



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL
CARRERA GESTIÓN EMPRESARIAL

Tema de la Tesis

**“La integración vertical en la ferretería Zou Ho como
mecanismo para la reducción de costos de transacción,
Balzar provincia del Guayas, año 2014”.**

Previo a la obtención del título de:

Ingeniera en Gestión Empresarial

AUTORA

Susana Miley Zou Li

DIRECTOR

Econ. Luis Eduardo Gonzaga Sarmiento, MSC

Quevedo- Los Ríos- Ecuador

2015

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.

Yo, Susana Miley Zou Li, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Técnica Estatal de Quevedo, puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo; según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normatividad Institucional vigente.

SUSANA MILEY ZOU LI

CERTIFICACIÓN

El suscrito, **Econ. Luis Eduardo Gonzaga Sarmiento, MSc.** Docente de Universidad Técnica Estatal de Quevedo, certifica que la Egresada: **Susana Miley Zou Li**, realizó la tesis de grado previo a la obtención del título de Ingeniera en Gestión Empresarial, Titulada: **“La Integración Vertical en la Ferretería Zou Ho como mecanismo para la reducción de los costos de transacción, Balzar Provincia del Guayas, Año 2014”**, bajo mi dirección, habiendo cumplido con la disposición reglamentaria establecida para el efecto.

Econ. Luis Eduardo Gonzaga Sarmiento, MSc.
DIRECTOR DE TESIS



UNIVERSIDAD TÉCNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
MODALIDAD SEMIPRESENCIAL

Presentado al Comité Técnico Académico Administrativo como requisito
previo para la obtención del título de:

INGENIERÍA EN GESTIÓN EMPRESARIAL

Aprobado:

Ing. Darwin Javier Zamora Mayorga, MSc.
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

Ing. Fabiola Andrea Palma León, MSc.
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

Lcda. Alexandra Elizabeth Haro Chong, MSc
MIEMBRO DEL TRIBUNAL DE TESIS

QUEVEDO -LOS RÍOS- ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTO

En el presente trabajo tesis se deja constancia el agradecimiento a las siguientes personas e Instituciones:

Al Ing. Roque Luis Vivas Moreira, MSc., Rector de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por darme la oportunidad de estudiar y ser un profesional.

A la Ing. Guadalupe Murillo Campuzano, MSc., Vicerrectora Administrativa de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, por su arduo trabajo, en beneficio a la educación estudiantil.

A la Ing. Dominga Rodríguez Angulo MSc., Directora de la Unidad de Estudios a Distancia, por su trabajo diario, que ayudan a formar personas de bien.

Al Econ. Luis Eduardo Gonzaga Sarmiento MSc., Director de Tesis, quien con su conocimiento, paciencia y trabajo constante ha sabido guiarme en el desarrollo de terminar con éxito mi tesis.

A los docentes de la Universidad Técnica Estatal de Quevedo, durante la carrera ha impartido sus sabias enseñanzas, han aportado con mi formación profesional.

A la Ferretería Zou Ho, ha sido el pilar fundamental en el aprendizaje Académico.

Mi agradecimiento a Dios por iluminarme en sabiduría, salud, de lograr una de mis sueños anhelados, la culminación de la carrera.

DEDICATORIA

Dedico la presente tesis:

A Dios por mostrarme día a día con valentía, humildad, responsabilidad, paciencia, perseverancia y sabiduría. Todo es posible.

A mi Familia por ser parte importante en el logro de mis metas profesionales de una u otra manera me ayudaron en este proceso, en mi deseo de proseguir mis estudios.

Así mismo agradezco también por el aporte de mi Director de Tesis, Econ. Luis Gonzaga Sarmiento, por compartir momentos significativos conmigo y por siempre estar dispuesto a escucharme y ayudarme en cualquier momento, por la confianza, por su experiencia, sabios consejos y palabras de aliento en esta meta alcanzada, formando en mí una persona de bien en mi vida profesional.

Susana

ÍNDICE GENERAL

Contenido	Página
PORTADA.....	i
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS.....	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
MIEMBROS DEL TRIBUNAL.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xviii
ABSTRACT.....	xx
CAPÍTULO I.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción.....	2
1.1.1. Planteamiento del Problema.....	3
1.1.2 Formulación del problema.....	4
1.1.3. Delimitación del Problema.....	4
1.1.4. Justificación y Factibilidad.....	4
1.2. Objetivos.....	5
1.2.1 General.....	5
1.2.2 Específicos.....	5
1.3 Hipótesis.....	5
CAPÍTULO II.....	6
MARCO TEÓRICO.....	6

2.1 Fundamentación Teórica	7
2.1.1 Sistema de Integración Vertical	7
2.1.1.1 Integración	7
2.1.1.2 Integración Vertical	8
2.1.1.3 Integración Vertical Corporativa	9
2.1.1.4 Integración Vertical Administrada.....	9
2.1.1.5 Integración Vertical contractual.....	10
2.1.1.6 Integración vertical, costos, beneficios y toma de decisiones	10
2.1.2. Producto.....	10
2.1.2.1 Precio.....	11
2.1.2.2 Plaza o Distribución	11
2.1.2.3 Publicidad	11
2.1.3 Ciclo de vida de un producto.....	12
2.1.4 Marca	12
2.1.4.1 Características de la Marca	13
2.1.5 Empresa.....	13
2.1.5.1 Tipos de Empresa	13
2.1.6 Misión.....	14
2.1.7 Políticas	14
2.1.8 Control de calidad	14
2.1.8.1 Calidad.....	14
2.1.9 Administración	15
2.1.10 Transacciones.....	15
2.1.11 Proveedores.....	15
2.1.12 Competencia	15
2.1.13 Barreras de entrada a la hora de acceder a un nuevo mercado	16

2.1.14 Tipo de Competencia	16
2.1.15 Clientes	16
2.1.16 Tipo de Clientes	17
2.1.17 Mercado	17
2.1.18 Demanda	17
2.1.19 Foda.....	18
2.1.20 Servicio	18
2.1.21 Factibilidad.....	18
2.1.22 Pequeñas empresas: casos de estudio Ferretería.....	19
2.1.23 Diagnostico Empresarial	20
2.1.24 Ferretería	20
2.1.25 Taller	20
2.1.26 Mécanico	21
2.1.27 Análisis de mercado.....	21
2.1.28 Estudio de mercado	21
2.1.29 Estudio Técnico	21
2.1.30 Estudio Económico- Financiero	22
2.2 Base Legal	22
2.2.1 Ley del medio ambiente	22
2.2.2 Código del trabajo.....	23
2.2.3 Ley del Consumidor	24
CAPÍTULO III.....	25
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	25
3.1 Materiales y Métodos.....	26
3.1.1 Localización y duración de la investigación	26
3.1.2 Materiales y Equipos.....	26
3.2 Métodos	27

3.2.1 Científico	27
3.2.2 Inductivo-Deductivo.....	27
3.2.3 Estadístico	27
3.2.4 Propositivo	28
3.3. Tipo de Investigación	28
3.3.1. Descriptiva	28
3.3.2. Exploratoria.....	28
3.3.3. Observación.....	28
3.4. Fuentes	29
3.4.1. Primarias.....	29
3.4.2. Secundarias	29
3.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos	29
3.5.1. Encuesta	29
3.5.2. Entrevista.....	29
3.6. Población y Muestra.....	30
3.6.1. Población	30
3.6.2. Muestra.....	30
3.7. Diseño de la investigación	32
3.7.1 Procedimiento metodológico	32
3.7.1.1 Encuesta	32
3.7.1.2 Entrevista	32
3.7.1.3 Investigación a la competencia	32
3.7.1.4 Investigación de Fuentes Secundarias	32
CAPÍTULO IV	33
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	33
4.1. Resultados	34
4.1.1. Análisis de la encuesta aplicada a los clientes	34

4.1.1.1. Donde repara su moto?	34
4.1.1.2. Reparaciones de la moto al año	35
4.1.1.3. Mantenimiento de la moto	35
4.1.1.4. Requerimiento de clientes sobre taller de reparación	38
4.1.1.5. Taller y Almacen de repuestos integrados	38
4.1.1.6. Clientes y experiencia en compra de repuestos	39
4.1.1.7. Taller de reparación y descontento de clientes	40
4.1.1.8. Requerimientos de clientes en talleres para reparación de vehículos	40
4.1.1.9. Estudio de Mercado	42
4.1.1.9.1. Proyección de la oferta	42
4.1.1.9.2. Proyección de la Demanda	44
4.1.1.9.3. Análisis de la oferta.....	46
4.1.2. Resultado de la entrevista al dueño del comercial	46
4.1.3. Diagnóstico	48
4.1.3.1 Descripción de la empresa.....	48
4.1.3.1.1 Historia.....	48
4.1.3.1.2 Diagnóstico situacional de Ferretería Zou Ho	49
4.1.3. 2 Foda.....	49
4.1.4. Sistemas de integración vertical	50
4.1.5. Estudio de Factibilidad	51
4.1.5.1 Estudio de Técnico.....	51
4.1.5.1.1 Localización	51
4.1.5.1.2 Sitio de la Investigación	52
4.1.5.1.3 Ingeniería del Proyecto	52
4.1.5.1.3.1 Distribución espacial de Taller - Ferretería	52
4.1.5.1.3.2 Flujo de proceso: reparación de vehiculos mediante negocio integrado	54

