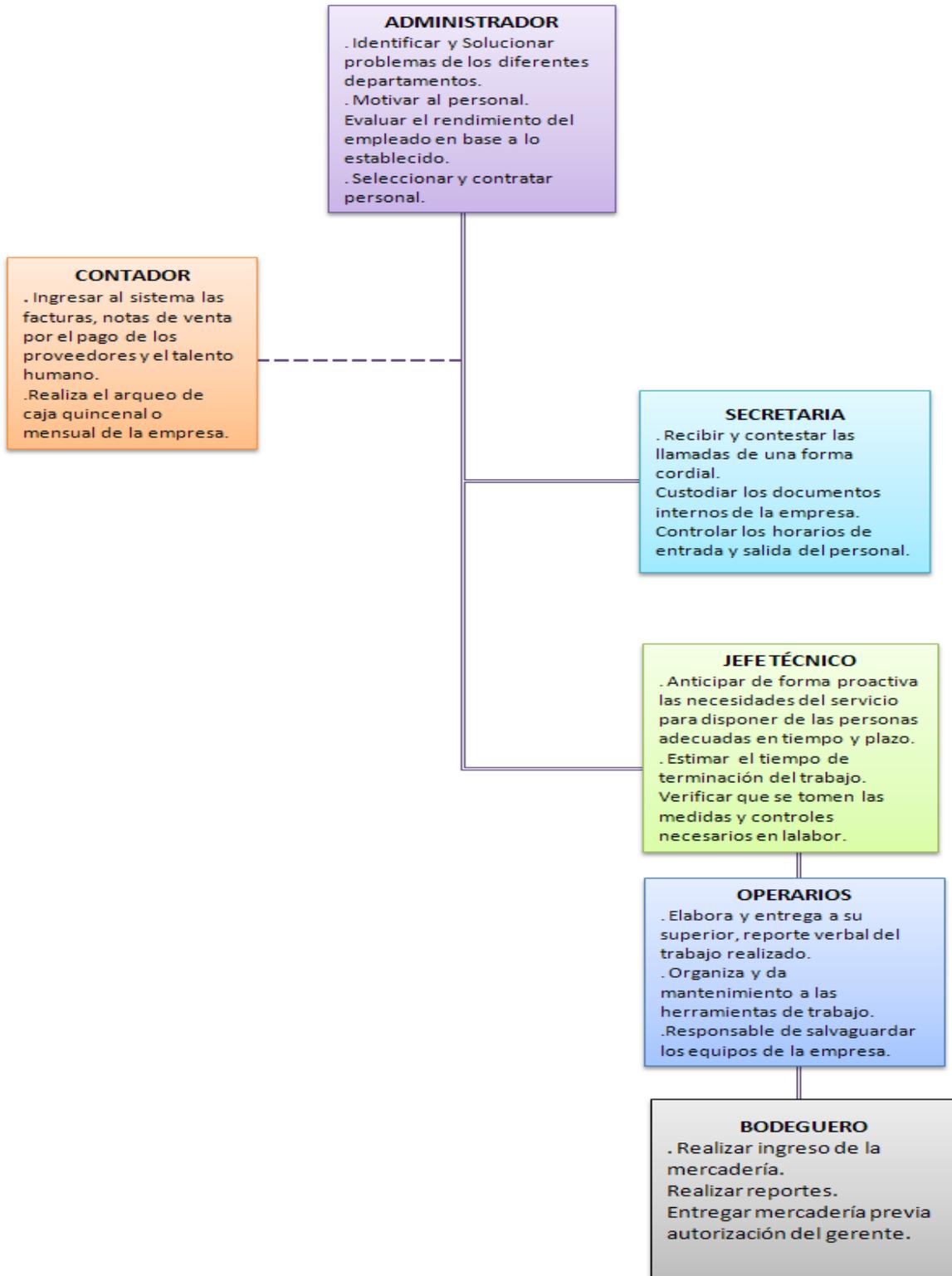


Fuente: Estudio De Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

ORGANIGRAMA FUNCIONAL

Cuadro 17. Organigrama Funcional



Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

FUNCIÓN DEL CARGO: ADMINISTRACIÓN

Función Básica

El administrador tiene la tarea de planear, dirigir, controlar todas las funciones y actividades que desempeñan los departamentos, con el objetivo de tener mejor desarrollo organizacional y cumplimiento de metas.

Funciones Específicas

- ❖ Identificar y Solucionar problemas de los diferentes departamentos.
- ❖ Motivar al personal.
- ❖ Evaluar el rendimiento del empleado en base a lo establecido.
- ❖ Seleccionar y contratar personal.
- ❖ Despedir el personal.
- ❖ Aprobar estados financieros, registros contables, Informes.
- ❖ Realizar Pagos a Proveedores.
- ❖ Compra los equipos o herramientas que necesite la empresa.

PERFIL DEL CARGO

Edad: 28 a 35 años

Género: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

COMPETENCIAS TÉCNICAS

Educación: Título Universitario de Tercer Nivel de Administración de Empresas o carreras afines.

Experiencia: 2 años en cargos similares.

COMPETENCIAS CONDUCTUALES

Iniciativa y talento para los negocios

Modalidad de contacto

Competencia analítica

Pensamiento Estratégico

Trabajo en Equipo

Dinamismo y Energía

Liderazgo

FUNCIÓN DEL CARGO: SECRETARIA

Función Básica

Su función es vital ya que tiene que colaborar y cumplir con las funciones asignadas por el administrador, para un mejor desarrollo y control de la administración empresarial.

Función específica

- ❖ Recibir y contestar las llamadas de una forma cordial.
- ❖ Custodiar los documentos internos de la empresa.
- ❖ Controlar los horarios de entrada y salida del personal.
- ❖ Coordinar visitas con los proveedores para la obtención de insumos o equipos.
- ❖ Recibir y verificar que la mercadería llegue siempre en óptimas condiciones.
- ❖ Realizar informe de recepciones de mercadería como de los requerimientos del talento humano.
- ❖ Mantener un buen trato con los clientes.

PERFIL DEL CARGO

Edad: 23 a 30 años

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

COMPETENCIAS TÉCNICAS

Educación: Estudios Superiores de Administración de Empresas o carreras a fines. (Cursando Tercer año en adelante).

Experiencia: 1 año en cargos similares.

COMPETENCIAS CONDUCTUALES

Negociación

Calidad del trabajo

Habilidad analítica

Conocimiento de la industria y el mercado

Aprendizaje continuo

Trabajo en equipo

FUNCIÓN DEL CARGO: CONTADOR

FUNCIÓN DEL CARGO: CONTADOR

Función básica

Tiene la responsabilidad de llevar al día los pagos a realizarse dentro y fuera de la microempresa, también de tener al día los estados financieros tales como balance general, estado de pérdidas y ganancia, gastos, etc.

Funciones Específicas

- ❖ Ingresar al sistema las facturas, notas de venta por el pago de los proveedores y el talento humano.
- ❖ Realiza el arqueo de caja quincenal o mensual de la empresa.
- ❖ Realiza el rol de pagos y conciliación de cuentas mensual.
- ❖ Contabilizar las ventas mensuales.
- ❖ Se encarga de cancelar los impuestos.
- ❖ Contabilizar los gastos mensuales.
- ❖ Realiza los estados financieros.

PERFIL DEL CARGO

Edad: Entre los 28 y 34 años.

Género: Indistinto.

Estado civil: Indistinto.

COMPETENCIA TÉCNICA

Título superior de Ingeniero en C.P.A. o carreras a fines

Experiencia mínima de 2 años en el desempeño de cargos similares.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES REQUERIDOS

Manejo de programas básicos de office.

Manejo de programa de Excel.

Manejo del programa Minitad

Leyes y normas que rigen y se aplican al sector de la empresa.

Herramientas de control contable y financiero.

Rapidez mental y numérica en todas las actividades a emprender.

Capacidad para trabajar en equipo.

Capacidad de trabajo bajo presión

FUNCIÓN DEL CARGO: JEFE TÉCNICO

Función Básica

Realizar un diagnóstico del estado de los vehículos de una forma tecnicada y emitir un informe del estado del automotor al cliente, antes de empezar con el mantenimiento y reparación del carro.

Función específica

- ❖ Anticipar de forma proactiva las necesidades del servicio para disponer de las personas adecuadas en tiempo y plazo.
- ❖ Estimar el tiempo de terminación del trabajo.
- ❖ Verificar que se tomen las medidas y controles necesarios en el mantenimiento de los vehículos.
- ❖ Realizar un informe diario de los trabajos realizados, para poder tener un registro de a labor ejecutada en caso de presentarse algún reclamo.

PERFIL DEL CARGO

Edad: 28 a 35 años

Sexo: Masculino

Estado Civil: Indistinto

COMPETENCIAS CONDUCTUALES

Conocimiento sobre técnica y métodos en el área de mecánica.

Control del personal

Habilidad analítica

Destreza y habilidad en la labor que realiza.

COMPETENCIAS TÉCNICAS

Educación: Estudios superiores en Ingeniería Mecánica.

Experiencia: 2 año en cargos similares.

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES REQUERIDOS

Manejo de equipos de alta tecnología

Capacidad para trabajar en equipo.

Capacidad de trabajo bajo presión.

Capacidad de anticiparse a los sucesos.

FUNCIÓN DEL CARGO: OPERARIOS

Función básica: Maneja constantemente equipos y materiales de fácil uso y medianamente complejos, siendo su responsabilidad directa, también realiza instalaciones, mantenimiento y reparación de los vehículos.

Funciones Específicas:

- ❖ Elabora y entrega a su superior, reporte verbal del trabajo realizado.
- ❖ Organiza y da mantenimiento a las herramientas de trabajo.
- ❖ Responsable de salvaguardar los equipos de la empresa.
- ❖ Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- ❖ Vela por la seguridad y resguardo de la integridad física de las personas que transporta.
- ❖ Reporta fallas y averías de la unidad asignada, con la finalidad de que sean corregidas.
- ❖ Lleva el control de los repuestos que se utilizan en los vehículos.
- ❖ Elabora reportes periódicos de las tareas asignadas.

PERFIL DEL CARGO

Edad: 18 a 35 años

Sexo: Masculino

Estado Civil: Indistinto

COMPETENCIAS CONDUCTUALES

Proactivo

Colaborativo con el equipo de trabajo

Responsabilidad

Tolerancia a la presión

Dinamismo y energía

COMPETENCIAS TÉCNICAS

Ser bachiller técnico en mecánica automotriz.

Dominar las herramientas mecánicas.

Edad entre 18 y 30 años, muy dinámico y comprometido

CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES REQUERIDOS

Excelente relaciones personales

FUNCIÓN DEL CARGO: BODEGUERO

Función Básica

Es el responsable de asegurar un stock permanente de productos, despachar y mantener un claro registro de las existencias.

Funciones Específicas

Realizar ingreso de la mercadería.

Realizar reportes.

Entregar mercadería previa autorización del gerente.

Solicitar el abastecimiento de la mercadería a producción.

PERFIL DEL CARGO

Edad: 25 a 30 años

Sexo: Indistinto

Estado Civil: Indistinto

Competencias Conductuales

Calidad del trabajo

Dinamismo- Energía

Control

Confianza en sí mismo

Competencias Técnicas

Educación: Estudios Superiores de CPA (Cursando cuarto año en adelante).

Experiencia: 1 año

Capacitación mínima requerida

Cursos generales:

Word

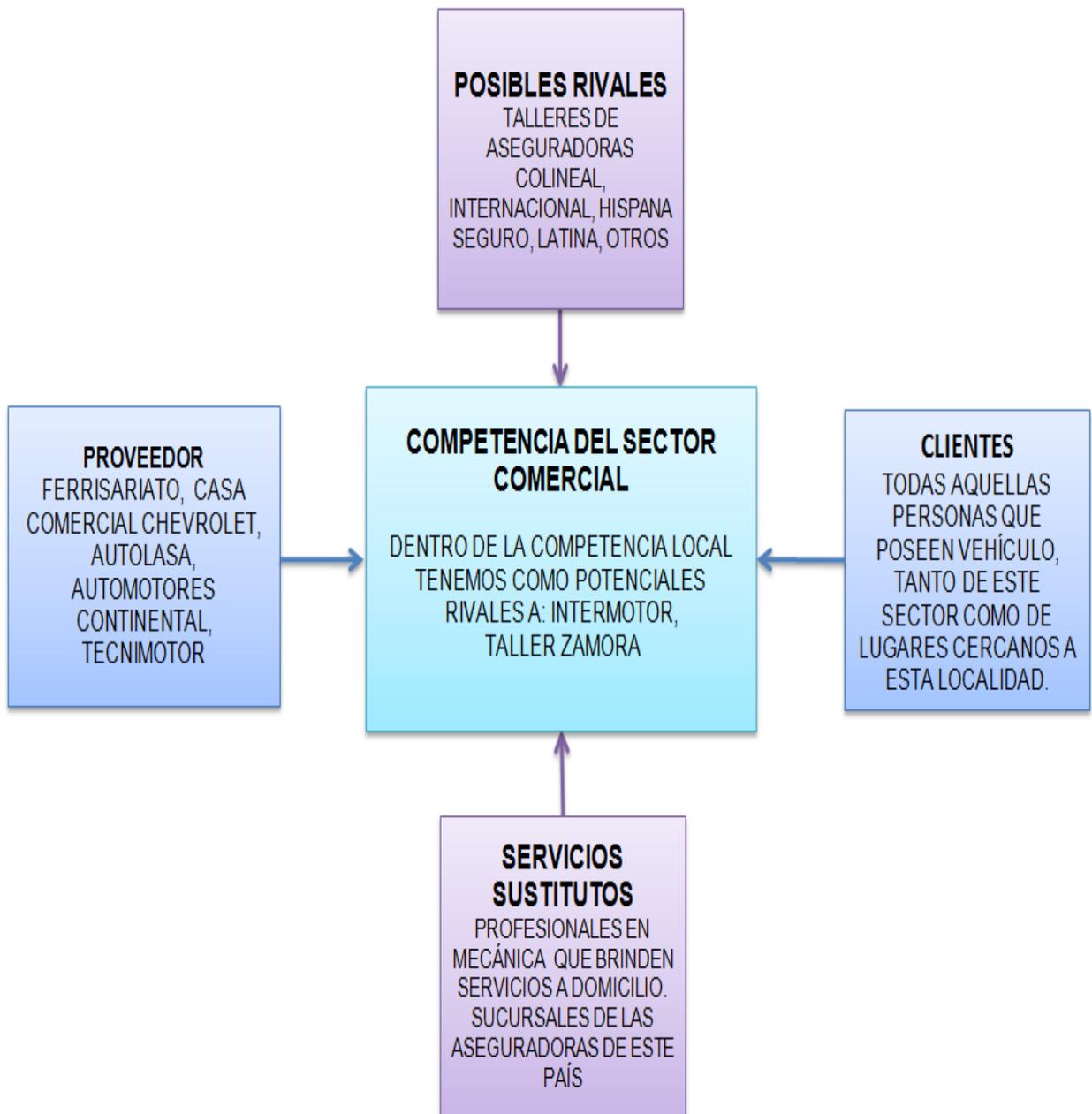
Excel

Power Point

5.7 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA

ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE MICHAEL DE MERCADO, CON EL FIN DE CONOCER EL MERCADO EN EL CUAL INCURSIONARA ESTA NUEVA ALTERNATIVA DE NEGOCIO.

Cuadro 18.



Fuente: Estudio de Mercado
Responsable: Paola Paredes & Erika Rodríguez

El análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter se lo realiza con el propósito de conocer cuáles son las consecuencias de rentabilidad de esta nueva alternativa de negocio con respecto a los factores que rodean a esta propuesta, tales como clientes, proveedores, competencia local y externa, así como los servicios sustitutos, para de esta manera poder crear estrategias que fortalezcan la participación de esta nueva organización en este sector comercial competitivo del cantón Milagro.

Esta herramienta de gestión considera que existen cinco fuerzas dentro de una industria, las cuales son las siguientes:

- ❖ Amenaza de la entrada de potenciales competidores.
- ❖ Rivalidad entre competidores existentes.
- ❖ Amenazas de ingresos de servicios sustitutos.
- ❖ Poder de negociación de los compradores/clientes.
- ❖ Poder de negociación de los proveedores

El equilibrar de manera correcta estas fuerzas permite lograr un mejor análisis del entorno de esta nueva alternativa de inversión a la que se pretende incurrir y, de este modo, en base a dicho análisis poder diseñar estrategias que permita aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas existentes en el mercado.

F 1. Amenaza de entrada de potenciales competidores

El mercado o el segmento no son atractivos dependiendo de si las barreras de entrada son fáciles o no de franquear por nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado. Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Interpretación: Podemos observar en el gráfico que la competencia externa, se han identificado competidores reconocidos como: Talleres Colineal, Internacional, Hispana de seguro, Latina entre otras etc. que gozan de una posición estable en el mercado, los cuales pueden llegar a ofrecer sus servicios en nuevas plazas e integrarse en el cantón Milagro, ya que existe una escasez de esta clase de estructuras de servicio mecánico, por lo tanto es necesario que tengan una buena ubicación, así como la aplicación de estrategias de precios, calidad en el servicio y de los productos, con el fin de posesionarse en este mercado.

F 2. Rivalidad entre los competidores existentes

Para una empresa será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos, pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos/servicios.

Interpretación: Analizando la figura encontramos que en este mercado local existen empresas competidoras como: INTERMOTOR Y TALLER ZAMORA, cabe mencionar que estas estructuras competidoras no mantienen alianzas con las aseguradoras de este país, esto conlleva a emplear distintos métodos y estrategias comerciales para competir como: precios, cantidades, introducción de nuevos servicios entre otros, lo cual nos permitirá situarnos en una categoría similar o superior a estos talleres mecánicos.

F 3. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

Un mercado o segmento no es atractivo si existen servicios sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad.

Los productos/servicios sustitutos que merecen la máxima atención son aquellos que están sujetos a tendencias que mejoran su desempeño y precio del servicio mecánico que obtienen altos rendimientos. En este caso los sustitutos suelen

entrar rápidamente si algún desarrollo aumenta la competencia en sus sectores y causa una reducción de precio o mejoran su desarrollo.

Interpretación: Como se observa en la figura podemos explicar que los servicios sustitutos son los profesionales en mecánica que brinden el servicio a domicilio y sucursales de las aseguradoras de este país, hacen referencia a la existencia de empresas que venden servicios de una forma diferente y alternativa, es decir pueden llegar a satisfacer las necesidades de los clientes pero difieren en las características específicas, lo cual nos va permitir conservarnos con una perspectiva firme en este sector competitivo.

F 4. Poder de negociación de los compradores/clientes

Se refiere a la capacidad de negociación con que cuentan los consumidores o clientes sobre sus proveedores, esto se puede originar cuando existe una cantidad de compradores limitada, cuando sucede esto su capacidad de negociación es mayor, ya que al no haber mucha demanda de productos, ellos pueden exigir precios bajos.

Asimismo es importante mencionar que el poder del cliente depende de varios factores o circunstancias:

- ❖ Cuando los clientes compran el servicio a la empresa.
- ❖ Los costos de cambiar de proveedor son bajos.
- ❖ Los clientes tienen conocimiento de los costos y precios de los servicios ofrecidos por el proveedor.

Interpretación: Tomando en cuenta al sector empresarial podemos referirnos que existe una cantidad importante de compradores/clientes que estarían dispuestos a solicitar el servicio, esto lo podemos corroborar al analizar las encuestas donde los encuestados acepta la presencia de esta propuesta.

No obstante nuestra propuesta está encaminada a ofrecer un servicio diferente que genere satisfacción a los diferentes clientes, el cual originará que una vez que el consumidor nos elija, obtendrá resultados efectivos dentro de su organización.

F 5. Poder de negociación de los proveedores

Se consideran una amenaza cuando están en capacidad de imponer el precio que una compañía debe pagar por el insumo o reducir la calidad en los bienes suministrados, disminuyendo en consecuencia la rentabilidad de esta. Entonces, los proveedores son más poderosos cuando una empresa depende de estos para desarrollar sus actividades, pero por sí mismos no dependen de la organización; en estas condiciones, representan una amenaza. Los proveedores son más fuertes en las siguientes circunstancias:

- ❖ Cuando el servicio que venden tiene pocos sustitutos y es importante para la compañía.
- ❖ Cuando la empresa no es un cliente importante para los distribuidores.

En tales pretensiones, su prosperidad no depende de la asociación y ellos tienen escasos incentivos para oprimir precios y optimizar la calidad.

- ❖ Cuando a fin de aumentar los precios los suministradores pueden usar la coacción de formarse verticalmente hacia adelante dentro de la compañía y luchar de manera directa con su cliente.

Interpretación: El poder de negociación de los proveedores en el sector empresarial se considera que es relativamente bajo, ya que existen muchos proveedores que nos pueden abastecer de suministros de oficina, equipos y maquinarias, mobiliarios. Entre los principales proveedores tenemos: FERRISARIATO, CASA COMERCIAL CHEVROLET, AUTOLASA, AUTOMOTORES CONTINENTAL, TECNIMOTOR, Librería Dinámica y Mueblería Regalado para ser utilizados por el taller, los mismos que serán adquiridos en el mercado de esta localidad y fuera de él.

ANALISIS FODA

FORTALEZAS

- ❖ Infraestructura adecuada
- ❖ Documentación Legalizada
- ❖ Personal Capacitado
- ❖ Posee equipos y herramientas de alta tecnología

OPORTUNIDADES

- ❖ Aprovechar cursos extranjeros en mecánica moderna.
- ❖ Establecer alianzas con instituciones públicas o privadas
- ❖ Otorgamiento de créditos por parte de las instituciones bancarias.
- ❖ Crecimiento acelerado de clientes

DEBILIDADES

- ❖ Inexistencia de planes de promoción y publicidad
- ❖ No se posee personal de guardianía
- ❖ Empresa nueva en el mercado
- ❖ Carencia de local propio

AMENAZAS

- ❖ Entrada de nuevos competidores
- ❖ Servicios sustitutivos
- ❖ Incremento de la delincuencia.
- ❖ Cercanía a la ciudad de Guayaquil

Descripción de cada factor interno y externo

FORTALEZAS

Infraestructura adecuada.- Esta fortaleza debe ser aplicada, puesto que el taller debe ser amplio para una adecuada distribución de cada área, para proyectar una buena imagen al cliente.

Documentación Legalizada.- Por ser una empresa nueva debe estar al tanto de requisitos o requerimientos para que el taller funcione normalmente.

Personal Capacitado.- El talento humano será sujeto a un rigurosa selección de personal, para involucrar al personal idóneo que ocupe las vacantes de esta nueva alternativa de negocio.

Posee equipos y herramientas de alta tecnología.- Los activos que adquirirá la organización deben ser de marcas garantizadas y de la más alta calidad, esto permitirá una mayor durabilidad de tales bienes.

DEBILIDADES

Inexistencia de planes de promoción y publicidad.- Esta debilidad se da por la falta de experiencia o desconocimiento de emplear estos dos indicadores de relevancia para ayudar a posicionar esta propuesta.

No se posee personal de guardianía.- Por ser una empresa nueva y de tener muchos gastos de iniciación no podrá cubrir el costo de guardianía, factor importante ante el alto índice delincriminal.

Empresa nueva en el mercado.- el no tener un reconocimiento en este sector podrá afectar su pronta aceptación en este mercado, lo cual puede afectar a su participación.

Carencia de local propio.- los altos costos que genera el adquirir un terreno y su edificación han hecho que esta nueva alternativa se incline por alquilar un local, hasta que pueda tener el propio.

OPORTUNIDADES

Aprovechar cursos extranjeros en mecánica moderna.- ante la constante innovación en las estructuras de los automotores, por ello, es necesario que la administración esté al tanto de tales avances con el fin de capacitar al talento humano.

Establecer alianzas con instituciones públicas o privadas.- Por ser un servicio de alta demanda es importante que se cree alianzas con tales instituciones de esta manera se obtendrá más ingresos y por ende más prestigio.

Otorgamiento de créditos por parte de las instituciones bancarias.- Esta sería una gran oportunidad ya que la inversión de esta clase de negocio es un poco alta, por la implementación de maquinarias u otros gastos más.

Crecimiento acelerado de clientes.- Esta oportunidad debe ser aprovechada para tratar de captar gran parte de este mercado y así ir cobrando un posicionamiento firme y permanente en esta plaza de mercado.

AMENAZAS

Entrada de nuevos competidores.- Esta amenaza podría disminuir el número de cliente ya que pueden brindar nuevas alternativas a la ciudadanía, por ello, es necesario que se brinde un servicio y atención de calidad, con el fin de fidelizar a los clientes.

Servicios sustitutivos.- estos serían servicios adicionales a los que brinde la empresa como por ejemplo servicio domiciliario u otras alternativas que hagan mas atractivos a la competencia.

Incremento de la delincuencia.- Esto podría perjudicar a la empresa ya que se podría quedar sin equipos y maquinarias para brindar el servicio, retrasaría el trabajo y se daría pie a que la competencia acapare nuestros clientes.

Cercanía a la ciudad de Guayaquil.- la cercanía con el mercado potencial podría perjudicar el posicionamiento de esta empresa.

MATRIZ FO-FA-DO-DA

Cuadro 19

“Creación de un taller mecánico automotriz que mantenga alianzas con las aseguradoras de la ciudad de Guayaquil”	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	❖ Infraestructura adecuada	❖ Inexistencia de planes de promoción y publicidad
	❖ Alianzas con aseguradoras	❖ Insuficiente capital de trabajo (liquidez)
	❖ Personal Capacitado	❖ Empresa nueva en el mercado
	❖ Posee equipos y herramientas de alta tecnología	❖ Carencia de local propio
OPORTUNIDADES	FO	FA
❖ Aprovechar cursos extranjeros en mecánica moderna.	Para lograr un óptimo desempeño del talento humano que labora en la parte operativa es necesario que estén en constante capacitación, puesto que en la actualidad se presentan nuevos diseños en el funcionamiento de los carros, por lo tanto hay que estar al tanto de estas innovaciones de estos medios de transporte.	Preparar varias alternativas para desarrollar un plan de marketing, con el fin de aplicar las mejores promociones para el cliente y una acertada publicidad a través de medios estratégicos de comunicación, que logren un alto nivel de aceptación en este mercado competitivo.
❖ Establecer alianzas con instituciones públicas o privadas		
❖ Otorgamiento de créditos por parte de las instituciones bancarias.	Análizar la mejor alternativa de financiamiento para poder acceder a un préstamo bancario y de esta manera la nueva alternativa de negocio podrá equiparse adecuadamente, para poder brindar un servicio de calidad.	brindar un servicio de calidad donde el cliente se sienta seguro de solicitar la reparación y mantenimiento de vehículos, utilizando materiales y repuestos originales en este trabajo, de esta manera se garantizará la permanencia de este taller en este sector comercial.
❖ Crecimiento acelerado de clientes	Con el cambio de leyes en este país es importante que este taller este laborando bajo todos los parámetros establecido por la Ley, con el fin de no tener interrupciones que perjudiquen la participación de este taller especializado	El no contar con un local propio, no debe ser un obstáculo para proyectar una imagen innovadora y bien distribuida, para así brindar un óptimo servicio a cada uno de los clientes.
AMENAZAS	FO	FA
❖ Entrada de nuevos competidores	Proyectarse al mercado como un grupo de profesionales integros, que realicen una labor eficaz, para que se ajuste a las necesidades y expectativas de los clientes, para de esta manera fidelizarlos.	Establecer buenas relaciones con los proveedores, ya que de esta manera la empresa podrá solicitar sus requerimientos cuando lo necesite, de esta manera se podrá ofrecer un servicio de calidad.
❖ Servicios sustitutos	Ante el alto índice delincencial que azota a la sociedad, es necesario que se considere la incorporación de personal de guardiana, con el obejo de que salvaguarden los bienes del negocio y la integridad de quienes laboren dentro de la organización.	Organizar planes a corto, mediano y largo plazo con la finalidad de evitar el incremento de precios en este servicio mecánico.
❖ Incremento de la delincuencia.		Mantener una excelente comunicación entre empleados, con el propósito de lograr un agradable ambiente laboral, y por ende un trabajo en equipo. Esto permitirá que la empresa funcione optimamente para cumplir con los objetivos planteados, los mismos que orientan que el negocio tenga un posicionamiento respetable en este mercado.
❖ Cercanía a la ciudad de Guayaquil	Emplear tecnología de punta en la labor mecánica, con el fin de realizar un buen trabajo, que satisfaga las exigencias de los clientes..	

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Composición del Mercado

Los estudios realizados permitieron conocer el mercado en el cual incursionara esta nueva alternativa de negocio, por lo cual se procederá a segmentar e identificar a los posibles clientes o consumidores de este servicio, el mismo que será dado en el este cantón Milagreño.

Se ha tomado en consideración algunas variables para segmentar este mercado competitivo.

Variable Geográfica

El Taller mecánico que mantendrá alianzas con aseguradoras de país, prestará sus servicios en la Av. 17 de septiembre, presidente Jerónimo Carrión y 12 de Octubre ubicado en la parte de atrás del shopping.