4.1.5.1.3.3 Aseguramiento de calidad del sistema integrado.....	56
4.1.5.2 Estudio Administrativo.....	57
4.1.5.2.1. Visión	57
4.1.5.2.2. Misión.....	57
4.1.5.2.3 Valores Institucionales	57
4.1.5.2.4. Organigrama de la Ferretería integrada con el taller de reparación..	58
4.1.5.3 Analisis Financiero	60
4.1.5.4. Analisis de Factibilidad	63
4.1.5.4..1 Primer caso.....	63
4.1.5.4..2 Segundo Caso	65
4.1.5.4..3 Tercer caso	66
4.1.5.5 Analisis de Costos de Transacción	67
CAPÍTULO V	70
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	70
5.1 Conclusiones	71
5.2. Recomendaciones	72
CAPÍTULO VI.....	73
BIBLIOGRAFÍA.....	73
6.1. Bibliografía	74
CAPÍTULO VII	76
ANEXOS.....	76

ÍNDICE CUADROS

Cuadro	Página
1. Muestra obtenida de la población	31
2. Preferencia del lugar de reparación por tipo de taller, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014	34
3. Número de reparaciones de moto por año por cliente, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014	35
4. Número de Cambio de aceite en vehículo moto por año, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.	35
5. Número de Cambio de Llantas por vehículo moto por año, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.....	36
6. Número de Cambio de tubos por vehículo moto por año, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.....	36
7. Número de Cambio de filtros por vehículo moto por año, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.	37
8. Número de Cambio de Bujías en vehículo moto por año, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014	37
9. Requerimiento de cliente en talleres, Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.....	38
10. Percepción de clientes en negocios integrados, taller de reparación y Almacén de repuestos, Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.....	38
11. Experiencia de clientes en la compra de repuestos, Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014	39
12. Inconvenientes de clientes con talleres de reparación de motos, Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.....	40

13. Requerimiento de clientes al momento de solicitar la reparación de sus vehículos, Cantón Bazlar, Provincia del Guayas , Julio 2014.	40
14. Oferta total resumen de los 3 talleres a,b,c.....	42
15. Promedio de reparaciones al año	43
16. Proyección de la demanda de reparaciones y/o servicios de motos.....	44
17. Demanda insatisfecha de reparaciones y/o servicios de motos	45
18. Análisis de la cobertura de la oferta.....	46
19. Foda.....	49
20. Presupuesto – Flujo Neto del proyecto Integracion vertical Ferretería-Taller Zou Ho, período 2014-2018.....	60
21. Presupuesto – Flujo Neto del proyecto Integracion vertical Taller con un Tecnico, período 2014-2018.....	61
22. Presupuesto – Flujo Neto del proyecto Integracion vertical Taller con dos Tecnicos, período 2014-2018	62
23. Relación Beneficio Costo Caso integrado	63
24.- Comprobación de Hipótesis.....	64
25.- Relación Beneficio Costo Caso Taller con 1 técnico	65
26.- Relación Beneficio Costo Caso Taller con 2 técnicos.....	66
27.- Comparación de costos entre: empresa integrada- taller integrado con 1 y 2 técnicos.....	67

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura	Página
1. Localización de Balzar	51
2. Distribución espacial taller- almacén.....	53
3. Flujograma de proceso de reparación y entrega de la moto reparada.....	55
4. Organigrama de la Ferretería integrada con el taller de reparación.....	58

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo	Página
1. Formato de encuestas a los clientes	77
2. Formato de encuestas al Taller Mecánico	79
3. Presupuesto de la mano de obra de la Ferretería- taller integrado.....	81
4. Plano de la propuesta del taller integrado.....	82
5. Modelo de la Ferretería.....	83
6. Plano de la Ubicación de la zona de estudio	84
7. Listado de talleres	85
8. Fotos del taller encuestado	86
9. Fotos de los clientes encuestados	87
10. Formato de pedidos de repuestos del taller	88
11. Orden de trabajo del taller.....	89
12. Presupuesto de la integración vertical ferretería- Taller.....	90
13. Listado de reparaciones de ferretería y taller.....	91
14. Ingresos por repuesto anual mano de obra de ferretería zou ho integrado y taller tomalá con 1 y 2 técnicos.....	92
15. Ingreso de repuesto anual de Ferretería- Taller Zou Ho	93
16. Egresos de costos de compra de repuestos de ferretería y taller tomalá con 1 y 2 técnicos.es	94
17. Egresos de servicios Básicos de Ferretería y Taller con 1 y 2 Técnicos	95
18. Egresos de Materiales de Ferretería y Taller con 1 y 2 Técnicos	95
19. Egresos de sueldo del técnico de Ferretería Zou Ho.....	96
20. Egresos de sueldo del Técnico del Taller con 1 y 2 Técnicos.....	96
21. Inversión del Taller	96
22. Costo de no integración	97
23. Fotos de la ctg	98
24. Fuentes de la CTE FOTO	99
25. Fuentes de la CTE ESCANEADO.....	100
26. Método de proyección por tasa de crecimiento.....	101
27. Como obtener la tasa de crecimiento de la demanda.....	102
28. Demanda insatisfecha que asume el proyecto integrador de Ferretería es 0,5%	102

29. Demanda insatisfecha del mercado de reparaciones de motos en el Cantón Balzar, provincia del Guayas, período 2010-2018	103
30. Análisis de la oferta de talleres de reparaciones de Balzar.	104

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación se realizó en la ciudad de Balzar, cuyo domicilio será entre las calles Daule y Colimes, ubicada en el noreste de la Provincia del Guayas, sus coordenadas geográficas son: 1°21'36" de latitud sur y 79°54'0" de longitud oeste.

El objetivo de la integración vertical es incorporar a la Ferretería – Taller Mecánico, ya que hoy en día en la ciudad de Balzar existen cinco negocios de Ferretería que mueve la economía de este Cantón, pero muchos de ellos, no son eficientes y no cuentan con este servicio.

Lo que ha motivado a crear esta incorporación, es porque existe un mercado de motocicletas, la reparación y provisión de repuestos se convierte en un problema para los clientes, que tienen que recorrer el cantón en busca de una solución eficiente.

En la literatura económica se ensaya propuestas de integración vertical entre grandes empresas, pero no de pequeñas empresas. Sin embargo en mercados grandes del Ecuador, como: Guayaquil y Quito se observa la evolución de negocios integrados, como por ejemplo: talleres artesanales, restaurantes, etc. que integran la parte de fabricación con la embalaje y distribución directa.

Esta experiencia se trata de exponerla en el cantón Balzar y analizar desde la ciencia administrativa y económica la factibilidad de su realización, en el tema se compone de los siguientes capítulos:

En su primer capítulo comprende el marco contextual de la investigación, donde se detalla la introducción de esta tesis, se plantea los problemas la misma que se planteó los objetivos e hipótesis.

El segundo capítulo contiene el marco teórico de la investigación, lo cual detalla científicamente de varios autores, fundamentación conceptual que aporta para el desarrollo del presente estudio.

El tercer capítulo está compuesto por la metodología de la investigación, donde enfatiza los materiales y métodos en conjunto con las técnicas e instrumentos que permitieron analizar el problema del estudio.

El cuarto capítulo está constituido con los resultados de la investigación, así como las actividades relacionadas a los estudios que demanda la ejecución de la misma.

El quinto capítulo está definido por las conclusiones y recomendaciones de esta investigación.

Finalmente se concluye con la bibliografía que ampara la investigación y los anexos relacionados con el estudio.

ABSTRACT

The present research was conducted in the city of Balzar, whose head is between Daule and Colimes streets, located in the northeast of the province of Guayas, its geographical coordinates are: 1°21'36 "south latitude and 79°54'0" in length west.

The goal of vertical integration is to incorporate Hardware - Machine Shop, as today in the city of Balzar there are five business Hardware that moves the economy of this canton, but many of them are inefficient and do not have this service.

The motivation to create this incorporation is because there is a market for motorcycles, repair and supply of spare parts becomes a problem for customers who have to travel Canton looking for an efficient solution.

In economic literature proposals for vertical integration between large companies is tested, but not small businesses. However in large markets of Ecuador, as Guayaquil and Quito integrated business evolution is observed, such as: craft workshops, restaurants, etc. integrating the manufacturing part of the packaging and direct distribution.

This experience is in the canton Balzar expose and analyze from the administrative and economic science the feasibility of its implementation, the theme consists of the following chapters:

In his first chapter deals with the contextual framework of the investigation, where the introduction of this thesis is detailed, problems arise the same as the objectives and hypotheses raised.

The second chapter contains the theoretical framework of the research, which details several authors scientifically, conceptual foundation that contributes to the development of this study.

The third chapter is composed of the research methodology, which emphasizes the materials and methods in conjunction with the techniques and tools that allow analyzing the problem of the study.

The fourth chapter is constituted with the results of research and activities related to studies that demand the execution of the same.

The fifth chapter is defined by the conclusions and recommendations of this research.

Finally we conclude with the literature that covers research and exhibits related to the study.

CAPÍTULO I
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

En el Ecuador el negocio de ferretería ha sido una actividad muy importante, ha experimentado grandes cambios como la de incorporar líneas adicionales a las tradicionales. El negocio de la ferretería ya no es el clásico surtidor de clavos, alambres, sogas, cadenas metálicas, etc., que buscaba satisfacer necesidades puntuales del hogar, poco a poco ha ido incorporando otras líneas como; herramientas, taladros, pulidoras, martillos eléctricos, etc., y equipos como: bombas de agua, calentadores, bombas fumigadoras. Últimamente, se han incorporado otras líneas, como repuestos para vehículos pequeños o mediano tamaño, como las motos.

En la Provincia del Guayas su mayor influencia se refleja en la provisión materiales de ferretería.

Por otro lado, en el cantón Balzar existen 40,000 motos (2013 en la CTE) que sirven para la transportación personal y de negocio. El mantenimiento y reparación de estos pequeños vehículos se realizan en tres talleres, cuya experiencia se centra en los años que están en el mercado. Sin embargo, en el trabajo que realizan, existen problemas en el momento de proveer de repuestos adecuados y de calidad para cada cliente. Descrito nos lleva a prever que existe una expansión en la comercialización en la compra y venta de repuestos.

Uno de los objetivos a cumplir en la investigación es analizar la integración vertical en pequeños negocios, con ellos se busca constituir mercados y procesos. La ampliación de su línea de repuestos, a la vez facilitar a los clientes el acceso a talleres garantizados, teniendo en cuenta que la empresa es el lugar que encontrara todo tipo de repuestos y a su vez el cambio inmediato, gracias al taller especializado con personal capacitado, actualizado y eficiente, el cual es beneficio para la empresa incrementar sus ventas que generaría utilidades y a la vez los clientes muy satisfechos por el servicio brindado, ahorrándoles tiempo, a precios competitivos.

Con la información recolectada mediante encuesta, la necesidad de incorporar de “todo en un mismo lugar” tuvo amplia aceptación. Para el cliente, influye mucho el lugar donde compra sus repuestos, sobre todo que le ofrezcan calidad y garantía

El presente trabajo busca constituir un negocio de Ferretería con un taller mecánico de reparación de motos, que con lleve la reducción de costos ubicado en el cantón Balzar Provincia del Guayas.

Finalmente, no hay estudios en este campo, y serviría para que las pequeñas empresas puedan ofrecer mayores ventajas a sus clientes.

1.1.1 Planteamiento del Problema

En el Cantón Balzar no existen Ferreterías que se dediquen a la venta de repuestos de motocicletas. En la Ferretería Zou Ho no cuenta con este servicio y mucho menos con el asesoramiento de técnicos, ningún taller mecánico de reparación de motos cuenta con un servicio integrado inclusive algunos venden repuestos usados, ya que los clientes al momento de comprar a veces se encuentran, que no hay completo su listado y la mano de obra no especializada con altos costos y defectos de fabricación.

Este trabajo de investigación busca integrar ferretería- taller mecánico de reparación de motos porque los clientes tienen la necesidad de acudir a comprar repuestos en un solo lugar todo lo que necesitan, no les gusta recorrer ya que les produce inconvenientes trasladarse a los talleres de arreglos de motocicletas, debido a los costos de movilización y tiempo que esto ocasiona.

El tiempo de vida útil de una motocicleta es aproximadamente 3 años siempre y cuando el dueño conozca su uso y mantenimiento, en comparación con otras personas que desconocen el mantenimiento y adecuado rendimiento cuya vida útil se reduce a 2 años, necesitan de constantes chequeos ya que existen

muchas motos que sobrepasan la vida útil, ocasionando que se dañen continuamente.

Esto significa, integrar el negocio de la ferretería como proveedora de repuestos e insumos y el taller que se encargaría de la reparación y/o mantenimiento.

1.1.2 Formulación del Problema

¿La Integración Vertical hacia abajo incide directamente en la maximización del costo/beneficio en la Ferretería Zou Ho?

1.1.3 Delimitación del Problema

Objeto de estudio.- Beneficio de la Integración Vertical

Campo de Acción.- Ferretería Zou Ho.

Lugar.- (Balzar) entre las calles Daule 606 y Colimes 700

Tiempo.- Duración 6 meses.

1.1.4. Justificación y Factibilidad

Es necesario estudiar el tema, dado que este sector comercial requiere brindar mayor valor agregado con la integración vertical; ferretería y el taller mecánico de reparación de motos, dada una gran demanda en la localidad. Además que a través de este estudio, permitirá obtener el título de pregrado.

Finalmente, no hay estudios en este campo, y serviría para que las pequeñas empresas puedan ofrecer mayores ventajas a sus clientes.

Ferretería Zou Ho busca incorporar procesos con la finalidad de reducir la existencia de costos de transacción.

El presente trabajo de investigación es factible de realizar, dado que entre la ferretería proveedora de repuestos tiene relación con el taller de reparación de motos, es uno de los principales puntos de inicio para desarrollar este tipo de estudios.

Sin embargo, no existen aplicaciones en pequeños negocios, este será precisamente el reto de nuestro estudio, demostrar que cuando existe un producto terminado (repuestos) con la provisión de un servicio, es factible obtener beneficio económico en la provisión del servicio.

1.2. Objetivos

1.2.1 General

Analizar la integración Vertical en la Ferretería Zou Ho como mecanismo para reducir costos de transacción, Balzar, Provincia del Guayas, Año 2014.

1.2.2 Específicos

- Realizar un diagnóstico sobre la situación de la Ferretería Zou Ho.
- Analizar los sistemas de integración vertical de la Ferretería Zou Ho.
- Estudiar la factibilidad de aplicar la integración en pequeñas empresas tomando como caso de estudio Ferretería Zou Ho.

1.3. Hipótesis

La integración vertical en la Ferretería Zou Ho, permite obtener una mayor rentabilidad, en relación a la calidad, tiempo y garantía. Debido a que sus costos de transacción se reducen.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Fundamentación Teórica

2.1.1. Sistemas de Integración Vertical

TARZIJAN& PAREDES (2012) “La empresa se define entonces como un conjunto de procesos relacionados verticalmente y coordinados a través de una cadena de mando que sustituye del mercado. Así, la existencia de la empresa obedece a la existencia de costos de usar el mercado”.

TARZIJAN& PAREDES (2012) “La empresa como un conjunto de procesos verticalmente integrados, que por la existencia de costos de transacción, no son coordinados a través del mercado sino mediante una estructura de mando”.

GIL, S. & CAMACHO J (2010), “el objetivo de la integración vertical es la maximización de beneficios, y en este contexto es la única que contempla en casos de procesos complementarios, o donde sea evidente una disminución de costes”.

2.1.1.1 Integración

RUIZ & PARREÑO (2013) “Integración en la distribución consiste en la cooperación y coordinación de las funciones realizadas por los distintos miembros del canal de distribución. Estos deciden colaborar (asociarse) y establecer vínculos entre ellos, con el fin de realizar conjuntamente algunas de las funciones. La finalidad de la integración es alcanzar ventajas a través de la agrupación (economías a escala, ya sean de tecnológicas, de organización, de comunicación), coordinación y sincronización de las actividades comerciales necesarias para llevar a cabo la distribución de los productos”.

2.1.1.2 Integración Vertical

KOTLER (2009) “La integración vertical supone costos menores y un mayor control del flujo de valor agregado. Además, las empresas verticalmente pueden manipular sus precios y costos en las diferentes fases de la cadena de valor para obtener utilidades allí donde los impuestos son menores”.

TARZIJAÑ & PAREDES (2012) “La integración vertical será más atractiva a medida que sean menores las economías de escala en los procesos de producción relevantes de la empresa, ya que a medida que sean mayores estas economías más conveniente será canalizar la producción de un bien o servicio en entidades especializadas fuera de la empresa que, por el tamaño de producción, puede tomar ventajas de estas economías, disminuyendo costos de transacción”.

RUIZ & PARREÑO (2013) “La integración vertical implica que es un miembro del canal asume, controla o administra funciones de otros miembros (niveles dentro del mismo canal), implantando un determinado mecanismo de actuación, con el objeto de obtener economías en la distribución y un mayor efecto sobre el mercado. De esta forma, además de mejorar resultados del sistema de distribución, en su conjunto, se pueden evitar conflictos entre los miembros del canal”.

Podemos distinguir los siguientes tipos integración vertical:

Integración Vertical Corporativa

Integración Vertical Administrada

Integración Vertical Contractual

2.1.1.3 Integración Vertical Corporativa

RUIZ & PARREÑO (2013) “Este tipo de integración implica que una única empresa quien desarrolla todas a parte de las actividades que se deben realizar desde la fabricación del producto hasta la colocación del mismo en el lugar, momento, tiempo y forma requeridos por los consumidores. Como vemos, este tipo de investigación tiene lugar cuando los miembros del canal controla y coordina las actividades comerciales de otros, debido a que posee la propiedad total o mayoritaria de estos”.

“Mientras que este tipo de integración destaca por la implicación de una única empresa., las otros dos tipos de integración vertical administrada y contractual precisan de la actuación de varias empresas independientes para el ejercicio de distintas actividades de distribución, pudiendo exigir determinadas pautas de comportamiento”.