Variable Demográfica

Edad

Nuestros consumidores serán las personas mayores de edad que posean un vehículo de ambos géneros, que busquen un servicio de calidad y sobre todo con talento humano altamente calificado.

Clase social

Nuestro servicio está orientado a las personas de la clase social media, media – alta, alta. Con tendencia a recibir un servicio diferenciado y de óptima calidad.

5.7.1 Actividades

MARKETING MIX

Con el propósito de alcanzar las metas propuestas que nos hayamos fijado a través de su combinación o mezcla (Mix) para alcanzar los objetivos planteados, por lo cual se ha empleado estrategias eficaces con el fin de marcar la diferencia ante la competencia.

En la actualidad no basta con ser bueno debemos ser los mejores e todo aspecto, ofrecer el mejor servicio, atención, buscando siempre un valor agregado que haga que los clientes se sientan totalmente satisfechos.

Las cinco “P” de marketing

- ❖ Producto
- ❖ Plaza
- ❖ Precio
- ❖ Promociones y publicidad
- ❖ Personal de ventas

Cuadro 20

MARKETING MIX	
Producto:	El servicio que se va a ofrecer estará basado en la más alta tecnología, técnicas innovadoras, compromiso, seriedad, eficiencia y eficacia, características que serán puestos en marcha por un talento humano altamente calificado en cada una de las funciones que realiza.
Plaza – distribución:	El mercado donde funcionará el negocio será en el Cantón Milagro y estará ubicado en las calles: en la Av. 17 de septiembre, presidente Jerónimo Carrión y 12 de Octubre.
Precio:	Los precios serán establecidos según el daño o mantenimiento del vehículo, claro que esta que tiene que ser acorde a las tendencias del mercado.
Promoción - Publicidad:	El taller aplicara estrategias promocionales que incentiven al cliente a regresar, el mismo que ayudara a dar a conocer en esta ciudad esta nueva alternativa de servicio mecánico.
Personas	Dentro del personal lo más importante es la Actitud del mismo. La actitud en el trabajador o de los mandos superiores, lo es todo dentro de una empresa, permítanos presentarle algunos beneficios de la vida real que le significaría el mantener una buena actitud

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Producto: Con el objeto de proyectar una buena imagen el personal tanto administrativo como operativo estará debidamente uniformado.

- ❖ Brindaremos el servicio de mantenimiento en caja de los motores, ABC, sistema de freno, sistema eléctrico, sistema de bombeo, ajuste de freno, cambio de platillo, zapatas llantas, bajada de motor, entre otras actividades que conciernan a la rama de la mecánica automotriz.
- ❖ Se establecerá horarios de trabajo para evitar la carga laboral, lo cual originaría un ambiente hostil de trabajo.
- ❖ Los horarios de atención serán de 7:00 a 5 de la tarde, se alargarse el horario se le reconocerá al empleado el pago de horas extras.
- ❖ Nos responsabilizaremos por los objetos o piezas que estén dentro de los vehículos, siempre y cuando estos hayan sido señalados por ambas partes.
- ❖ Una vez entregado el trabajo y el cliente regrese por el mismo problema el servicio no será cobrado.

LOGOTIPO

Figura 23



Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

SLOGAN

Figura 24

NUESTRO TRABAJO ES SIMBOLO DE CALIDAD

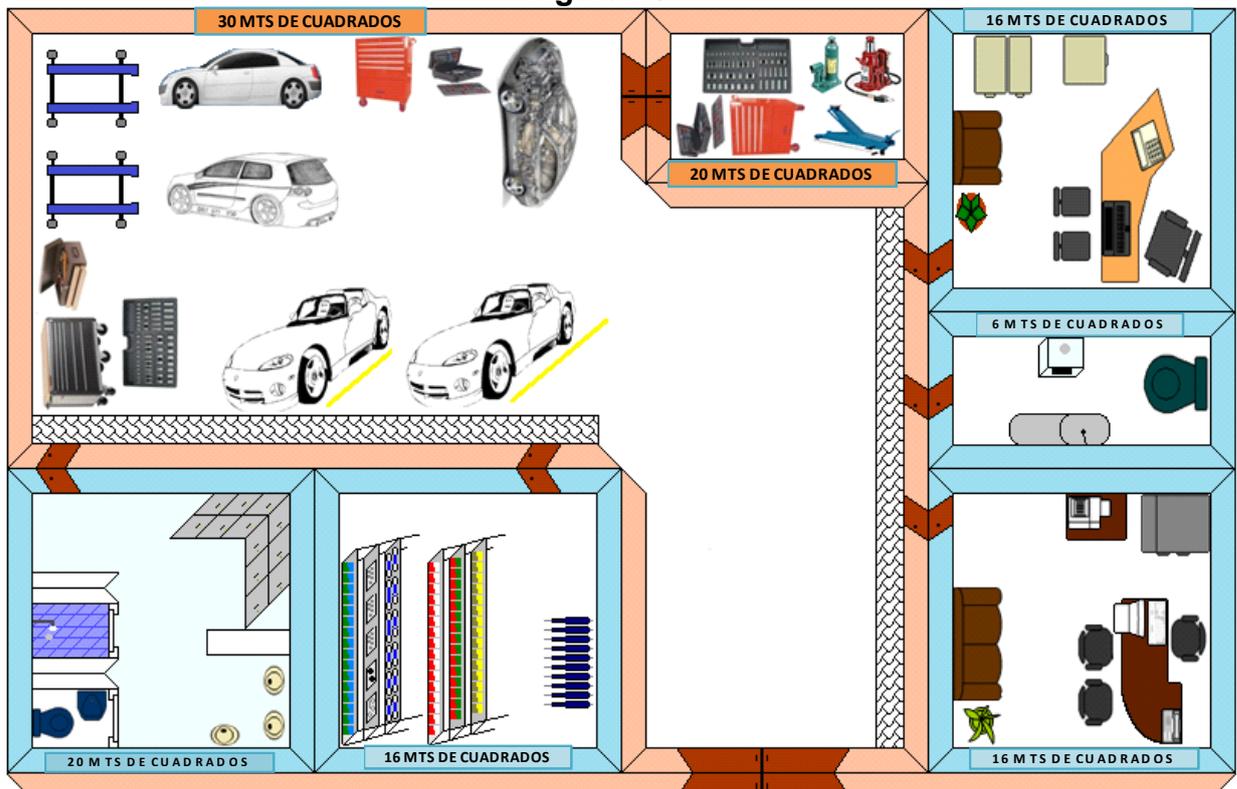
Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Plaza.- El servicio mecánico está dirigido a toda la ciudadanía Milagreña en especial aquellas personas que tengan un vehículo, también pasarían a ser clientes del taller aquellos que son oriundos de otras plazas de mercado como:

Mariscal sucre, los recintos aledaños a esta localidad, Naranjito, Roberto Astudillo, El deseo, entre otras partes que busquen recibir un servicio especializado en mecánica automotriz.

Figura 25



Fuente: Estudio de Mercado

Elaborado por: Erika Rodríguez & Paola Paredes

El taller estará ubicado en la Av. 17 de septiembre, presidente Jerónimo Carrión y 12 de Octubre

Precio.- Los precios que se establecerán en el taller mecánico varían entre \$15,00 a \$ 300,00 a continuación se puede observar un cuadro con varios de los servicios que brindaremos, además de la venta de accesorios que también se los venderá. A continuación el cuadro con los precios:

Cuadro 21

PRECIO			
INGRESOS POR VENTA	CANT.	COSTO	ENERO
REPARACIÓN DE MÁQUINA	5	400,00	2.000,00
PINTADO DE CARRO (DEPENDIENDO DEL DAÑO)	5	400,00	2000,00
AVERÍAS EN LA CAJA	5	200,00	1.000,00
SISTEMA DE FRENOS	5	50,00	250,00
SISTEMA DE REFRIGERACIÓN	5	50,00	250,00
SISTEMA ELECTRICO	5	200,00	1.000,00
VARIOS	1	1000,00	1.000,00
ACCESORIOS VARIOS	120,00		144,00
FAROS ORIGINALES	150,00	1500,00	180,00
FAROS GENERICOS	65,00	650,00	78,00
LIMPIA PARABRIZAS	6,00	120,00	7,20
GUÍAS	25,00	625,00	30,00
RESPUESTOS EN GENERAL	6000,00	6000,00	7200,00
TOTAL			15.139,20

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Promoción: La promoción consiste en los siguientes parámetros:

Se ofrecerá los siguientes descuentos:

- ❖ Descuentos del 3% y 5% quienes lleven dos clientes a la empresa de servicio mecánico.
- ❖ Por el primer mes de creación del taller se ofrecerá un día de gratis de engrasado, cambio de llantas, y ajuste de frenos.

Publicidad por los principales medios escritos del cantón, los cuales son de circulación semanal como es el periódico “Prensa la Verdad”.

También se ofrecerá publicidad por medio de la principal radio de la ciudad como es la radio “La voz de Milagro”.

Entrega de hojas volantes dos semanas antes de la apertura del local, los mismo que serán distribuidos en puntos estratégicos del cantón.

Entrega de Tarjetas de presentación a las diferentes empresas de la localidad, entre otras más.

Figura 26

TE OFRECEMOS UN SERVICIO DE CALIDAD, EN ARREGLO DE LO AUTOS EN SUS DIFERENTES FUNCIONES

Dirección: Av. 17 de septiembre, presidente Jerónimo Carrión y 12 de Octubre

Teléfono: 093691546/
2- 970-183

Ing. Paola Paredes Espinoza
GERENTE

TRABAJO GARANTIZADO

Nuestro trabajo es símbolo de calidad
TECNO CAR

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

VOLANTES

Figura 27



TECNO CAR

TE OFRECEMOS MANTENIMIENTO DE LOS SISTEMAS DE ELECTRICIDAD, SISTEMAS DE FRENOS, ARREGLO DE MOTOR, FULL INYECCIÓN ENTRE OTROS SERVICIOS. CONTAMOS CON TALENTO CALIFICADO .

SERVICIO GARANTIZADO A TU CARRO

Puedes encontrarlos en la Av. 17 de septiembre, presidente Jerónimo Carrión y 12 de Octubre
Llámanos a los números: 093691546 2- 970183

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

LETRERO

Figura 28



TE OFRECEMOS UN SERVICIO DE CALIDAD, EN ARREGLO DE LO AUTOS, SISTEMA DE FRENOS, ABC, BAJADA DE MAQUINA, ALINEACIÓN, BALANCEADA, SUSPENSIÓN, CAMBIO DE LLANTAS, DE ACEITE ETC.

Dirección: Av. 17 de septiembre,
presidente Jerónimo Carrión y
12 de Octubre

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Personas.- Dentro del personal lo más importante es la Actitud del mismo. La actitud en el trabajador o de los mandos superiores, lo es todo dentro de una empresa, permítanos presentarle algunos beneficios de la vida real que le significaría el mantener una buena actitud.

Felicidad: Entre mejor sea nuestra, más felices seremos. La felicidad es un estado mental producido por una buena actitud. Tanta gente busca la felicidad, pero la busca fuera de sí mismo, sin darse cuenta que está escondida en lo más profundo de nuestro ser.

Capacitación: El talento humano que laborará en el taller estará en constante capacitación, con el fin de potencializar los conocimientos de los colaboradores y así puedan realizar un trabajo de calidad.

Auto confianza: La buena actitud hace que la persona se sienta bien a cerca de sí misma y que logre proyectar esa sensación a los demás.

Mejores relaciones humanas: La gente que se siente bien consigo misma no está a la defensiva con quienes lo rodean. Se sabe que el 80 de los despidos en el mundo laboral no tienen su origen en fallas en el conocimiento técnico, sino en malas relaciones humanas.

Mejor rendimiento en el trabajo: Los expertos aseguran que la buena actitud representa el 85 de todos los éxitos en el trabajo.

Beneficiara a la gente a su alrededor: Como la actitud (buena o mala) es altamente contagiosa, su buena actitud automáticamente lo convertirá en un beneficio para todos aquellos que entren en contacto con usted.

Incrementa sus ingresos: Su buena actitud lo hará más valioso para otras personas, por ejemplo para la empresa en que hoy trabajamos. Tarde o temprano las personas que mantienen una buena actitud terminan siendo recompensadas

por la vida de la manera correcta, con mejores posiciones y por supuesto más ingresos.

Actividades a realizarse para que esta propuesta sea puesta en marcha.

- 1.- Identificar la ubicación donde va estar ubicado el taller de servicio mecánico.
- 2.- Realizar el acondicionamiento del taller, ubicación de los equipos, maquinaria aire de acondicionados etc.
- 3.- Se realiza un análisis sobre los medios publicitarios que se emplearán para dar a conocer esta nueva alternativa de negocio.
- 4.- Se realiza las publicidades.
- 5.- Se procede a realizar el proceso de reclutamiento y selección del personal.
- 6.- Se realiza una reunión con el talento humano seleccionado, para explicarles como funcionara la organización acorde a sus cargos.
- 7.- Se realiza la inauguración de la oficina.
- 8.-Se contabiliza los movimientos económicos.
- 9.- Se presenta los resultados obtenidos.