“Por lo tanto, este sistema de integración permite alcanzar la mayor eficacia y eficiencia distributiva, al ser una única empresa la que organiza las funciones de varios miembros del canal, proporcionado el máximo grado de control sobre todo o casi todo el proceso de distribución. Sin embargo, también es el sistema más costoso de todos”.

2.1.1.4 Integración vertical administrada

RUIZ & PARREÑO (2013) “Con este tipo de integración se logra la cooperación de distintos miembros del canal de distribución gracias al poder de negociación de uno de ellos. Aunque no existe ningún compromiso formal de colaboración entre los miembros, uno de ellos ejerce una influencia dominante sobre los demás, de forma que motiva u obliga al resto a aceptar sus decisiones y a formar parte de una orientación global del canal”.

2.1.1.5 Integración vertical contractual

RUIZ & PARREÑO (2013) “En este tipo de integración, aunque los distintos miembros del canal son empresas independientes – conservan su personalidad jurídica deciden coordinar sus actividades relativas al proceso de distribución a través de contratos”.

“En este tipo de investigación, el nivel de coordinación y de control en el canal de distribución puede llegar a ser elevado, pero menor en los sistemas corporativos, aunque es posible llega a formar amplios sistemas de distribución sin la necesidad de recurrir a grandes inversiones”.

2.1.1.6 Integración vertical, costes, beneficios y toma de decisiones

GIL, S. & CAMACHO J (2010), “el factor humano es una de las claves del éxito de toda integración, sea horizontal o vertical. En el caso de integración vertical, harán falta nuevas habilidades y capacidades a gestionar y organizar nuevas fases de cadena de valor. Por ese motivo, la valoración que el equipo directivo haga sobre la decisión de integración vertical nos parece relevante, al margen de que permite poner de manifiesto su valoración al respecto”.

2.1.2. Producto

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Producto es todo aquello que es susceptible satisfacer una necesidad del cliente. Se entiende por producto cualquier bien, servicio o idea con suficiente valor para estimular a que el cliente desee establecer una relación de intercambio. En términos de marketing, el producto es algo más que el resultado del proceso de fabricación, pues el cliente no solamente compra atributos tangibles, sino también los beneficios intangibles que se derivan de su compra y usos. Por eso, la tarea del marketing es vender el beneficio o la utilidad que encontrara el cliente en el producto, más que las características físicas del mismo”.

2.1.2.1 Precio

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Precio es la relación entre lo que el cliente está dispuesto a entregar por aquello que va a recibir. Es decir, es la expresión económica del intercambio que se manifiesta en dinero. Esta es una variable muy importante porque es el único elemento de marketing que genera ingresos por ventas y además influye en la demanda, determina la rentabilidad de la empresa y ayuda al posicionamiento de la marca. El precio del producto está determinado por lo que el propio cliente está dispuesto a ofrecer en la relación de intercambio”.

2.1.2.2 Plaza o distribución

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Plaza o distribución es el lugar físico y concreto donde se realiza la relación de intercambio. El objetivo de la distribución es facilitar el acceso del cliente al producto y complementar con objetivos diseñados por las otras Ps. Por este motivo, el directivo del marketing debe diseñar el sistema de distribución en base a las necesidades que busca satisfacer los clientes”.

2.1.2.3 Publicidad

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Publicidad es la variable que integra todas las acciones de comunicación que usa la empresa para influir en sus clientes. Aunque se usa la P de publicidad, aquí también se incluye la promoción de ventas, la venta personal y las relaciones públicas. Al igual que las otras Ps. Todas las acciones de comunicación de la empresa deben estar en función de las características del cliente objetivo, pues la comunicación tiene un alto componente subjetivo que puede causar distorsión de los mensajes comerciales”.

2.1.3 Ciclo de vida de un producto

ANZOLA (2010) “Ciclo de vida de un producto proceso de cambio a los largo de la historia, incluye introducción, crecimiento, madurez, saturación y rechazo u obsolescencia”.

2.1.4 Marca

ANZOLA (2010) “Marca la venta de un producto se facilita cuando el cliente lo conoce y lo solicita por su nombre, ello es posible gracias a los nombres de las marcas. Una marca es un nombre, termino, signo, símbolo o diseño, o combinación de los mismos, que identifica los bienes de servicios de una empresa y los diferencia de los competidores”.

“Las marcas pueden ser del producto o privadas”.

“Una marca de un producto es propiedad del fabricante y se anuncia y vende en todo o en casi todo el país. Por ello, recibe el nombre de marca nacional”.

“Las marcas privadas, también conocidas como marcas distribuidores, son propiedad de un mayorista o de un minorista y, casi siempre, su zona geográfica de anuncio y de venta es más reducida”.

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Las marcas pueden estar formadas por dos elementos”:

Logotipo o emblema.- parte grafica con diseño, símbolos o colores distintivos. Por ejemplo: el ejemplo el especial tipo de letra que utiliza Coca Cola o Telefónica.

Nombre.- parte que se pronuncia, ya sean palabras, letras o números.

2.1. 4. 1 Características de la marca

- Fácil de pronunciar y recordar
- Ayuda a difundir los beneficios del producto
- Cuanto más sencilla, más fácil de recordar
- Utilización corporativa de la marca, deben identificarse con los productos o la empresa y se debe utilizar en todos los artículos posibles.

2.1.5 Empresa

ANZOLA (2010) “Empresa es toda aquella organización o grupo que realiza actividades comerciales e industriales y que provee bienes y servicios para mantener y mejorar la calidad de vida de las personas. Una compañía puede ser pequeña y estar manejada por una sola persona, tal como un taller de reparación de calzado o de tapiz”.

TARZIJAÑ & PAREDES (2012) “La empresa es una institución que surge para evitar los costos de usar el mercado a través de un cierto número de transacciones, son canalizados al interior de una institución en relación”.

2.1.5.1 Tipos de empresas

ANZOLA (2010) Actualmente existen tres tipos de empresa que todo pequeño empresario debe considerar:

Empresa de transformación.- son aquellas que se dedican a la producción de bienes.

Empresa de servicio.- se dedican a prestar servicios a la comunidad.

Empresa de comercialización.- este tipo de compañías compra los bienes que una empresa de transformación produce para luego venderlos a sus propios

clientes, con lo cual presta servicio a la comunidad obtiene una ganancia; es decir comercializa los bienes y servicios.

2.1.6 Misión

ANZOLA (2010) "corresponde a la filosofía de la empresa y/o a su razón de ser (porque existe)".

2.1.7 Políticas

ANZOLA (2010) "Políticas son guías amplias, verbales o escritas, las cuales permiten al pequeño empresario usar iniciativa y su juicio en la interpretación de una norma en particular".

"Políticas internas son aquellas que afectan a las personas que trabajan dentro de una empresa, ejemplo la hora, uniformes, etc".

"Políticas externas son aquellas ajenas a la pequeña empresa, como criterios de descuentos, de fiar al cliente".

2.1.8 Control de Calidad

ANZOLA (2010) "Control de calidad es el proceso que permite por medio de un programa, elaborar el producto de acuerdo con las especificaciones de su diseño. La relación de calidad de los productos con respecto a las especificaciones se basa en la precisión que los clientes buscan en la exactitud que puede lograrse con las personas, maquinarias y herramientas de que la compañía dispone".

2.1.8.1 Calidad

ANZOLA (2010) "Calidad grado de eficiencia de los trabajadores".

2.1.9 Administración

ANZOLA (2010) “Administración conjunto de labores que se emprenden para alcanzar las metas u objetivos de la empresa con la ayuda de las personas y los recursos”.

2.1.10 Transacciones

ANZOLA (2010) “Transacciones operación de compra, venta o entrega de un bien o servicio a cambio de otro similar, o el pago en efectivo de este”.

2.1.11 Proveedores

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Proveedores son quienes proveen de estos recursos, y por eso se establece una relación de dependencia de las empresas. La satisfacción de las necesidad de los mercados supone adecuada relación con los diversos proveedores, y por eso las empresas desarrollan diversas acciones para asegurar su participación en la cadena de fabricación, comercialización y gestión”.

“Para asegurar una fabricación eficiente, las empresas desarrollan la gestión de compras, que tiene como objetivo garantizar a la empresa la disposición de los recursos necesarios, en la cantidad, calidad, precio y tiempo necesarios”.

2.1.12 Competencia

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Competencia es cuando una empresa pretende entrar en determinado mercado, una de las primeras acciones que ha de emprender es realizar un análisis de la competencia, pues ha de conocer a quien se tendrá que enfrentar a diario para evitar ser sorprendida por ellos y además le sirve como referencia para saber los aspectos en los que se encuentra en desventaja”.

2.1.13 Barreras de entrada a la hora de acceder a un nuevo mercado.

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Economía a escala es la reducción de costos unitarios de producción a medida que aumenta el volumen de la estructura productiva, de los cuales solo los grandes empresas se pueden beneficiar”.

“Diferenciación del producto, pues la empresa y existentes gozan de una identificación de marca y lealtad a la misma que han conseguido a base de publicidad, servicios al cliente o ser el primero en el sector”.

“Exigencias de capital, que las nuevas empresas han de asumir unos elevados costes, que al principio son difíciles de afrontar”.

“Acceso a canales de distribución por parte de la nueva empresa, que si quiere colocar en ellos los productos ha de hacerlo a precios reducidos”.

2.1.14 Tipos de Competencia

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Genérica que está formada por todas las empresas que rivalizan por el dinero de compradores”.

“Competencia directa, que está formada por las marcas de productos similares”.

“Competencia indirecta, que está formada por productos sustitutos o aquellos que actualmente no son competidores, pero que pueden serlo en el futuro porque satisfacen las mismas necesidades”.

2.1.15 Clientes

PRIETO (2010) “Cliente es toda persona que tiene una necesidad latente o sentida, y que busca un producto o servicio con ciertos requisitos y condiciones para poder satisfacerla totalmente. El cliente es importante porque es el punto

de apoyo y el mayor activo donde descansa toda estructura de una empresa. Los clientes tienen motivos y razones lógicas que determinan la acción de compra, y de que están relacionadas con el producto y el servicio que reciben. Estas razones pueden ser; precio, calidad, durabilidad, servicio, valoración, garantía, etcétera”.

2.1.16 Tipo de clientes

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Consumo masivo: formado por las personas y familiares que compran bienes y servicios para atender sus necesidades individuales o familiares. Forman el mercado consumidor”.

“Consumo industrial: está compuesto por las empresas que adquieren los productos y servicios para producir bienes. Forman, al igual que los que siguen, el mercado de clientes”.

“Instituciones gubernamentales: son las instituciones públicas que adquieren los bienes con objeto de realizar sus funciones”.

“Clientes internacionales.- formado por compradores de otros países, bien sean consumidores masivos o industriales”.

2.1.17 Mercado

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Es el lugar físico o virtual en el que se produce la relación de intercambio entre individuos u organizaciones”.

2.1.18 Demanda

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Es una cuantificación de los deseos del mercado y está condicionada por los recursos disponibles del consumidor y por los estímulos del marketing de nuestra firma y de la competencia”.

2.1.19 Foda

RIVERA & GARCILLAN (2012) “Fortalezas son los recursos habilidades que tiene la empresa, en cantidad igual o mejor que la competencia, y que le permiten satisfacer las demandas del mercado. Sirven para alcanzar las oportunidades y para afrontar las amenazas”.

“Debilidades son los recursos habilidades que le faltan a la empresa para satisfacer las necesidades de sus mercados y para aprovechar las oportunidades. Asimismo, son limitaciones que pueden impedir a la empresa defenderse de las amenazas”.

“Amenazas son los peligros potenciales generados por los fuerzas procedentes del entorno, la competencia o el mercado y que pueden dificultar el funcionamiento a la empresa. Su nivel dependerá de las fortalezas y debilidades que tenga la empresa. También se puede presentar cuando el entorno/mercado presentan oportunidades que, al ser cubiertas por la empresa, son aprovechadas por los competidores”.

“Oportunidades cambios favorables en el entorno y en los mercados que la empresa puede convertir en ventas, siempre y cuando tenga las fortalezas necesarias”.

2.1.20 Servicio

PRIETO (2010) “Es toda acción que usted hace motivar al cliente”.

2.1.21 Factibilidad

JUSTIN ET AL (2012) “Análisis de factibilidad es una evaluación preliminar de una idea de negocio que determina si el proyecto de emprendimiento visualizado tiene posibilidades de éxito”.

2.1.22 Pequeñas empresas: caso de estudio, ferretería

YUMBLA (2010), “En Ecuador a partir de los años 90, siguiendo patrones que responden al régimen alimentario corporativo mundial, se impulsó la formación de cadenas agroalimentarias, entre éstas, la cadena del maíz-balanceado-aves, conformada por dos eslabones de servicios (ES) y cuatro eslabones productivos (EP), eslabones controlados por empresas como Pronaca, Agripac, Ecuaquímica, Supermaxi que implementan integraciones horizontales, verticales, financieras, y de marca, como estrategias para acumular poder de mercado y algo más perjudicial como la decisión de qué y cómo sembrar y la opción de qué y cómo consumir provocando progresivamente un alejamiento entre productores y consumidores”.

“Este modelo promueve el monocultivo de maíz a través de la agricultura de contrato, fomenta el alto uso de agroquímicos, establece grandes planteles avícolas y porcinos he implanta fábricas de procesamiento de animales generando problemas de contaminación de aire, suelo y agua por los ‘subproductos’, gases, heces y orina. Adicionalmente, se estimula el aumento del consumo de proteína animal con ineficiencia energética”.

“La estructura de esta cadena está constituida por cuatro actores Económicos: primero, agricultores o campesinos que entregan el maíz a las procesadoras de balanceados, y avicultores medianos que entregan aves a la agroindustria para su procesamiento y comercialización. Segundo, agroindustrias que importan, proveen, procesan, transportan, almacenan, distribuyen y comercializan: semillas, pollitos BB, agroquímicos y maquinaria. Además, compran maíz para procesarlo en balanceado y crían aves para procesarlas. Tercero, distribuidoras como supermercados, mercados y tiendas, que venden al por menor productos procesados como carne de pollo o cerdo, huevos, entre otros y, por último, consumidores que adquieren productos procesados”.

“Estos actores forman: dos eslabones de servicios (ES) y cuatro eslabones productivos (EP). El sector productivo forma los eslabones de: maíz,

balanceados, crianza avícola y procesamiento de aves. Y el de servicios forma los eslabones de: insumos (financiamiento y asistencia técnica) y comercialización (transporte, publicidad, entre otros)”.

2.1.23 Diagnostico Empresarial

PRIETO (2012) “El diagnostico debe ser un examen analítico de la trayectoria pasada y presente de la empresa donde se realizan potencialidades de esta relación con su visión, misión objetivos y el uso de los recursos; el resultado debe ser socializado con los directivos y empleados de la organización”.

2.1.24 Ferretería

IRAHETA ET AL (2009) “Etimológicamente ferretería significa tienda de hierro. Enfocado al comercio de hierro, es un conjunto de objetos de hierro que se venden en las ferreterías”.

“Tienda dedicada a la venta de útiles de bricolaje, la construcción y las necesidades del hogar , normalmente para el público aunque también para profesionales, cosas tales como; cerradura , herramientas de pequeño tamaño, clavos, tornillos, siliconas, persianas”.

“Conjunto de útiles de hierro que en ellas se puede adquirir, y por extensión a otros productos metálicos o no allí adquiridos”.

2.1.25 Taller

RIVAS (2009) “Es el lugar físico donde se hace, se construye , reconstruye o se repara un vehículo, maquinaria , piezas y además es el lugar donde varias personas trabajan cooperativamente para hacer o reparar algo, lugar donde se aprende haciendo o trabajando junto con otras personas.

Así, se habla de mecánica, taller de carpintería, taller de reparación de electrodomésticos, etc”.

2.1.26 Mecánico

RIVAS (2009) “El término mecánico se refiere principalmente a los profesionales que se ocupan de la construcción de equipos industriales y maquinarias, así como de su montaje y de su mantenimiento cuando las máquinas están en servicio”.

2.1.27 Análisis de mercado

RIVAS (2009) “Es una de las principales técnicas de análisis que consiste en el sondeo de mercados, donde se realiza investigaciones para evaluar si es factible la creación de nuevos bienes y servicios antes de ofrecerlos al mercado”.

2.1.28 Estudio de mercado

RIVAS (2009) “Es la función vincula a consumidores , clientes y públicos con el mercadólogo a través de la información , la cual se utiliza para identificar y definir las oportunidades y problemas de mercado ,para generar , refinar y evaluar las medidas de mercadeo y para mejorar la comprensión del proceso del mismo”.

2.1.29 Estudio Técnico

GOMEZ (2009) “Se deriva la posibilidad de llevar a cabo una valoración económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios del proyecto ; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero”.

2.1.30 Estudio económico- financiero

GOMEZ (2009) “Comprende el monto de los recursos económicos necesarios que implica la realización del proyecto previo a su puesta en marcha, así como la determinación del costo total requerido en su periodo de operación”.

2.2 Base legal

Son los diversos reglamentos vigentes para la integración de este estudio.

2.2.1 Ley del medio ambiente

Art.- 14 que la Constitución Política de la República del Ecuador, reconoce a las personas, el derecho a vivir en un ambiente sano, ecológicamente equilibrado y libre de contaminación; declara de interés público la preservación del medio ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país; establece un sistema nacional de áreas naturales protegidas y de esta manera garantiza un desarrollo sustentable.

Art.- 6 toda obra, instalación, construcción, inversión o proyecto, así como otra intervención que pueda suponer generación de impacto ambiental negativo y significativos durante su ejecución, mantenimiento, abandono, conforme al Art. 20 de la Ley de Gestión Ambiental, requerirá la presentación del Estudio del Impacto Ambiental para el otorgamiento de la Licencia Ambiente correspondiente, emitida por el Gobierno Provincial del Guayas.

Art 19.- las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, serán calificados previamente a su ejecución, por los organismos descentralizados de control, conforme al Sistema Único de Manejo Ambiental, cuyo principio rector será el precautelatorio.