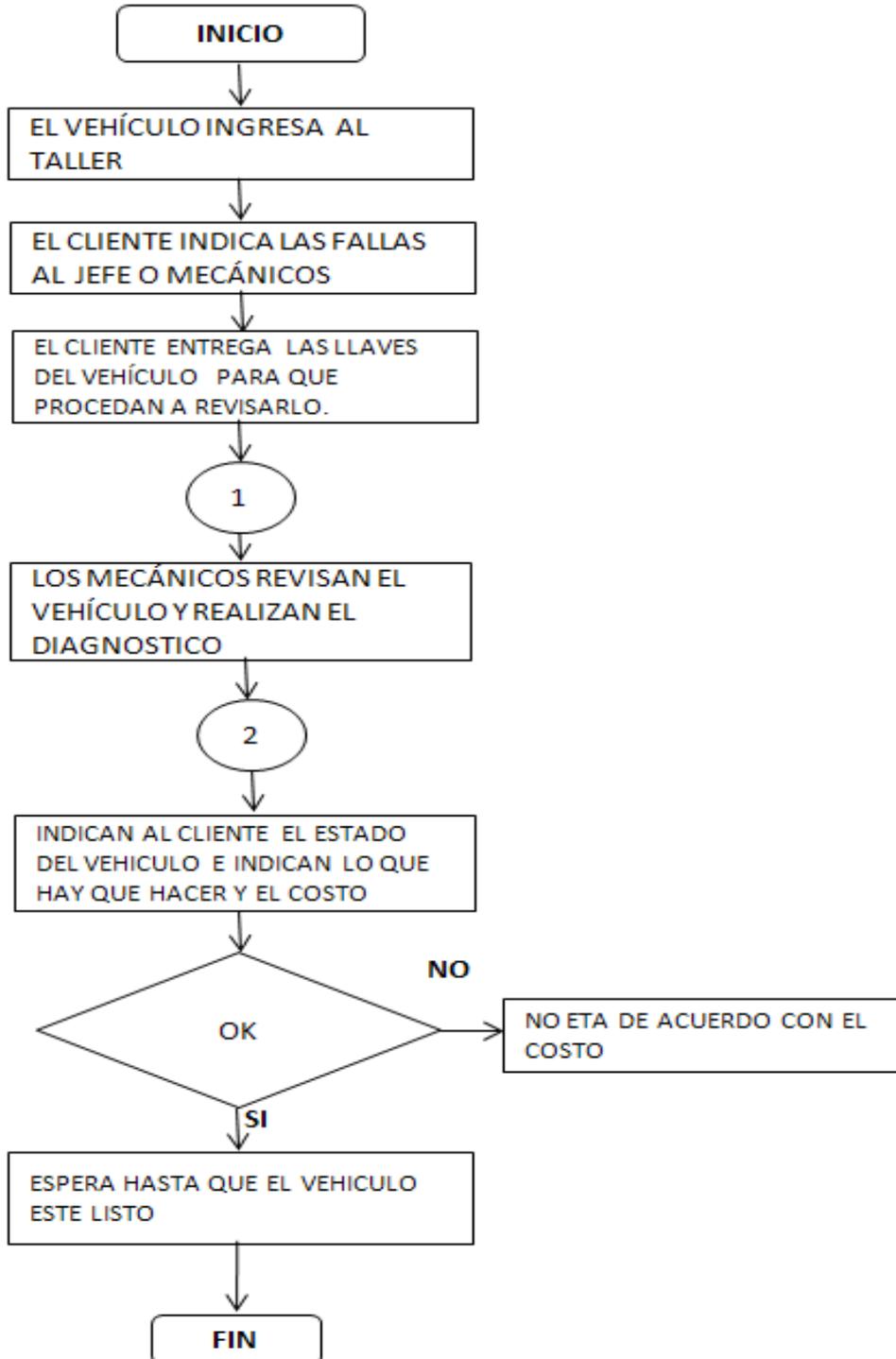
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Proceso de recepción de vehículo

- 1.- El vehículo ingresa al taller mecánico.
- 2.- El cliente indica las fallas al jefe o mecánicos.
- 3.- El cliente entrega las llaves del vehículo para que puedan revisarlo.
- 4.- Los mecánicos revisan el vehículo y realizan el diagnóstico.
- 5.- Indican al cliente el estado del vehículo e indican lo que hay que hacer y el Costo.
- 6.- El cliente espera hasta que el vehículo esté listo.

Figura 29.

PROCESO DE RECEPCIÓN DE VEHÍCULO



Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

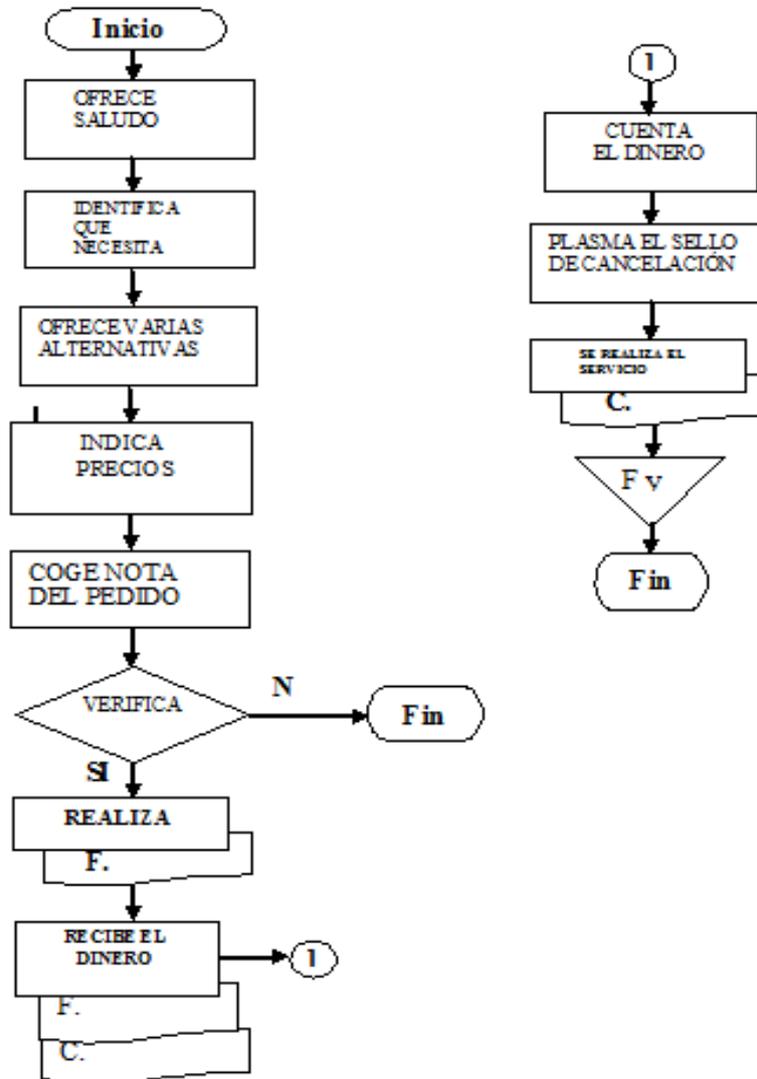
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Proceso de facturación

- 1.- Los mecánicos ofrecen un saludo al cliente.
- 2.- Identifican lo que necesitan.
- 3.- Los mecánicos ofrecen varias alternativas
- 4.- Indica los precios
- 5.- La secretaria Coge nota del pedido.
- 6.- Realiza la factura.
- 7.- Recibe el dinero.
- 8.- Cuenta el dinero.
- 9.- Plasma el sello de cancelación.
- 10.- Se realiza el servicio.
- 11.- Archiva la factura.

Figura 30.

PROCESO DE FACTURACIÓN



Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

Proceso de compra

Gerente

- 1.- Realiza llamada al proveedor.
- 2.- Informa al proveedor lo que necesita.
- 3.- Concreta cita.
- 4.- Visita al proveedor.
- 5.- Indica lo que necesita.
- 6.- Llega a acuerdos con pagos.
- 7.- Acepta la compra
- 8.- Indica la cantidad de productos que llevara.
- 9.- Realiza informe.
- 10.- Realiza cálculos.
- 11.- Informa al proveedor
- 12.- Recibe las guías, con los pedidos
- 13.- Compara precio con la nota de venta.
- 14.-Entrega la gerente G/S c/v

JEFE OPERATIVO

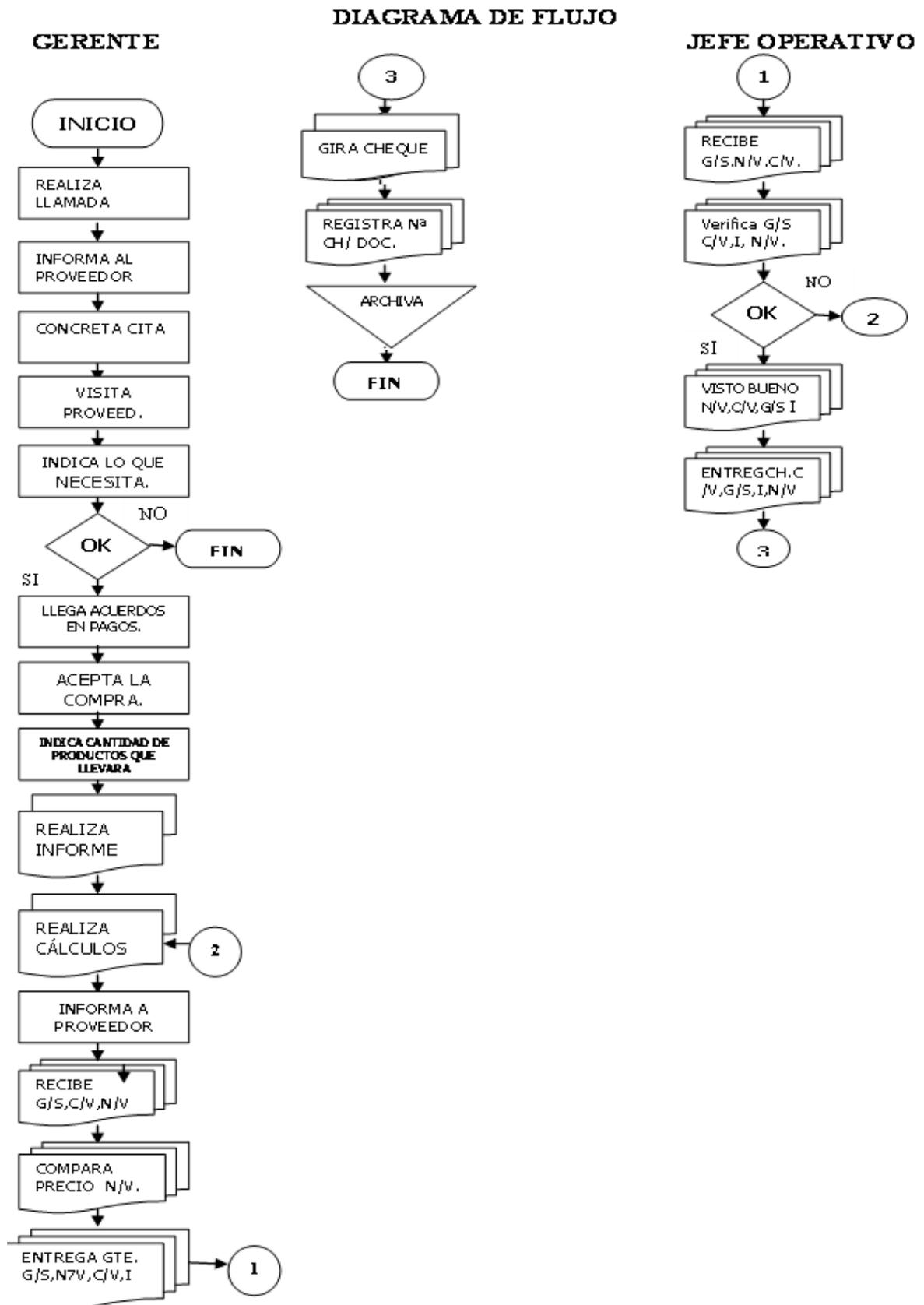
- 1.- Recibe G/S c/v
- 2.- Verifica G/S c/v
- 3.- Da el visto bueno

GERENTE

- 15.- Gira el cheque
- 16.- Registra el número de cheque
- 17.- Archiva.

Figura 31.

PROCESO DE COMPRA



5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Cuadro 22

ACTIVOS FIJOS			
CANT.	DESCRIPCION	C. UNIT.	C. TOTAL
	MUEBLES Y ENSERES		
3	Escritorios	430,00	1.290,00
3	Sillas giratoria	60,00	180,00
3	Archivador	80,00	240,00
5	Sillas de espera	15,00	75,00
2	Sofá	120,00	240,00
	TOTAL MUEBLES Y ENSERES		2.025,00
	EQUIPO DE COMPUTACIÓN		
3	Computadora	450,00	1.350,00
2	Impresora multifunción	120,00	240,00
1	Impresora matricial	180,00	180,00
	TOTAL DE EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1.770,00
	EQUIPOS DE OFICINA		
3	AIRE ACONDICIONADO	800,28	2.400,84
1	TELEFONOS CON LÍNEA	150,00	150,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		2.550,84
	EQUIPO Y MAQUINARIA		
1	Stop de herramientas stanley	1.000,00	1.000,00
2	Comprensor	300,00	600,00
4	Gatas pequeñas	37,50	150,00
4	Gatas grandes	200,00	800,00
1	Gata hidráulica grande	1.800,00	1.800,00
2	Tecele	150,00	300,00
1	scanner multimarca	2500,00	2.500,00
1	Limpia inyectores	2500,00	2.500,00
1	Pistola de impacto	150,00	150,00
2	Prensa	150,00	300,00
2	Soldadora electrica	400,00	800,00
2	Soldadora autógena	1.500,00	3.000,00
2	Pulidora	150,00	300,00
2	Taladros	200,00	400,00
2	Esmeril	65,00	130,00
1	Planta electrica	500,00	500,00
3	Pistolas neumáticas	180,00	540,00
1	Elevador hidraulico	4.600,00	4.600,00
	TOTAL EQUIPOS Y MAQUINARIA		20.370,00
	TERRENO		
1	LOCAL	30000	30.000,00
	TOTAL DE TERRENO		30.000,00
	TOTAL INVERSION EN ACTIVOS FIJOS		56.715,84

Fuente: Estudio de Mercado

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Cuadro 23

DEPRECIACION DE LOS ACTIVOS FIJOS				
DESCRIPCION	VALOR DE ACTIVO	PORCENTAJE DE DEPRECIACION	DEPR. MENSUAL	DEP. ANUAL
MUEBLES Y ENSERES	2.025,00	10%	16,88	202,50
EQUIPO DE COMPUTACION	1.770,00	33%	48,68	584,10
EQUIPO DE OFICINA	2.550,84	10%	21,26	255,08
EQUIPO Y MAQUINARIA	20.370,00	10%	169,75	2.037,00
TOTAL	26.715,84		256,56	3.078,68

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Cuadro 24

NÓMINA AÑO 1									
PERSONAL		BASICO	13RO	14TO	VAC.	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM.	R-ANUAL
1	500	GERENTE	500,00	41,67	22,00	20,83	61,75	522,75	6.273,00
1	300	SECRETARIA	300,00	25,00	22,00	12,50	37,05	322,45	3.869,40
1	400	JEFE OPERATIVO	400,00	33,33	22,00	16,67	49,40	422,60	5.071,20
3	320	OPERARIOS	960,00	80,00	22,00	40,00	118,56	983,44	11.801,28
TOTAL		2.160,00						2.251,24	27.014,88

NÓMINA AÑO 2									
PERSONAL		BASICO	13RO	14TO	VAC	aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL
GERENTE		525,00	43,75	22,00	21,88	64,84	43,73	612,63	7.351,50
SECRETARIA		315,00	26,25	22,00	13,13	38,90	26,24	376,38	4.516,50
JEFE OPERATIVO		420,00	35,00	22,00	17,50	51,87	34,99	494,50	5.934,00
OPERARIOS		1.008,00	84,00	22,00	42,00	124,49	83,97	1.156,00	13.872,00
TOTAL		2.268,00						2.639,50	31.674,00