Art 21.- los sistemas de manejo ambiental incluirán estudios de línea base; evaluación del impacto ambiental, evaluación de riesgos; planes de manejo, planes de manejo de riesgo; sistemas de monitoreo; planes de contingencia y mitigación; auditorías ambientales y planes de abandono. Una vez cumplido estos requisitos y de conformidad con la calificación de los mismos, le emitirán la LICENCIA AMBIENTAL, el Gobierno Provincial del Guayas, Departamento del Medio Ambiente.

2.2.2 Código del trabajo

Art 2.- el trabajo es un derecho y un deber social. El trabajo es obligatorio, en la forma y con las limitaciones prescritas por la Constitución y Leyes.

Art 3.- el trabajador en libre de dedicar su esfuerzo a la labor de lícita que a bien tenga.

Ninguna persona podrá ser obligada a realizar trabajos gratuitos, ni remunerados que no sean impuestos por la ley, salvo el caso de urgencias extraordinaria o de necesidad de inmediato auxilio.

Según Capítulo 1 de su naturaleza y especies.

Art.- 8 contrato individual de trabajo es el convenio en virtud del cual una persona se compromete para con otra u otras a prestar servicios lícitos y personales, bajo su dependencia, por una remuneración fijada de convenio, la ley, el contrato colectivo o la de costumbre.

Art 11.- el contrato puede ser.-

- a) Expreso o tácito, y el primero escrito, verbal
- b) A sueldo, jornal, participación y mixto
- c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual, ocasional
- d) A prueba
- e) Por obra cierta, por tarea y a destajo
- f) Por enganche

- g) Individual, de grupo por equipo; y,
- h) Nota: literal derogado por Decreto Legislativo No 8. Publicado en el Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de Mayo del 2008.

2.2.3 Ley del Consumidor

Según el capítulo 1

Art 1.- de conformidad con los incisos tercero y noveno del art 2 de la ley, no serán considerados consumidores aquellas personas naturales o jurídicas que adquieran, utilicen o reciban ofertas de bienes y servicios para emplearlos en la explotación de actividades económicas con fines de lucro, en beneficios de sus clientes o de terceros a quienes ofrezcan bienes de servicios.

CAPÍTULO III
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Materiales y Métodos

Para el presente trabajo se emplearon los siguientes recursos: humanos, materiales y equipos

3.1.1 Localización y Duración de la investigación

Dentro de la investigación se realizó en la empresa Ferretería Zou Ho, Cantón Balzar, Provincia del Guayas, el mismo que se encuentra ubicado en las calles Daule y Colimes. Su cabecera cantonal es San Jacinto, sus coordenadas geográficas son: 1°21'36" de latitud sur y 79°54'0" de longitud oeste, la indagación tuvo una duración de 6 meses.

3.1.2 Materiales y Equipos

En el estudio se realizó los siguientes materiales:

Materiales

- Esferos 5
- Lápiz 3
- Hojas (resmas) 4
- Borradores 1
- Discos magnéticos(unidad) 6
- Agenda 1
- Carpetas 4
- Libros 10

Equipos

- Computadora 1
- Calculadora 1
- USB- Pendrive 2
- Impresora 1

3.2 Métodos

Para el desarrollo del tema de exploración se aplicaron los siguientes métodos:

3.2.1. Científico

Se aplicó un sondeo en la zona que ayude a definir adecuadamente el problema, además que permita obtener la información requerida en el estudio.

3.2.2. Inductivo – Deductivo

Se aplicó encuestas a los clientes, administradores de la empresa, dueños de talleres de reparación y basado en el estudio de costos y beneficios se procederá a determinar el problema de los costos de transacción para inferir la conveniencia o no de integrar procesos dentro de la empresa objeto de estudio.

3.2.3. Estadístico

El método estadístico permitió aplicar algunas herramientas como: recopilación, tabulación, representación y análisis de datos obtenidos, y a través del software Microsoft versión, calcular los estadísticos de posición como la media aritmética y moda y los estadísticos de dispersión como la varianza, desviación estándar y el coeficiente de variación.

3.2.4. Propositivo

Se aplicó el análisis de los resultados obtenidos, se elabora una simulación de propuesta que contribuya a determinar que la integración vertical de la ferretería Zou Ho permite maximizar el beneficio.

3.3 Tipo de Investigación

Para la presente indagación se utilizaron los siguientes métodos de investigación:

3.3.1 Descriptiva

Con este tipo de estudio se buscó describir o determinar situaciones o acontecimientos que se presenten en esta tesis tal, como los clientes, gustos del consumidor, el comportamiento de la competencia, conocer las preferencias en cuanto a marcas de los usuarios.

3.3.2 Exploratoria

Este tipo de investigación permitió identificar de manera simple y sencilla el problema de estudio el cual es componer mercados, y dan apertura a ideas de lo que se plantea aplicar. Se realizará con el contacto y la familiarización con los que integran la empresa.

Es extremadamente útil como paso inicial en el proceso de exploración para la fundamentación del proyecto de tesis.

3.3.3 Observación

Este sondeo permitió evaluar el lugar de los hechos, la realización de la entrevista con el propietario de la Ferretería Zou Ho, para que luego obtenida la

información, se procederá a realizar la encuesta a los clientes que acuden al establecimiento.

3.4 Fuentes

3.4.1. Primarias

La recolección de los datos primarios se utilizó mediante la realización de encuestas y entrevistas realizadas al propietario de la Ferretería Zou Ho, para lo cual se va ha elaborado el respectivo cuestionario y se procederá a encuestar a las personas seleccionadas según la muestra obtenida.

3.4.2 Secundarias

La obtención de esta información se recurrió mediante consultas a libros de finanzas, economía y organización industrial. Módulos de estudio de la carrera, internet y otros materiales bibliográficos relacionados con el tema de estudio.

3.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

3.5.1 Encuestas

Se tomaron encuestas a los clientes y a los propietarios de talleres mecánicos de reparación de motos, para conocer las características del mercado. Esto se lo realizó en la empresa Ferretería "Zou Ho", para lo cual se elaboró el correspondiente cuestionario.

3.5.2 Entrevista

Se entrevistó al Sr: Shaoliang Zou Ho, Gerente Propietario de Ferretería Zou Ho donde se le realizó preguntas abiertas acerca de la integración vertical para incrementar sus utilidades en el negocio.

3.6 Población y Muestra

3.6.1. Población

La población objeto de estudio son:

- a) Talleres de reparación y mantenimiento de moto 3.
- b) Negocios que expenden repuestos de motos en las líneas que involucra el presente estudio tiene un total de 4.
- c) Clientes que poseen vehículos (motos) y son usuarios de talleres, 500.

3.6.2. Muestra

Para este estudio se seleccionó una muestra con los clientes de los vehículos. La población total de motos según la CTE (Comisión de Tránsito del Ecuador) son 40,000 motos al año 2013, pero de acuerdo a la revisión de datos de reparaciones de motos en los talleres consultados, son 500 vehículos que realizan mantenimiento en estos tres talleres. Por esta razón nuestra población de estudio será de 500.

$$N = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot Z^2}{(N-1) e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

N = 500 motos

n= Tamaño de la muestra

$\sigma^2 =$ Varianza $(0,5)^2$

Z = Nivel de confianza

e = Error máximo admitido

$$\begin{aligned}
 N &= 500 \\
 n &= \\
 z &= (90\%) \quad 1,65 \\
 e &= \quad 0,1 \\
 p &= \quad 0,6 \\
 q &= \quad 0,4 \\
 n &= \quad 326,7 = \quad 152 \\
 &\quad 2,1504
 \end{aligned}$$

El tamaño de la muestra dada una población de 500 motos es de 152 encuestas.

En el caso de los talleres mecánicos de reparación de motos, nuestra población es N=3, por lo tanto, procederemos a tomar toda la población estudio.

En el caso de los directivos de la empresa Ferretería Zou Ho, nuestra población es 1, esto es N=1, en consecuencia se tomará a toda la población, es decir, encuestar al: Gerente Propietario.

Cuadro.- 1 Muestra obtenida la población total

Detalle	Instructivo	Muestra
Taller de reparación	Encuesta	3
Negocios que expenden repuestos de motos	Encuesta	4
Clientes que poseen motos	Encuesta	500
Gerente propietario	Entrevista	1
	Total	508

Elaboración: La autora

3.7 Diseño de la Investigación

3.7.1 Procedimiento metodológico

Se realizó el siguiente procedimiento metodológico:

3.7.1.1. Encuesta

Después de elaborar el cuestionario se procedió a realizar la encuesta en la empresa Ferretería Zou Ho, para obtener variedad de respuestas sobre los repuestos que se utilizan con más frecuencia.

Luego se desarrolla la tabulación de los datos, para este efecto se utilizó el programa Microsoft Excel Versión 2010.

También se encuesta a los propietarios de cada uno de los tres talleres de reparación de motos del Cantón Balzar.

3.7.1.2 Entrevista

Se Visitó al dueño de la empresa, donde se le realizó la entrevista sobre integración vertical, y los beneficios que aportaría al negocio.

3.7.1.3 Investigación de la competencia

Se realizó visitas a varios locales de la competencia para determinar el surtido de los productos, los precios al consumidor final, además de sus estrategias de promoción que brindan a sus clientes.

3.7.1.4 Investigación de fuentes secundarias

Se consultó en revistas, libros, informes oficiales, e Internet toda la información que sirva para este trabajo investigativo.

CAPÍTULO IV
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

4.1 Resultados

En este capítulo muestra los resultados de acuerdo a los objetivos específicos; tales como la encuesta, entrevista, la factibilidad del trabajo tesis.

4.1.1. Análisis de la encuesta aplicada a los clientes.

4.1.1.1.- ¿Dónde repara su moto?

Cuadro 2. Preferencia del lugar de reparación por tipo de taller, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Taller Tomalá	37	24.34
Taller Daniel el Travieso	29	19.08
Taller Motor 1	46	30.26
Propietario de la Moto	40	26.32
Total	152	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

En el cuadro 2, Se observa que los propietarios de motos tienen preferencia en el taller Motor 1 30,26%, siguiéndole a esta preferencia, que el cliente repara su vehículo (Propietario de la moto), 26,32%, Taller Tomalá con un 24.34% y finalmente Taller Daniel el Travieso con un 19,08%. Es decir, los dos talleres de mayor preferencia son: Taller Motor 1 y Taller Tomalá, ambos tienen 56,58%.

Es decir, que el cliente, prefiere los talleres de reparación de motos para sus vehículos.

4.1.1.2.- Reparaciones de la moto en el año.

Cuadro 3. Número de Reparaciones de moto por año por cliente, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Reparaciones	Frecuencia	Porcentaje
6	16	10.53
8	23	15.13
10	32	21.05
12	81	53.29
Total	152	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Según el cuadro 3, el número de reparaciones con mayor frecuencia corresponde a 12 (años) y tiene una participación del 53,29%. Siguiéndole en importancia las reparaciones de 10 veces por año, le corresponde el 21,05%, por lo que podemos decir, los propietarios de motos hacen reparaciones y/o controles de sus vehículos al menos 1 vez al año.

4.1.1.3 Mantenimiento de la moto en el año

Cuadro 4. Número de Cambios de aceite en vehículo moto por año, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
6	29	19.08
8	22	14.47
12	101	66.45
Total	152	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Según el cuadro 4, el 66,45% de los propietarios de motos, realiza el cambio de aceite de preferencia es 1 vez por mes, depende del recorrido de la moto.

Cuadro 5. Número de Cambios de llantas por vehículo moto por año, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
2	79	51.97
3	45	29.61
4	28	18.42
Total	152	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

En el cuadro 5, se observa que el cambio de llantas se realiza con mayor frecuencia es 2 veces al año 51,97%, siguiéndole de 3 veces al año que le corresponde 29.61%.

Esto indica que los propietarios de acuerdo al recorrido de la motocicleta realizan el cambio de los neumáticos.

Cuadro 6. Número de Cambio de tubos por vehículo moto por año, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
4	22	14.47
6	39	25.66
8	12	7.90
10	23	15.13
12	56	36.84
Total	152	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Según el cuadro 6, el 36.84% de los propietarios de los vehículos realiza el cambio de tubos de preferencia 1 vez al mes, seguido de 25,66% que realiza cambio de 6 veces al año.

Lo anterior indica que el uso frecuente de tubos se refleja en el pronto cambio de los mismos. En la zona de Balzar, las motos se han convertido en fuente importante de desplazamiento para el trabajo.

Cuadro 7. Número de Cambio de Filtros por vehículo moto por año en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
6	30	19.74
8	21	13.81
12	101	66.45
Total	152	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Según el cuadro 7, se puede apreciar, que el cambio de filtros se realiza con mayor frecuencia 12 veces al año, con una participación 66,45%, siguiéndole de 6 veces al año 19.74%.

Es decir, los propietarios de vehículos cambian continuamente los filtros debido al polvo y gasolina de baja calidad.

Cuadro 8. Número de Cambio de bujías por vehículo moto por año, en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
4	115	75.66
6	37	24.34
Total	152	100.00

Fuente: Encuesta a demandantes

Elaboración: La autora

Según el cuadro 8, Muestra el 75,66% de los propietarios de motos, realiza el cambio de bujías de preferencia es 4 vez al año, seguido de 6 veces al año con 24,34%.

Esto indica, que los propietarios dan mantenimiento seguido de la moto.

4.1.1.4 Requerimientos de clientes sobre taller de reparación:

Cuadro 9 Requerimiento de clientes en talleres, Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Garantía del repuesto	130	85.53
Buena atención	95	62.50
Calidad de repuesto	73	48.03
Rapidez y eficiente	24	15.79
Mejor Precio en la mano de Obra	23	15.13
Mejor Precio en los Repuestos	30	19.74
Total	152	

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Según el cuadro 9, Los requerimientos de clientes en cuanto a reparaciones en talleres, destacan: Garantía del repuesto con el 85,53%, la buena atención con 62,50%, finalmente el 48,03% dan preferencia a la calidad de repuesto.

Los factores importantes para el cliente al momento de comprar sus repuestos son: garantía, buena atención y calidad del repuesto.

4.1.1.5 Taller y almacén de repuestos integrados.

Cuadro 10. Le gustaría que el Taller de reparación de motos vendan los repuestos a menor precio. Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Si	139	91.45
No	13	8.55
Total	152	100.00

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Según el cuadro 10, el 91,45% de los encuestados están de acuerdo que el taller mecánico de reparaciones de moto incorpore la venta de repuestos de moto. Mientras el 8,55% considera que no es importante para el cliente.

De acuerdo a lo anterior, se puede percibir la opinión favorable del cliente, y sobre todo reconoce las ventajas, en razón del: ahorro tiempo, costos de repuestos, etc.

4.1.1.6 Clientes y experiencia en compra de repuestos.

Cuadro 11. Experiencia de clientes en la compra de repuestos. Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Poca duración del repuesto	109	71.71
Precios de repuestos demasiados caros	75	49.34
No quieren devolver el valor del repuesto	52	34.21
Equivocación del repuesto	15	9.87
Mala atención	32	21.05
Venta de repuestos usados	12	7.89
Defectos de fabricación	19	12.50
Total	152	

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Según el cuadro 11, el 71,71% que tiene experiencia en la compra de repuestos, refieren como problema, la poca duración. El 49,34% refiere como destreza en la compra de repuestos a los precios demasiados altos. Finalmente, el 34,21% refiere como costumbre, que algunos negocios tienen como política la no devolución del dinero, en consecuencia, con la integración del Ferretería- taller mecánico de reparaciones de motos, este problema se reduciría al mínimo.

4.1.1.7 Taller de reparación y descontento de clientes

Cuadro 12 Inconvenientes de clientes con talleres de reparación de motos. Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Tardanza en la entrega de la moto	98	64.47
Precio alto	78	51.32
Mal trato	7	4.61
No tiene experiencia	43	28.29
Total	152	

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Según el cuadro 12, el 64,47% el inconveniente de los clientes es la tardanza de la entrega de la moto. El 51,32% considera el precio alto. Finalmente, el 28,29% señala que en determinados talleres, hay personal sin experiencia para efectuar reparaciones de motos. Es decir, los clientes se quejan que no entregan a tiempo la moto reparada y precios altos en la reparación de su vehículo. Este indicador refleja que nuestros clientes valoran mucho el tiempo, calidad y experiencia.

4.1.1.8 Requerimiento de clientes en talleres para reparación de vehículos

Cuadro13. Requerimiento de clientes al momento de solicitar la reparación de sus vehículos. Cantón Balzar, Provincia del Guayas, Julio 2014.

Detalle	Frecuencia	Porcentaje
Precio bajo	120	78.95
Repuesto de calidad	95	62.50
Entrega oportuna	63	41.45
Garantía del repuesto	69	45.39
Total	152	

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Según el cuadro 13, se puede apreciar que los clientes tienen como requerimientos en los talleres: el 78,95% precios bajos. El 62,50% el repuestos de calidad. El 45,39% refiere a la garantía sobre el repuesto. Es decir, que los clientes prefieren hacer reparar donde: cobran precios bajos, utilicen repuestos de calidad y con entrega oportuna.