NÓMINA AÑO 3									
PERSONAL		BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL
GERENTE		551,25	45,94	22,00	22,97	68,08	45,92	620,00	7.439,95
SECRETARIA		330,75	27,56	22,00	13,78	40,85	27,55	380,80	4.569,57
JEFE OPERATIVO		441,00	36,75	22,00	18,38	54,46	36,74	500,40	6.004,76
OPERARIOS		1.058,40	88,20	22,00	44,10	130,71	88,16	1.170,15	14.041,83
TOTAL		2.381,40						2.671,34	32.056,11

NÓMINA AÑO 4									
PERSONAL		BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL
GERENTE		578,81	48,23	22,00	24,12	71,48	48,22	649,90	7.798,75
SECRETARIA		347,29	28,94	22,00	14,47	42,89	28,93	398,74	4.784,85
JEFE OPERATIVO		463,05	38,59	22,00	19,29	57,19	38,57	524,32	6.291,80
OPERARIOS		1.111,32	92,61	22,00	46,31	137,25	92,57	1.227,56	14.730,72
TOTAL		2.500,47						2.800,51	33.606,12

NÓMINA AÑO 5								
PERSONAL	BASICO	13RO	14TO	VAC	Aportes IESS - SOLCA	FDO.RESEV.	REM	R-ANUAL
GERENTE	607,75	50,65	22,00	25,32	75,06	50,63	681,29	8.175,49
SECRETARIA	364,65	30,39	22,00	15,19	45,03	30,38	417,57	5.010,89
JEFE OPERATIVO	486,20	40,52	22,00	20,26	60,05	40,50	549,43	6.593,19
OPERARIOS	1.166,89	97,24	22,00	48,62	144,11	97,20	1.287,84	15.454,06
TOTAL	2.625,49						2.936,14	35.233,62

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Cuadro 25

DETALLE DE GASTOS							
GASTOS ADMINISTRATIVOS		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	GERENTE	522,75	6.273,00	7.351,50	7.439,95	7.798,75	8.175,49
1	SECRETARIA	322,45	3.869,40	4.516,50	4.569,57	4.784,85	5.010,89
1	JEFE OPERATIVO	422,60	5.071,20	5.934,00	6.004,76	6.291,80	6.593,19
2	OPERARIOS	983,44	11.801,28	13.872,00	14.041,83	14.730,72	15.454,06
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		2.251,24	27.014,88	31.674,00	32.056,11	33.606,12	35.233,62
GASTOS DE GENERALES		ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	AGUA	50,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
	ENERGIA ELECTRICA	80,00	960,00	1.008,00	1.058,40	1.111,32	1.166,89
	TELEFONO	60,00	720,00	756,00	793,80	833,49	875,16
	UTILES DE OFICINA	100,00	500,00	525,00	551,25	578,81	607,75
20,00	3 CARROS COCHE DE TRABAJO	60,00	60,00	63,00	66,15	69,46	72,93
25,00	2 PISTOLA PARA PINTAR	50,00	100,00	105,00	110,25	115,76	121,55
	RECARGAS DE TINTA DE IMPRESORA	100,00	600,00	630,00	661,50	694,58	729,30
	INTERNET	40,00	480,00	504,00	529,20	555,66	583,44
	OTROS GASTOS		-	-	-	-	-
30,00	1 MATERIALES DE LIMPIEZA	50,00	125,00	125,00	125,00	125,00	125,00
	DEP. MUEBLES Y ENSERES	16,88	202,50	202,50	202,50	202,50	202,50
	DEP. DE EQUIPO DE COMP.	48,68	584,10	584,10	584,10		
	DEP. DE EQUIPO DE OFIC.	21,26	255,08	255,08	255,08	255,08	255,08
	DEP. EQUIPO Y MAQUINARIA	169,75	2.037,00	2.037,00	2.037,00	2.037,00	2.037,00
TOTAL GASTOS GENERALES		846,56	7.223,68	7.424,68	7.635,73	7.273,24	7.505,92
TOTAL DE COSTOS INDIRECTOS		3.097,80	34.238,56	39.098,68	39.691,85	40.879,35	42.739,54

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Cuadro 26

COSTO DE VENTAS								
					5%			
TOTAL	DETALLE	PRECIO	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	PUBLICIDAD	1500,00	1500,00	4800,00	5040,00	5292,00	5556,60	5834,43
1	ACCESORIOS VARIOS (MANGUERAS, EMBUDOS, BROCHAS, ESPATULAS, LIJA, EXTINTORES, ETC.)	120,00	120,00	1440,00	1512,00	1587,60	1666,98	1750,33
12	FAROS ORIGINALES	150,00	1800,00	21600,00	22680,00	23814,00	25004,70	26254,94
12	FAROS GENERICOS	65,00	780,00	9360,00	9828,00	10319,40	10835,37	11377,14
25	LIMPIA PARABRIZAS	6,00	150,00	1800,00	1890,00	1984,50	2083,73	2187,91
30	GUÍAS	60,00	1800,00	21600,00	22680,00	23814,00	25004,70	26254,94
1	RESPUESTOS EN GENERAL	6000,00	6000,00	72000,00	75600,00	79380,00	83349,00	87516,45
TOTAL			12150,00	132600,00	139230,00	146191,50	153501,08	161176,13

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Cuadro 27

PRESUPUESTO DE INGRESOS										
20%					5%					
INGRESOS POR VENTA	CANT.	COSTO	ENERO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5		
REPARACIÓN DE MÁQUINA	7	400,00	2.800,00	33.600,00	35.280,00	37.044,00	38.896,20	40.841,01		
PINTADO DE CARRO (DEPENDEN EL DAÑO)	6	400,00	2400,00	28800,00	30.240,00	31.752,00	33.339,60	35.006,58		
AVERÍAS EN LA CAJA	5	200,00	1.000,00	12000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08		
SISTEMA DE FRENOS	5	50,00	250,00	3000,00	3.150,00	3.307,50	3.472,88	3.646,52		
SISTEMA DE REFRIGERACIÓN	6	50,00	300,00	3600,00	3.780,00	3.969,00	4.167,45	4.375,82		
SISTEMA ELECTRICO	6	200,00	1.200,00	14400,00	15.120,00	15.876,00	16.669,80	17.503,29		
COMPRA VTA	VARIOS	1	1000,00	1.000,00	12000,00	12.600,00	13.230,00	13.891,50	14.586,08	
1	ACCESORIOS VARIOS	130,00		156,00	1872,00	1.965,60	2.063,88	2.167,07	2.275,43	
12	10	FAROS ORIGINALES	150,00	1500,00	180,00	2160,00	2.268,00	2.381,40	2.500,47	2.625,49
12	10	FAROS GENERICOS	65,00	650,00	78,00	936,00	982,80	1.031,94	1.083,54	1.137,71
25	20	LIMPIA PARABRIZAS	6,00	120,00	7,20	86,40	90,72	95,26	100,02	105,02
30	25	GUÍAS	25,00	625,00	30,00	360,00	378,00	396,90	416,75	437,58
1	1	RESPUESTOS EN GENERAL	6000,00	6000,00	7200,00	86400,00	90.720,00	95.256,00	100.018,80	105.019,74
PRODUCCIÓN				16.601,20	199.214,40	209.175,12	219.633,88	230.615,57	242.146,35	

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Cuadro 28

INVERSION DEL PROYECTO	
MUEBLES Y ENSERES	2.025,00
EQUIPO DE COMPUTO	1.770,00
EQUIPO DE OFICINA	2.550,84
VEHÍCULO	30.000,00
EQUIPO Y MAQUINARIA	20.370,00
TOTAL DE LA INVERSION	56.715,84

FINANCIACION DEL PROYECTO		
INVERSION TOTAL		56.715,84
Financiado	85%	48.208,46
Aporte Propio	15%	8.507,38
		56.715,84

TASA		
TASA ANUAL INTERES PRESTAMO	11,00%	0,11
		0,11

PRESTAMO BANCARIO		
Prestamo Bancario	48.208,46	5.302,93

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Cuadro 29

TABLA DE AMORTIZACION

Capital (k)	48208,46			
Interes Anual (i - a)	11	%		0,01
Interes Mensual (i)	0,01			0,12
Plazo de Prestamo en Años	1			
Numeros de Pagos al Año	12			
Numeros Total de Pagos	12			
Tasa Fija	4.260,74			
# Pagos	ABONO k	ABONO i	DIVIDENDOS	SALDO CAPITAL
0				48.208,46
1	3.818,83	441,91	4.260,74	44.389,63
2	3.853,84	406,90	4.260,74	40.535,79
3	3.889,17	371,58	4.260,74	36.646,63
4	3.924,82	335,93	4.260,74	32.721,81
5	3.960,79	299,95	\$4.260,74	28.761,02
6	3.997,10	263,64	\$4.260,74	24.763,91
7	4.033,74	227,00	\$4.260,74	20.730,17
8	4.070,72	190,03	\$4.260,74	16.659,46
9	4.108,03	152,71	\$4.260,74	12.551,42
10	4.145,69	115,05	\$4.260,74	8.405,73
11	4.183,69	77,05	\$4.260,74	4.222,04
12	4.222,04	38,70	\$4.260,74	0,00

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Cuadro 30.

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO																			
	ENE.	FEB.	MAR.	ABR.	MAY.	JUN.	JUL.	AGO.	SEPT.	OCT.	NOV.	DIC.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL	
VENTAS	16.601,20	16.601,20	16.601,20	16.601,20	16.601,20	16.601,20	16.601,20	16.601,20	16.601,20	16.601,20	16.601,20	16.601,20	199.214,40	209.175,12	219.633,88	230.615,57	242.146,35	1.100.785,31	
(-) COSTO DE VENTAS	12.150,00	10.950,00	10.950,00	10.950,00	10.950,00	10.950,00	10.950,00	10.950,00	10.950,00	10.950,00	10.950,00	10.950,00	132.600,00	139.230,00	146.191,50	153.501,08	161.176,13	732.698,70	
UTILIDAD BRUTA	4.451,20	5.651,20	5.651,20	5.651,20	5.651,20	5.651,20	5.651,20	5.651,20	5.651,20	5.651,20	5.651,20	5.651,20	66.614,40	69.945,12	73.442,38	77.114,49	80.970,22	368.086,61	
COSTOS INDIRECTOS	3.097,80	2.737,80	2.837,80	2.862,80	2.837,80	2.737,80	2.862,80	2.837,80	2.837,80	2.762,80	2.987,80	2.837,80	34.238,56	39.098,68	39.691,85	40.879,35	42.739,54	196.647,99	
UTILIDAD OPERACIONAL	1.353,40	2.913,40	2.813,40	2.788,40	2.813,40	2.913,40	2.788,40	2.813,40	2.813,40	2.888,40	2.663,40	2.813,40	32.375,84	30.846,44	33.750,53	36.235,14	38.230,68	171.438,62	
(-) GASTOS FINANCIEROS	441,91	406,90	371,58	335,93	299,95	263,64	227,00	190,03	152,71	115,05	77,05	38,70	4.924,70	4.039,07	3.050,95	1.948,49	718,45	14.681,67	
UTILIDAD ANTES PART. IMP	911,49	2.506,50	2.441,82	2.452,48	2.513,45	2.649,76	2.561,40	2.623,38	2.660,69	2.773,35	2.586,35	2.774,70	27.451,13	26.807,37	30.699,58	34.286,65	37.512,22	156.756,95	
PARTICIPACION EMPLEADOS	343,14	343,14	343,14	343,14	343,14	343,14	343,14	343,14	343,14	343,14	343,14	343,14	4.117,67	4.021,10	4.604,94	5.143,00	5.626,83	23.513,54	
UTILIDAD ANTES DE IMPTO	568,35	2.163,36	2.098,69	2.109,34	2.170,31	2.306,62	2.218,26	2.280,24	2.317,55	2.430,21	2.243,21	2.431,56	23.333,46	22.786,26	26.094,64	29.143,65	31.885,39	133.243,41	
IMPUESTO RENTA	486,11	486,11	486,11	486,11	486,11	486,11	486,11	486,11	486,11	486,11	486,11	486,11	5.833,37	5.696,57	6.523,66	7.285,91	7.971,35	56.824,40	
UTILIDAD NETA	82,24	1.677,25	1.612,57	1.623,22	1.684,20	1.820,51	1.732,15	1.794,12	1.831,44	1.944,10	1.757,10	1.945,45	17.500,10	17.089,70	19.570,98	21.857,74	23.914,04	99.932,56	

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Cuadro 31

FLUJO DE CAJA PROYECTADO																			
	AÑO 0	ENER	FEB	MARZ	ABR	MAY	JUN	JUL	AGOST	SEPT	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
INGRESOS OPERATIVOS																			
VENTAS	-	16601,20	16601,20	16601,20	16601,20	16601,20	16601,20	16601,20	16601,20	16601,20	16601,20	16601,20	16601,20	199.214,40	209.175,12	219.633,88	230.615,57	242.146,35	1.100.785,31
TOTAL INGRESOS OPERATIVOS		16601,20	199.214,40	209.175,12	219.633,88	230.615,57	242.146,35	1.100.785,31											
EGRESOS OPERATIVOS																			
INVERSION INICIAL	56.715,84													-	-	-	-	-	-
GASTOS PREOPERACIONALES	-																		
GASTO DE ADMINISTRATIVOS	-	2251,24	2251,24	2251,24	2251,24	2251,24	2251,24	2251,24	2251,24	2251,24	2251,24	2251,24	2251,24	27.014,88	31.674,00	32.056,11	33.606,12	35.233,62	159.584,74
COSTO DE VENTAS	-	12150,000	10950,000	10950,000	10950,000	10950,000	10950,000	10950,000	10950,000	10950,000	10950,000	10950,000	10950,000	132.600,00	139.230,00	146.191,50	153.501,08	161.176,13	732.698,70
GASTOS GENERALES	-	590,00	230,00	330,00	355,00	330,00	230,00	355,00	330,00	330,00	255,00	480,00	330,00	4.145,00	4.346,00	4.557,05	4.778,65	5.011,34	22.838,04
PAGO PARTICIP. EMPLEADOS	-													-	4.117,67	4.021,10	4.604,94	5.143,00	5.626,83
PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA	-													-	5.833,37	5.696,57	6.523,66	7.285,91	7.971,35
TOTAL DE EGRESOS OPERATIVOS	56.715,84	14991,24	13431,24	13531,24	13556,24	13531,24	13431,24	13556,24	13531,24	13531,24	13456,24	13681,24	13531,24	163.759,88	185.201,04	192.522,33	203.014,44	213.850,00	928.719,66
FLUJO OPERATIVO	-56.715,84	1609,96	3169,96	3069,96	3044,96	3069,96	3169,96	3044,96	3069,96	3069,96	3144,96	2919,96	3069,96	35.454,52	23.974,08	27.111,54	27.601,13	28.296,35	142.437,62
INGRESOS NO OPERATIVOS																			
PRESTAMO BANCARIO	48.208,46													-	-	-	-	-	-
TOTAL ING. NO OPERATIVOS	48.208,46													-	-	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERATIVOS																			
INVERSIONES (DESEMBOLSOS)																			
PAGO k	-	606,26	611,82	617,42	623,08	628,79	634,56	640,38	646,25	652,17	658,15	664,18	670,27	7.653,32	8.538,96	9.527,07	10.629,54	11.859,57	48.208,46
PAGO i	-	441,91	436,35	430,75	425,09	419,37	413,61	407,79	401,92	396,00	390,02	383,99	377,90	4.924,70	4.039,07	3.050,95	1.948,49	718,45	14.681,67
TOTAL EGRESOS NO OPERATIVOS	-	1.048,17	12.578,03	12.578,03	12.578,03	12.578,03	12.578,03	62.890,13											
FLUJO NETO NO OPERATIVO	48.208,46	(1.048,17)	-12.578,03	-12.578,03	-12.578,03	-12.578,03	-12.578,03	-62.890,13											
FLUJO NETO	-8.507,38	561,79	2.121,79	2.021,79	1.996,79	2.021,79	2.121,79	1.996,79	2.021,79	2.021,79	2.096,79	1.871,79	2.021,79	22.876,49	11.396,06	14.533,52	15.023,10	15.718,32	79.547,49
SALDO INICIAL																			
FLUJO ACUMULADO	-	561,79	2.683,58	4.705,37	6.702,16	8.723,96	10.845,75	12.842,54	14.864,33	16.886,12	18.982,91	20.854,70	22.876,49	22.876,49	34.272,55	48.806,07	63.829,17	79.547,49	

Responsable: Erika Rodríguez & Paola Paredes

Cuadro 32

BALANCE GENERAL					
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO CORRIENTE					
CAJA -BANCOS	22.876,49	34.272,55	48.806,07	63.829,17	79.547,49
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	22.876,49	34.272,55	48.806,07	63.829,17	79.547,49
ACTIVOS FIJOS	56.715,84	56.715,84	56.715,84	56.715,84	56.715,84
DEPRECIAC. ACUMULADA	3.078,68	6.157,37	9.236,05	11.730,64	14.225,22
TOTAL DE ACTIVO FIJO	53.637,16	50.558,47	47.479,79	44.985,20	42.490,62
TOTAL DE ACTIVOS	76.513,65	84.831,02	96.285,86	108.814,37	122.038,11
PASIVO					
CORRIENTE					
PRESTAMO	40.555,14	32.016,18	22.489,11	11.859,57	0,00
PARTICIPACION EMPL. POR PAGAR	4.117,67	4.021,10	4.604,94	5.143,00	5.626,83
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	5.833,37	5.696,57	6.523,66	7.285,91	7.971,35
TOTAL PASIVO	50.506,18	41.733,86	33.617,71	24.288,48	13.598,18
PATRIMONIO					
APORTE CAPITAL	8.507,38	8.507,38	8.507,38	8.507,38	8.507,38
UTILIDAD DEL EJERCICIO	17.500,10	17.089,70	19.570,98	21.857,74	23.914,04
UTILIDAD AÑOS ANTERIORES	-	17.500,10	34.589,79	54.160,77	76.018,51
TOTAL PATRIMONIO	26.007,47	43.097,17	62.668,15	84.525,89	108.439,93
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	76.513,65	84.831,02	96.285,86	108.814,37	122.038,11
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

Cuadro 33

INDICES FINANCIEROS						
DESCRIPCION	INV. INICIAL	AÑO1	AÑO2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
Flujos netos	-56.715,84	35.454,52	23.974,08	27.111,54	27.601,13	28.296,35

TASA DE DESCUENTO	
TASA DE DESCUENTO	19%

TASA DE RENDIMIENTO PROMEDIO	MAYOR AL 12%
SUMATORIA DE FLUJOS	142.437,62
AÑOS	5
INVERSION INICIAL	56.715,84
TASA DE RENTIMIENTO PROMEDIO	50,23%

Cuadro 34

SUMA DE FLUJOS DESCONTADOS		88.433,17
VAN	POSITIVO	31.717,33
INDICE DE RENTABILIDAD I.R.	MAYOR A 1	2,79
RENDIMIENTO REAL	MAYOR A 12	178,82
TASA INTERNA DE RETORNO		43%

5.7.3 Impacto

- Se ofrecera un servicio de calidad, garantizado y confiable a la sociedad Milagreña, específicamente a quienes posean un vehículo, cabe mencionar que el taller matendrá alianzas con las aseguradoras del país, con el firme propósito de captar gran parte del parque automotor.
- Esta nueva alternativa de negocio dara la apertura a nueva plazas de trabajo, de esta manera de una u otra manera se contribuirá a disminuir el alto índice de desempleo de esta localidad.
- El taller mecánico es una excelente alternativa para incrementar el movimiento del sector comercial del cantón Milagro, haciendo de esta plaza muy atractiva y rentable.
- El ofrecer este servicio ante los parámetros establecidos en la evaluación financiera la organización (taller) podrá mantener un alto nivel de ingresos, que le permita cumplir con todas la obligaciones, augurando una rentabilidad sostenida.

5.7.4 Lineamientos para evaluar la propuesta

Uno de las técnicas utilizadas para evaluar la propuesta fue la encuesta, ya que a través de ellos se pudo afianzar la creación de esta nueva alternativa microempresarial (taller).

Para conocer el mercado en el que se incursionará esta nueva alternativa de negocio se realizó el análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter, el cual nos permitió conocer el mercado es decir nuestra competencia, proveedores, clientes y servicios sustitutos.

Identificado nuestro mercado meta se estableció el análisis de FODA, con el cual se identificó los factores internos y externos de esta organización, con el fin de establecer estrategias de mercado que permitan un pronto posicionamiento en el mercado.

Ante la presencia de un mercado competitivo se aplicó estrategias de marketing, para proyectar una acertada publicidad que de como resultado un pronto reconocimiento en este casco comercial del cantón Milagro.

Para medir el nivel de rentabilidad de esta propuesta se recurrió a índices financieros como el VAN Y TIR, los cuales demostraron que la presencia de este taller especializado en este mercado es altamente rentable.

CONCLUSIONES

El proyecto se muestra una opción muy rentable y atractiva en el sector comercial del cantón Milagro, motivo por el cual se ha establecido las siguientes conclusiones.

- 1.- La presencia de este negocio en el mercado demanda de mucha exigencia y calidad en el servicio, ya que existe una alta demanda en el mantenimiento y reparación de los vehículos.
- 2.- Esta actividad demanda mucha exigencia por parte de la ciudadanía, ya que a bordo de estos automotores van personas que cuidan de su integridad, por lo tanto, el servicio debe ser garantizado, que evite el alto índice de accidentes.
- 3.- Esta propuesta se muestra muy rentable, ya que posee una TIR positiva haciendo que esta alternativa en la prestación de servicio mecánico se asiente en este nicho de mercado de una forma permanente.
- 4.- Esta nueva propuesta debe ser difundida por todo el sector de Milagro a través de medios publicitarios, los mismos que deben ser de total aceptación por parte de la ciudadanía.

RECOMENDACIONES

- 1.- Con el firme propósito de captar gran parte de los clientes que poseen vehículo es necesario realizar un diagnóstico y valoración del estado de los vehículos e informar al cliente su respectivo costo, para evitar algún problema al momento de pago.
- 2.- Se recomienda que se realice un adecuado proceso de selección de personal, con el fin de contratar talento humano calificado en la ejecución del trabajo, de esta manera se dará un servicio de calidad.
- 3.- Para cumplir con el parámetro establecido en la TIR, es importante que se mantengan los presupuestos establecidos en la parte financiera de este proyecto, de esta manera la micromempresa podrá cubrir con todas las obligaciones tanto internas como externas.
- 4.- Por ser una microempresa nueva en este mercado se debe emplear medios publicitarios tales como diario, volantes, tarjetas de presentación, vallas publicitarias, entre otros, de esta manera se podrá dar a conocer esta nueva alternativa de negocio en un corto tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

BENJAMÍN Franklin Enrique. ORGANIZACIÓN DE EMPRESA ANÁLISIS, DISEÑO y ESTRUCTURA, Segunda Edición.

BORJA Javier Enrique: *ORGANIZACIÓN DE EMPRESA ANÁLISIS, DISEÑO y ESTRUCTURA*, Segunda Edición.

BUSKANK Richard H. Libro: PRINCIPIOS Y PRÁCTICA DEL MARKETING. Editorial

HOLGUÍN CABEZAS Rubén. ELEMENTOS DE ECONOMÍA CUARTA EDICIÓN, Editorial Ediciones Holguín S.A.

HOLGUÍN CABEZAS Rubén. ELEMENTOS DE ECONOMÍA QUINTA EDICIÓN, Editorial Ediciones Holguín S.A.

KALINOWSKI Hilda. COSTOS, Editorial Edibosco.

HERBERT J. Y Arthur W. CONTABILIDAD Editorial: Compañía Editorial Continental S.A.

BURBANO, Jorge PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA; 2da edición Editorial Mc. Grawhill; Colombia 2000

FRED, David LA GERENCIA ESTRATÉGICA, Editorial Legis; Bogotá; 1998

JARRIN, Pedro Pablo: *GUÍA PRÁCTICA DE LA INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA*. Tercera edición, Ecuador, 2008.

KENNETH, Andrews ESTRATEGIAS DE UNA EMPRESA; Orbis Barcelona España; 1990

KOONTZ HAROLD. *ELEMENTOS DE ADMINISTRACIÓN*, Editorial: Mc Graw Hill.

LEÓN Félix. *ENCICLOPEDIA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL*, Editorial Copyright

LEXUS Editores. *ENCICLOPÉDICO COLOR*, Editorial Lexus.

LONGENECKER G. Justin. *ADMINISTRACIÓN DE PEQUEÑAS EMPRESAS*, Editorial Edición 11.

MONREAL José Luís. *DICCIONARIO OCÉANO UNO COLOR*, Editorial Océano Grupo Editorial S.A.

NAVARRETE Luís. *ALMANAQUE UNIVERSAL*. Editorial: Navarrete

PALACIOS LÓPEZ Livia. CONTABILIDAD INTERMEDIA, Editorial Ministerio de Educación y Cultura.

PALACIOS LÓPEZ Livia. Contabilidad BÁSICA, Editorial: Ministerio de Educación y Cultura.

PAULI GUNTER. CONTABILIDAD DE COSTOS, Editorial Limerin S.A

PAULI GUNTER. TECNOLOGÍAS ORGÁNICAS DE LA GRANJA INTEGRAL,

QUIROX, Claudia: *LA SOCIEDAD DOMINANTE Y LA ECONOMÍA*, Red Anurio de Estudios Centroamericano, Costa Rica, 2007.

RAMIREZ TERÁN, Marcelo GUÍA PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS INTEGRADORES; UNITA, Quito, 1999

SEVERINO, Antonio METODOLOGÍA DEL TRABAJO CIENTÍFICO; Quinta Edición; Editorial Cortez, Sao Paulo, 1991

SAMUELSON Carlos. ADMINISTRACION Y ECONOMIA, Editorial Edibosco.

SANTÓN William J. FUNDAMENTOS DEL MARKETING, Editorial Mc Graw Hill.

STRAUS George y Leonard R. Sayles. PERSONAL, Editorial Hebreos Hnos. Sucesores S.A

STEINER, George PLANEACIÓN ESTRATÉGICA; Editorial Continental, vigésimo quinta impresión; México, 2000

TAYLOR, Bernard, PLANEACIÓN ESTRATÉGICA EXITOSA; Editorial Legis, Bogotá 1991

VILLALBA Carlos. *GUÍA DE ELABORACIÓN DE ANTEPROYECTO Y PROYECTOS*, Editorial Sur Editores.

VIZCAINO, Diego y CORTEZ, Carlos: *PROYECTO ALIANZAS PÚBLICO – PRIVADAS PARA LA INVESTIGACIÓN*, Costa Rica, 2008.

BIBLIOGRAFÍA ELECTRÓNICA

Fuente: <http://www.ecointeligencia.com/2011/>

<http://www.tiendasapunto.com/la-importancia-del-mantenimiento-de-los-neumaticos/>

<http://www.hechoxnosotrosmismos.com/t554-polipasto>

Fuente: <http://www.ecointeligencia.com/2011>

ANEXOS

ANEXO 1.



Solicitud para Registro de Patente Personas Naturales

Especie Valorada \$ 1.00

Nº 019259

★ ★ ★ ★ ★
GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO

ESPACIO PARA USO EXCLUSIVO DE LA MUNICIPALIDAD

SOLICITUD No.

DÍA	MES	AÑO
-----	-----	-----

PRIMERA VEZ RENOVIACIÓN

DATOS DEL CONTRIBUYENTE				No. CÉDULA DE CIUDADANÍA
APELLIDOS		NOMBRES		R.U.C.
PATERNO	MATERNO	1er. NOMBRE	2do. NOMBRE	

DATOS DEL SOLICITANTE

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO	TELÉFONO (S)	FAX	CASILLA
ESTA OBLIGADO LEGALMENTE A LLEVAR CONTABILIDAD	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN MILAGRO		CAPITAL PROPIO (ACTUALIZADO)
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	MES	DÍA	AÑO
			\$.

CLASIFICACIÓN DOMICILIARIA PARA PERSONAS NATURALES QUE EJERCEN ACTIVIDADES COMERCIALES, INDUSTRIALES O FINANCIERAS EN EL CANTÓN MILAGRO

CLASE A.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN SIN INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE B.	DOMICILIO LEGAL EN EL CANTÓN CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>
CLASE C.	NO DOMICILIADAS LEGALMENTE EN EL CANTÓN Y CON UNA O MÁS INSTALACIONES O LOCALES DENTRO DEL CANTÓN.	<input type="checkbox"/>

ACTIVIDAD

COMERCIAL <input type="checkbox"/>	INDUSTRIAL <input type="checkbox"/>	OTROS <input type="checkbox"/>
FINANCIERA <input type="checkbox"/>	ARTESANAL <input type="checkbox"/>	ESPECIFIQUE _____
ESPECIFICAR ACTIVIDAD PRINCIPAL _____		

PARA EL CASO DE PERSONA EXONERADA

No. DE RESOLUCIÓN DE EXONERACIÓN
FECHA DE EMISIÓN DE RESOLUCIÓN

INFORMACIÓN ESTADÍSTICA

ESTA AFILIADO A ALGUNA CÁMARA DE PRODUCCIÓN?	CANTIDAD DE TRABAJADORES
SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>	1 - 20 <input type="checkbox"/> 201 - 501 <input type="checkbox"/>
AGRICULTURA <input type="checkbox"/> CONSTRUCCIÓN <input type="checkbox"/> INDUSTRIA <input type="checkbox"/>	21 - 50 <input type="checkbox"/> MAS DE 501 <input type="checkbox"/>
COMERCIO <input type="checkbox"/> PEQUEÑA INDUSTRIA <input type="checkbox"/> ARTESANÍA <input type="checkbox"/>	51 - 200 <input type="checkbox"/>

NO USAR (USO EXCLUSIVO DE LA INSTITUCIÓN)

DECLARAMOS DE MANERA LIBRE, VOLUNTARIA Y BAJO JURAMENTO, QUE LA INFORMACIÓN PROPORCIONADA SE SUJETA ESTRICTAMENTE A LA VERDAD DEJANDO CONSTANCIA QUE NOS SOMETEMOS A LAS SANCIONES PENALES Y TRIBUTARIAS, PARA EL CASO DE INCURRIR EN FALSIDADES.	LIQUIDADO POR:	RELIQUIDADO POR:
SOLICITANTE / REPRESENTANTE LEGAL		

OBSERVACIÓN.- ESTE FORMULARIO SE UTILIZARÁ EN LOS SIGUIENTES CASOS:

1. PARA LAS PERSONAS NATURALES NO OBLIGADAS POR LA LEY A LLEVAR CONTABILIDAD.
2. CUANDO EL PAGO DE LA PATENTE MUNICIPAL SE REALICE POR PRIMERA VEZ O RENOVIACIÓN.

LA PATENTE MUNICIPAL NO AUTORIZA EL FUNCIONAMIENTO DE LOCAL ALGUNO, POR LO TANTO, TRAMITE LA TASA DE HABILITACIÓN.

- d) Dirección del domicilio y del establecimiento;
- e) Tipo de actividad económica a la que se dedica;
- f) Monto del capital con el que opera el establecimiento;
- g) Indicación si el local es propio, arrendado o anticresis;
- h) Año y número del registro y patente anterior;
- i) Fecha de iniciación de la actividad;
- j) Informe si lleva o no contabilidad; y,
- k) Firma del sujeto pasivo o de su representante legal.

Una vez obtenida la patente, todas las personas estarán en la obligación de exhibir la patente en un lugar visible del establecimiento o local.

Art. 9.- DETERMINACIÓN DE LA BASE IMPONIBLE.- La base del impuesto será la siguiente:

- a) Para las personas naturales o jurídicas o sociedades de hecho, que estén obligadas a llevar contabilidad la base del impuesto será el total del activo del año inmediato anterior, menos el pasivo corriente. Para tal efecto deberán entregar una copia del balance general presentado en los organismos de control a más de esto para el caso de personas jurídicas deberán presentar copia del balance sellados por la Superintendencia de Compañías o por la Superintendencia de Bancos, según corresponda;
- b) Para las personas naturales o jurídicas que tengan sucursales o agencias en el cantón Milagro, la base imponible se determinará en relación al porcentaje de participación en el cantón;
- c) Para las personas naturales que no estén obligados a llevar contabilidad, la base imponible será el total del activo o en su defecto el total de ingresos menos el total de gastos declarados para el impuesto a la renta, conforme a las Normas Ecuatorianas de Contabilidad (NEC), excluyendo terrenos y edificios; y si el caso lo amerita en forma presuntiva;
- d) Para las actividades nuevas, el capital de operación será el inicial o de apertura de la actividad;
- e) Para las personas naturales o jurídicas que están sujetas al Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE) se debe tomar en cuenta la base imponible declarada en el SRI;
- f) Para el caso que se demuestre que los pasivos corrientes sean mayores que los activos totales, y por consiguiente el resultado de la diferencia entre los activos totales y pasivos corrientes sea un valor en negativo; la base imponible a tomarse será la del año inmediato anterior.; y,
- g) Los sujetos pasivos que no se inscribieren en el registro de patentes municipales, y los que no hagan la declaración formal dentro del plazo estipulado, se procederá a la determinación del impuesto en forma presuntiva, según el Art. 92 del Código Tributario.

Art. 10.- CUANTÍA DEL IMPUESTO ANUAL DE PATENTE.- Conforme a lo señalado en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad), se establece la siguiente tabla para la determinación del impuesto:

TABLA PARA EL CÁLCULO DEL IMPUESTO DE PATENTES

Fracción básica	Fracción excedente	Impuesto sobre fracción básica	Impuesto sobre fracción excedente
0,00	500,00	10,00	0,00%
500,01	2.000,00	35,00	0,20%
2.000,01	5.000,00	40,00	0,30%
5.000,01	10.000,00	45,00	0,40%
10.000,01	25.000,00	70,00	0,50%
25.000,01	50.000,00	150,00	0,60%
50.000,01	100.000,00	300,00	0,70%
100.000,01	300.000,00	600,00	0,80%
300.000,01	500.000,00	2.000,00	0,80%
500.000,01	1.000.000,00	5.000,00	1,00%
1.000.000,01	5.000.000,00	10.000,00	1,00%
5.000.000,01	En adelante	25.000,00	0,40%

Art. 11.- REDUCCIÓN DEL IMPUESTO POR PÉRDIDAS O DESCENSO EN LAS UTILIDADES.- Estas se aplicarán de acuerdo al contenido del Art. 549 el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad).

Art. 12.- DEL AUMENTO DE CAPITAL.- En caso de aumento de capital, cambio de propietario y/o accionistas, cambio de domicilio o de denominación del establecimiento, deberá ser comunicado de manera inmediata al Departamento de Rentas Municipal para su actualización en el respectivo catastro, asumiendo el contribuyente la responsabilidad legal ante el Municipio del Cantón Milagro con su firma en el correspondiente formulario, adquirido en la Tesorería. Un representante de la Jefatura de Rentas podrá efectuar las inspecciones del caso, con el fin de verificar los cambios notificados por el contribuyente.

Art. 13.- DE LA LIQUIDACIÓN.- En caso de liquidación de las actividades económicas que causen las obligaciones de los tributos materia de esta ordenanza, deberá comunicarse al Departamento de Rentas Municipales, dentro de treinta (30) días contados a partir de la finalización de las operaciones, cumpliendo el siguiente procedimiento:

- a) Cancelación de valores adeudados y presentación de la copia de este comprobante; y,
- b) Solicitud de eliminación del catastro.

Comprobado dicho caso se procederá a la cancelación de la inscripción, y a suprimir el nombre del catastro; de otro modo se entenderá que el negocio continúa hasta la fecha de su aviso.

Art. 14.- PAGO INDEPENDIENTE DEL EJERCICIO DE LA ACTIVIDAD.- El impuesto a la patente se deberá pagar durante el tiempo que se desarrolla la actividad o desde de la obtención del Registro Único de Contribuyentes, aunque la actividad no se haya efectuado.

En el caso que el contribuyente no hubiere notificado a la Administración Tributaria Municipal, dentro de los 30 días siguientes a la finalización de la actividad gravada, se considerará como ejercida, por lo cual el sujeto pasivo deberá pagar por patente anual, el valor establecido desde la fecha de finalización de la actividad hasta la fecha de notificación a la Administración. Sin embargo, de existir documentos que justifiquen plenamente que la actividad económica no fue ejercida, el sujeto pasivo pagará por concepto de impuesto de patente anual diez dólares (US 10,00) por cada año, desde la fecha de finalización de la actividad a la fecha de notificación de la Administración.

Art. 15.- PAGO INDIVIDUAL POR CADA ACTIVIDAD.- Cuando varias personas naturales o sociedades ejerzan conjunta o individualmente, en un mismo establecimiento, más de una actividad económica, cada una de ellas declarará y pagará el impuesto de patentes, según la actividad que realice.

Si una persona natural tiene más de un local, para el ejercicio de su actividad económica, en el cantón Milagro, para la determinación del impuesto de patentes, deberá consolidar los capitales que se distribuyen en cada establecimiento, siempre y cuando correspondan al mismo tipo de actividad.

Art. 16.- DE LA EMISIÓN DE LOS TÍTULOS DE CRÉDITO.- En base al catastro de patentes, los títulos de crédito por patente municipal se emitirán el primer día laborable de cada año, sin perjuicio de los resultados que arrojen las verificaciones de las declaraciones y sea necesario reliquidar. En este evento, se emitirán los títulos complementarios que fueren menester.

Art. 17.- DE LOS RECLAMOS.- En casos de errores en la determinación del impuesto, el contribuyente tiene derecho a solicitar al Director Financiero, la revisión del proceso de determinación y por ende la rectificación de la cuantía del impuesto a que hubiera lugar, también podrá solicitar la exclusión de su nombre del registro de contribuyentes de este impuesto, en los casos de enajenación, liquidación o cierre definitivo del negocio.

Art. 18.- CLAUSURA.- Se procederá a la clausura del establecimiento, cuando los sujetos pasivos de este impuesto incurran en uno o más de los siguientes casos:

- a) Falta de declaración por parte de los sujetos pasivos, en las fechas y plazo establecidos, aún cuando la declaración no origine tributos;
- b) No facilitar la información requerida por la Administración Municipal;
- c) Incumplimiento en el pago de títulos emitidos por patentes y notificaciones realizadas por el Departamento de Rentas, sin perjuicio de la acción coactiva;
- d) Impedir a los funcionarios autorizados por la Administración Tributaria Municipal a efectuar las inspecciones o verificaciones tendientes al control del impuesto de patentes exhibiendo la información y documentos que les fueren solicitados;
- e) Proporcionar falsa información a los Inspectores del Departamento de Rentas;
- f) Inobservancia a las citaciones realizadas por la Jefatura de Rentas.

Previo a la clausura la Administración Tributaria a través de la Comisaría Municipal notificará al sujeto pasivo, concediéndole un término de 15 días para que cumpla con las obligaciones tributarias y documentadamente justifique su incumplimiento. De no hacerlo, la Dirección Financiera ordenará la clausura del establecimiento.

Art. 19.- DESTRUCCIÓN DE SELLO.- La destrucción de sellos que implique inicio de actividades sin autorización y/o la oposición a la clausura, dará lugar a las acciones legales pertinentes, por Asesoría Jurídica Municipal.

Art. 20.- EXENCIONES.- Estarán exentos del pago de patentes municipales, los artesanos calificados como tales por la Junta Nacional de Defensa del Artesano quienes deberán justificar su calidad de tales en la Dirección Financiera Municipal.

Art. 21.- NORMAS SUPLETORIAS.- En todo lo que no estuviere prescrito en la presente ordenanza se sujetará a las disposiciones del Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad) y el Código Tributario.

Art. 22.- DEROGATORIA.- La presente ordenanza deroga la aprobada por el Concejo Cantonal de Milagro en sesiones ordinarias del 14 y 22 de abril del 2005, y todas aquellas que se opongan a la presente.

ART. 23.- VIGENCIA.- La presente ordenanza entrará en vigencia a partir de su publicación en el Registro Oficial.

Dado y firmado en la sala de sesiones del Ilustre Concejo Municipal de Milagro, a los 21 días del mes de diciembre del año 2010.

Ing. Juan Bastidas Aguirre, VICE-ALCALDE DEL I. CONCEJO
Ing. Pilar Rodríguez Quinto, SECRETARÍA DEL I. CONCEJO

SECRETARÍA MUNICIPAL.- La infrascrita Ing. Pilar Rodríguez Quinto, Secretaria del Concejo, CERTIFICA: Que la presente "ORDENANZA SUSTITUTIVA PARA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECAUDACIÓN DE IMPUESTO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL DE TODA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL CANTÓN MILAGRO" fue discutida y aprobada por el Ilustre Concejo de Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón San Francisco de Milagro en Sesiones Ordinarias del 14 y 21 de diciembre de 2010, en primer y segundo debate respectivamente.

Que, el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), en sus artículos 546 al 551 establece a favor de los municipios el derecho al cobro del impuesto de patentes municipales y metropolitanos a todos los comerciantes e industriales y todas las personas que ejerzan permanentemente cualquier actividad de orden económico dentro del cantón respectivo;

Que, la norma legal antes mencionada en su Art. 548, dispone que el Concejo mediante Ordenanza establecerá la tarifa del impuesto anual en función del patrimonio de los sujetos pasivos de este impuesto dentro del cantón, siendo la tarifa mínima de diez dólares (U\$ 10.00) y la máxima de veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América (U\$ 25,000.00);

Que, el Art. 492 del COOTAD dice que las municipalidades y distritos metropolitanos reglamentarán por medio de ordenanzas el cobro de sus tributos;

Que, el Art. 57 del COOTAD, dice que entre las atribuciones del concejo municipal le corresponde regular, mediante ordenanza, la aplicación de tributos previstos en la ley a su favor;

Que, es necesario actualizar y armonizar la Ordenanza antes mencionada con el nuevo Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD).

En virtud de las atribuciones que le confiere las disposiciones legales transcritas:

EXPIDE:

La "ORDENANZA SUSTITUTIVA PARA LA DETERMINACIÓN, ADMINISTRACIÓN, CONTROL Y RECAUDACIÓN DEL IMPUESTO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL DE TODA ACTIVIDAD ECONÓMICA EN EL CANTÓN MILAGRO".

Art. 1.- OBJETO DEL IMPUESTO (MATERIA IMPONIBLE).- Establécese el impuesto de patente anual municipal que se aplicará sobre las actividades comerciales, industriales, financieras, de servicios y económicas en general, expresada en el valor de la base imponible.

Art. 2.- SUJETOS PASIVOS.- Son sujetos pasivos del impuesto de patentes municipales, todas las personas naturales, jurídicas, sociedades de hecho y propietarios de negocios individuales, nacionales, extranjeros, y todos los profesionales, que permanentemente ejerzan actividades comerciales, industriales, financieras y de servicios, que obligatoriamente deberán registrarse en el catastro de patente anual municipal.

Son sujetos pasivos en calidad de contribuyentes las personas naturales; en calidad de responsables:

- Los Directores, Presidentes, Gerentes o representantes de las personas jurídicas y demás entes colectivos con personalidad legalmente reconocida;
- Los representantes legales de menores no emancipados y los tutores o curadores con administración de negocios de los demás incapaces;
- Los que dirigen, administran o tengan la disponibilidad de negocios de entes colectivos que carecen de personalidad jurídica;
- Los mandatarios, agentes oficiosos o gestores voluntarios respecto de los negocios que administran o dispongan;
- Los adquirentes de negocios o empresas por los impuestos de patentes municipales que se hallare deudando el vendedor, generados en la actividad de dichos negocios o empresas que se transfieren, por el año que se realice la transferencia y por los dos años anteriores, responsabilidad que se limitará al valor de esos bienes;
- Las sociedades que sustituyen a otras, haciéndose cargo del activo y el pasivo en toda o en parte, sea por fusión, transformación, absorción o cualquier otra forma. La responsabilidad comprenderá a los impuestos de patentes municipales adeudados por aquellas hasta la fecha del respectivo acto;
- Los sucesores a título universal, respecto de los impuestos de patentes municipales adeudados por el causante; y,
- Los donatarios y los sucesores a título singular, respecto de los impuestos de patentes municipales adeudados por el donante o causante correspondiente a los negocios legados o donados.

Art. 3.- OBLIGACIONES DE LOS SUJETOS PASIVOS.- Los sujetos pasivos del impuesto de patentes están obligados a cumplir con los deberes formales establecidos en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD), el Código Tributario, en todo cuanto se relacione con este impuesto, y específicamente con lo siguiente:

- Inscribirse en el catastro del impuesto de patentes que para la determinación de este impuesto llevará la Oficina de la Jefatura de Rentas;
- Presentar la declaración de su patrimonio de operación de la actividad económica, en los formularios entregados por la Administración Tributaria Municipal, proporcionando los datos necesarios relativos a su actividad; y, comunicar oportunamente los cambios que se operen;
- Facilitar a los funcionarios autorizados de la Administración Tributaria Municipal, las inspecciones o verificaciones tendientes al control o a la determinación del impuesto de patentes municipales, exhibiendo las declaraciones, informes, libros, registros y demás documentos proporcionados para tales efectos y formular las declaraciones que les fueren solicitadas; y,

- Concurrir a las oficinas de la Administración Tributaria Municipal, cuando su presencia sea requerida por la administración.

Art. 4.- DEL DOMICILIO TRIBUTARIO.- Para todos los efectos tributarios relativos al impuesto de patentes municipales, se tendrá como domicilio:

- Para las personas naturales, cualquier lugar ubicado dentro de la jurisdicción del cantón Milagro donde residan habitualmente o permanentemente ejerzan sus actividades económicas;
- Para las personas jurídicas, el lugar señalado en el contrato social o en los respectivos estatutos; y, en su defecto, cualquier lugar de la jurisdicción de este cantón donde permanentemente ejerzan sus actividades económicas;
- Para sociedades de hecho cualquier lugar de la jurisdicción del cantón Milagro donde funcionen permanentemente sus negocios; y,
- Las personas domiciliadas en el exterior, naturales o jurídicas que mantuvieren actividades económicas dentro de la jurisdicción del cantón Milagro y que por tanto, son contribuyentes del impuesto de patentes municipales, están obligados a instituir representantes y fijar domicilio en el cantón Milagro, y, comunicar del particular a la Administración Tributaria Municipal.
- Si omitieren tales deberes, se tendrá como representante a las personas que ejecutaren tales actividades.

Art. 5.- SUJETO ACTIVO DEL IMPUESTO.- El sujeto activo del impuesto de patente anual es el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del cantón San Francisco de Milagro, administrada por la Dirección Financiera Municipal a través del Departamento de Rentas.

Art. 6.- FACULTADES DEL SUJETO ACTIVO.- A la Dirección Financiera Municipal se le otorga las siguientes facultades:

- Solicitar a la Superintendencia de Compañías, de Bancos y otras entidades, la lista actualizada de las compañías, entidades financieras, cooperativas y asociaciones cuyo domicilio se halle en el cantón Milagro;
- Solicitar a los diversos gremios empresariales del cantón, la nómina actualizada de sus afiliados, con indicación de la actividad económica, dirección, representante legal, domicilio y patrimonio;
- Requerir al Servicio de Rentas Internas copia del registro único de contribuyente, así como de las declaraciones del impuesto a la renta de los contribuyentes que se requiera; y,
- Solicitar a terceros cualquier información relacionada con la realización del hecho generador de este impuesto.

Art. 7.- PLAZO PARA DECLARAR Y OBTENER LA PATENTE.- Para ejercer permanentemente una actividad comercial, industrial, financiera, de servicio o de carácter económico en general, dentro de la jurisdicción del cantón Milagro, se requiere la obtención de la patente anual, previa la inscripción en el registro municipal, que para estos efectos, mantendrá la Oficina de la Jefatura de Rentas.

La patente anual se deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que se inicien las actividades gravadas con este impuesto, o durante el mes de enero de cada año para los negocios ya establecidos y para las personas jurídicas u obligadas a llevar contabilidad lo harán hasta 30 días después de la fecha límite establecida para la declaración del impuesto a la Renta. El incumplimiento a esta norma se sancionará con una multa que será equivalente al tres por ciento (3%) por cada mes o fracción de mes de retraso en la presentación de la declaración y pago, misma que se calculará sobre el impuesto causado según la respectiva declaración; multa que no excederá del 100% de dicho impuesto a la patente anual. Esta sanción será determinada, liquidada y pagada por el sujeto pasivo, sin necesidad de resolución administrativa previa, caso de no hacerlo, la Municipalidad las cobrará aumentadas en un 20%, sin perjuicio de los intereses de mora que origine el incumplimiento y, en caso de concurrencia de infracciones, se aplicarán las sanciones que procedan según lo previsto en el Libro IV del Código Tributario.

Art. 8.- DEL REGISTRO Y CATASTRO DEL IMPUESTO DE PATENTE ANUAL.- El sujeto pasivo del impuesto de patentes municipales, deberá presentar al Departamento de Rentas Municipales, los siguientes documentos:

Las personas naturales:

- Formulario de declaración de patente;
- Copia de cédula de ciudadanía y papeleta de votación; y,
- Copia del registro único de contribuyente o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano (RISE).

Las sociedades:

- Formulario de declaración de patente;
- Copia de la cédula de ciudadanía y certificado de votación del representante legal;
- Copia del acta o resolución de constitución de la compañía original y copia;
- Original y copia de los balances y declaraciones presentados a la Superintendencia de Compañías, Superintendencia de Bancos y/o Servicio de Rentas Internas.

La Oficina Municipal de Rentas, llevará el catastro de patente anual, donde se registrará la información consignada en el formulario de declaración que hiciere el contribuyente, formulario valorado que será adquirido en la Tesorería Municipal y será llenado por el interesado, con los siguientes datos:

- Nombres y apellidos completos del sujeto pasivo o razón social;
- Número de cédula de ciudadanía o pasaporte;
- Nacionalidad;

ANEXO 4

COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: ABR DIA: 27 AÑO: 2011 CAJA No.: 14 No.: 000283451

CONTRIBUYENTE: ILUSTRE M. MILAGRO MENDOZA SAQUISILI MARIA ROSARIO
 Direccion: CALLE MIGUEL VALVERDE ENTRE INGLATERRA Y PEDRO VE

CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 01-05-29-77-0-0-0-0
 CODIGO TRANSACC.: URB

PAGO DE PREDIOS URBANO Y ADICIONALES 2011
 TITULO DE CREDITO No. O 62934

Avaluo Prop. Urb. \$ 79.687,18
 CUERPO DE BOMBEROS 11,95

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$.*****11,95
CHEQUES	\$.*****0,00
N/C y/o TRANSFER	\$.*****0,00
TOTAL RECIBIDO	\$.*****11,95

0248822

MUNICIPALIDAD DE MILAGRO
 TESORERIA
 27 ABR 2011
 11:40:20
 SELLO Y FIRMA DEL CAJERO
 PAGADO

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] TESORERO MUNICIPAL: [Firma] JEFE DE RENTAS: [Firma]

ANEXO 5

COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA

MES: NOV DIA: 24 AÑO: 2010 CAJA No.: 5 No.: 000011831

CONTRIBUYENTE: HERNANDEZ FRANCO ZOILA ELIZABETH
 Direccion: TORRES CAUSANA Y ENRIQUE VALDEZ

CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL: 0908084999001
 CODIGO TRANSACC.: PAT

PAGO DE PATENTE ANUAL MUNICIPAL Y ADICIONALES 2010
 TITULO DE CREDITO No. P-2321

IMP. PATENTE 37,00
 REG. SANITARIO 6,00
 FORMULARIOS 1,00
 EMISION 1,00

Interes: 2,85 Multa: 11,10 Coactiva: 0,00

	VALOR RECIBIDO
EFFECTIVO	\$.*****59,95
CHEQUES	\$.*****0,00
N/C y/o TRANSFER	\$.*****0,00
TOTAL RECIBIDO	\$.*****59,95

0148660

Municipalidad de Milagro
 TESORERIA
 24 NOV 2010
 12:15:52
 NETORES
 SELLO Y FIRMA DEL CAJERO

DIRECTOR FINANCIERO: [Firma] TESORERO MUNICIPAL: [Firma] JEFE DE RENTAS: [Firma]

ANEXO 6



★ ★ ★ ★ ★
GOBIERNO AUTÓNOMO
DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN
SAN FRANCISCO DE MILAGRO



DIRECCION DE URBANISMO, ARQUITECTURA Y CONSTRUCCION
D.U.A.C

ORDEN DE PAGO

MEMORANDUN N°: GADCM- DUAC-2011-2629-M
Fecha 31 de octubre de 2011

PARA: Ec. Fabian Andrade
DIRECTOR FINANCIERO

ASUNTO : ordenes de pago

Agradeceré ordenar la emisión de un título de crédito por el valor de **\$2,00 (DOS DOLARES)** por concepto de **certificado USO DE SUELO PARA TALLER DE ALUMINIO** ubicado en la calle Olmedo y Enrique Plaza a nombre de **CUELLO GUSTAVO**

Atentamente

Arq. Jorge Bahamonde M.
DIRECTOR DE LA D.U.A.C

ANEXO 7

FORMULARIO

**Gobierno Autonomo Descentralizado Municipal del Canton
SAN FRANCISCO DE MILAGRO**

Nº DE SOLICITUD			312
MES	DIA	AÑO	
11	14	2011	

LINEA DE FABRICA

DATOS DEL PROPIETARIO Y O RESPONSABLE TECNICO

NOMBRE: MAGDALENA CHAFLA TENESACA Y JULIO ZUÑIGA GARATE	CEDULA DE CIUDADANIA 060150327-9
--	-------------------------------------

INFORMACION DEL PREDIO

CIUDAD MILAGRO	PARROQUIA ERNESTO SEMINARIO	CIUDADELA LOS CAÑAVERALES	CODIGO O CLAVE CATASTRAL 03-02-47-08
MANZANA 47	SOLAR 08	CALLE CALLEJON ENTRE CALLE PRIMERA Y GRAL. ANDRADE	ZONA: ZR-3
ANCHO DE VIA PRINCIPAL -----	ANCHO DE ACERA -----	LINEA DE FABRICA DESDE EL EJE. -----	

NORMAS DE EDIFICACION

MEDIDAS DEL SOLAR SEGUN LEVANTAMIENTO TOPOGRAFICO

NORTE 10.00 m	SUR 10.00 m	ESTE 16.50 m	OESTE 16.50 m	AREA DEL SOLAR 165.00 m ²	ANCHO DE ACERA m
------------------	----------------	-----------------	------------------	---	---------------------

CONDICIONES DE EDIFICACION

FRENTE DEL LOTE 10.00 m	ALTURA MAX. EDIFICACION PB + 1 NIVEL	ALTURA MIN. EDIFICACION -----	DENSIDAD NETA 300 hab/Ha	ESTACIONAMIENTO 1 X VIVIENDA
RETIRO FRONTAL 1 2.50 m Sin Soportal	RETIRO LATERAL 0.1 x la medida del frente	RETIRO LATERAL 0.1 x la medida del frente	RETIRO POSTERIOR 0.1 x la medida del fondo	
COS 0.65 m ²	CUS 1.30 m ²	VOLADO SOBRE LINEA DE LINDERO FRONTAL -----	VOLADO SOBRE LINEA DE CONSTR. FRONTAL 1.00 m	

COMPATIBILIDAD DE USO

USO PERMITIDO VIVIENDA BIFAMILIAR	USO COMPATIBLE CON EDUCACION, COMERCIO DE VECINDARIO SALUD, OFICINAS, CULTURA, DEPORTE.	CONDICIONES DE ORDENAMIENTO		OTROS
		OBSERVACIONES (SOPORTAL)	CARACTERISTICA DE LA EDIFICACION SEGUN LOS RETIROS EXIGIBLES	
		ANCHO	ALTURA	

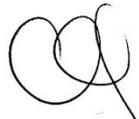
USO CONDICIONADO: (EN EL MISMO SOLAR)
CONDICIONADOS CON OTROS USOS SE PERMITE INDUSTRIAS PEQUEÑAS ARTESANIAS
SI SE CONTROLA EMISIONES DE RUIDOS OLORES O VIBRACIONES

*** NO NOS RESPONSABILIZAMOS POR DIFERENCIAS DE AREAS CON RELACION A ESCRITURA**
*** NORMAS DADAS DE ACUERDO AL LEVANTAMIENTO PLANIMETRICO PARTICULAR.**

USOS PROHIBIDOS

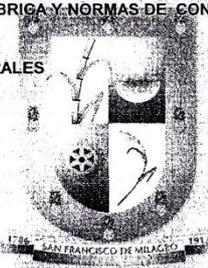
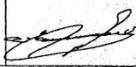
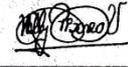
COMBUSTIBLE TOXICOS O EXPLOSIVOS, GRANDES INDUSTRIAS DE CUALQUIER TIPO.

NOTA: EL PERIODO DE DURACION DE ESTAS NORMAS ES DE UN AÑO


INSPECTOR


DIRECTOR DE LA D.U.A.C.

ANEXO 8

		GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN SAN FRANCISCO DE MILAGRO COMPROBANTE DE INGRESO A CAJA		MES NOV	DIA 14	AÑO 2011	CAJA No. 5	No. 000010675
CONTRIBUYENTE CHAFLA TENESACA MAGDALENA				CEDULA - R.U.C. - CODIGO CATASTRAL		CODIGO TRANSACC. VAR		
CERTIFICADOS DEUSOS DE SUELO, LINEA DE FABRICA, CERTIFICADOS DE LINEA DE FABRICA Y NORMAS DE CONSTRUCCION CLAVE CATASTRAL: 03-02-47-08 Dirección : CDLA. LOS CAÑAVERALES							VALOR RECIBIDO	
							EFFECTIVO	\$. *****4.00
							CHEQUES	\$. *****0.00
							N/C y/o TRANSFER	\$. *****0.00
							TOTAL RECIBIDO	\$. *****4.00
							0314341 GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL DEL CANTÓN "SAN FRANCISCO DE MILAGRO" TESORERIA 14 NOV 2011 10:59:45 INFLORES SELLO Y FIRMA DEL CAJERO	
 DIRECTOR FINANCIERO		 TESORERO MUNICIPAL		 JEFE DE RENTAS		PAGADO		

ANEXO 9

Imágenes de un carro en reparación