4.1.1.9 Estudio de mercado

4.1.1.9.1 Proyección de la oferta

Cuadro 14.- OFERTA TOTAL RESUMEN DE LOS 3 TALLERES A, B, C.																
DETALLE	Tasas de crecimiento	2010			2011			2012			2013	2014	2015	2016	2017	2018
		CANTIDAD	PRECIO	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO	INGRESOS	cantidad	cantidad	cantidad	cantidad	cantidad	cantidad
Cambio de Faro	1,19	624	2,17	1351,58	780	2,25	1756,89	884	2,34	2070,59	743	884	1052	1251	1489	1772
Cambio de Velocímetros AX100	1,21	572	2,17	1241,24	728	2,26	1642,79	832	2,35	1952,39	669	783	916	1072	1254	1467
Cambio de Velocímetros GN125	1,46	364	6,33	2304,12	572	6,58	3765,23	780	6,85	5339,26	444	542	661	806	984	1200
Cambio de Llantas	1,19	624	1,16	723,84	780	1,21	940,90	884	1,25	1108,90	743	884	1052	1251	1489	1772
Cambio de tubos	1,19	624	1,16	723,84	780	1,21	940,90	884	1,25	1108,90	743	884	1052	1251	1489	1772
Cambio de Cables de embrague y acelerador	1,19	624	1,08	673,92	780	1,12	876,01	884	1,17	1032,43	743	884	1052	1251	1489	1772
Cambio de Zapatas	1,25	468	1,58	739,44	624	1,64	1025,26	728	1,71	1243,86	585	731	914	1143	1428	1785
Cambio de Catalina, Cadena y Piñon	1,19	624	6,33	3949,92	780	6,58	5134,40	884	6,85	6051,17	743	884	1052	1251	1489	1772
Cambio de Guías dirreccionales x 4	1,31	364	8,33	3032,12	520	8,66	4504,43	624	9,01	5620,99	444	542	661	806	984	1200
Cambio de Aceites	1,19	624	1,08	673,92	780	1,12	876,01	884	1,17	1032,43	743	884	1052	1251	1489	1772
Cambio de Bujias	1,21	572	1,08	617,76	728	1,12	817,61	832	1,17	971,70	692	837	1013	1226	1484	1795
Cambio de Disco de Embrague	1,27	416	6,33	2633,28	572	6,58	3765,23	676	6,85	4627,36	528	671	852	1082	1374	1745
Cambio de Bobinas de Campo	1,27	416	7,33	3049,28	572	7,62	4360,05	676	7,93	5358,38	528	629	748	890	1059	1261
Cambio de amortiguadores	1,27	416	4,33	1801,28	572	4,50	2575,58	676	4,68	3165,32	495	589	701	834	993	1181
Cambio de Retenedores de Barra	1,27	416	8,33	3465,28	572	8,66	4954,87	676	9,01	6089,40	528	671	852	1082	1374	1745
Cambio de Canastillas de la Barra	1,27	416	8,33	3465,28	572	8,66	4954,87	676	9,01	6089,40	528	671	852	1082	1374	1745
Cambio de Pata de freno	1,29	468	1,66	776,88	676	1,73	1166,93	780	1,80	1400,19	604	779	1005	1296	1672	2157
Cambio de pistones moto china	1,29	468	16,66	7796,88	676	17,32	11711,52	780	18,02	14052,47	604	779	1005	1296	1672	2157
Cambio de pistones ax100	1,48	260	13,33	3465,80	468	13,86	6487,35	572	14,41	8245,35	385	570	843	1247	1846	2732
Cambio del Cilindro	1,41	260	8,33	2165,80	416	8,66	3603,54	520	9,01	4684,16	367	517	729	1028	1449	2043
Cambio de bocin occilante	1,41	260	8,33	2165,80	416	8,66	3603,54	520	9,01	4684,16	367	517	729	1028	1449	2043
Reparación de la Instalación electrica de la moto	1,41	260	20,66	5371,60	416	21,48	8937,48	520	22,34	11617,61	367	517	729	1028	1449	2043

Fuente: Encuesta a Taller Mecánico

Elaboración: La autora

Cuadro 15.- Promedio de reparaciones al año					
Detalle	2014	2015	2016	2017	2018
Promedio de reparaciones	665	665	665	665	664

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Análisis.

La oferta total la obtenemos de la capacidad de reparación de los tres talleres de Balzar seleccionador, donde hemos aplicado la formula ver en anexo, el método de proyección por tasa de crecimiento, donde escoge datos de tres años correspondientes 2010-2011-2012 y a partir del 2013 se multiplica la cantidad de oferta del 2010 por tasa de crecimiento, para 2014 se elige el resultado del 2013 multiplicado por la tasa y así sucesivamente los siguientes años.

El promedio la oferta es de 665 reparaciones con sus correspondientes repuestos, donde aplicamos la función Fx opción promedio se sombrea todos los valores y aceptamos. El precio que se ha fijado es el de mercado, y la tasa de incremento de los precios, se ha considerado la tasa de inflación promedio del periodo 2010-2014. Esto es, el 3,99% anual. Ver fórmula en anexo 26.

Lo anterior significa que dada la capacidad instalada de cada taller de reparación la oferta se encuentra limitada a la disponibilidad de equipos, que en nuestro caso, no se han realizado innovaciones en los talleres estudiados.

Esto es favorable para cualquier negocio que desee instalarse en este sector, por ello el ensayo de la integración vertical resultaría de entrada con ventajas sobre el resto de empresas ya instaladas.

4.1.1.9.2 Proyección de la demanda de reparaciones y/o servicios para vehículos –motos en el Cantón Balzar, Provincia del Guayas 2010-2018.

cuadro 16.- PROYECCION DE LA DEMANDA DE REPARACIONES Y/O SERVICIOS PARA VEHICULOS - MOTOS, EN EL CANTON BALZAR, PROVINCIA DEL GUAYAS 2015-2018																											
	2010			2011			2012			2013			2014			2015			2016			2017			2018		
	vehiculos (motos matriculadas año 2013)	Reparaciones anuales (standard)	Demanda 2010	vehiculos	Reparaciones anuales	Demanda 2011	vehiculos	Reparaciones anuales	Demanda 2012	vehiculos	Reparaciones anuales	Demanda 2013	vehiculos	Reparaciones anuales	Demanda 2014	vehiculos	Reparaciones anuales	Demanda 2015	vehiculos	Reparaciones anuales	Demanda 2016	vehiculos	Reparaciones anuales	Demanda 2017	vehiculos	Reparaciones anuales	Demanda 2018
Cambio de Faro	40000	4	160000	40070	4	160280	40140	4	160560	40210	4	160840	40280	4	161120	40350	4	161400	40420	4	161680	40490	4	161960	40560	4	162240
Cambio de Velocímetros AX100	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de Velocímetros GN125	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de Llantas	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de tubos	40000	5	200000	40070	5	200350	40140	5	200700	40210	5	201050	40280	5	201400	40350	5	201750	40420	5	202100	40490	5	202450	40560	5	202800
Cambio de Cables de embrague y acelerador	40000	5	200000	40070	5	200350	40140	5	200700	40210	5	201050	40280	5	201400	40350	5	201750	40420	5	202100	40490	5	202450	40560	5	202800
Cambio de Zapatas	40000	5	200000	40070	5	200350	40140	5	200700	40210	5	201050	40280	5	201400	40350	5	201750	40420	5	202100	40490	5	202450	40560	5	202800
Cambio de Catalina, Cadena y Piñon	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de Guías direccionales x 4	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de Aceites	40000	6	240000	40070	6	240420	40140	6	240840	40210	6	241260	40280	6	241680	40350	6	242100	40420	6	242520	40490	6	242940	40560	6	243360
Cambio de Bujías	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de Disco de Embrague	40000	2	80000	40070	2	80140	40140	2	80280	40210	2	80420	40280	2	80560	40350	2	80700	40420	2	80840	40490	2	80980	40560	2	81120
Cambio de Bobinas de Campo	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de amortiguadores	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de Retenedores de Barra	40000	2	80000	40070	2	80140	40140	2	80280	40210	2	80420	40280	2	80560	40350	2	80700	40420	2	80840	40490	2	80980	40560	2	81120
Cambio de Canastillas de la Barra	40000	2	80000	40070	2	80140	40140	2	80280	40210	2	80420	40280	2	80560	40350	2	80700	40420	2	80840	40490	2	80980	40560	2	81120
Cambio de Pata de freno	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de pistones moto china	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de pistones ax100	40000	4	160000	40070	4	160280	40140	4	160560	40210	4	160840	40280	4	161120	40350	4	161400	40420	4	161680	40490	4	161960	40560	4	162240
Cambio del Cilindro	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680
Cambio de bocin occilante	40000	2	80000	40070	2	80140	40140	2	80280	40210	2	80420	40280	2	80560	40350	2	80700	40420	2	80840	40490	2	80980	40560	2	81120
Reparación de la Instalación eléctrica de la m	40000	3	120000	40070	3	120210	40140	3	120420	40210	3	120630	40280	3	120840	40350	3	121050	40420	3	121260	40490	3	121470	40560	3	121680

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Cuadro 17.- DEMANDA INSATISFECHA DE REPARACIONES Y/O SERVICIOS PARA VEHICULOS-MOTOS, CANTON BALZAR, PROVINCIA DEL GUAYAS 2015-2018									
REQUERIMIENTOS / TIPO DE REPARACIONES	DI 2010	DI 2011	DI 2012	DI 2013	DI 2014	DI 2015	DI 2016	DI 2017	DI 2018
Cambio de Faro	159376	159500	159676	160097	160236	160348	160429	160471	160468
Cambio de Velocímetros AX100	119428	119482	119588	119961	120057	120134	120188	120216	120213
Cambio de Velocímetros GN125	119636	119638	119640	120186	120298	120389	120454	120486	120480
Cambio de Llantas	119376	119430	119536	119887	119956	119998	120009	119981	119908
Cambio de tubos	199376	199570	199816	200307	200516	200698	200849	200961	201028
Cambio de Cables de embrague y acelerador	199376	199570	199816	200307	200516	200698	200849	200961	201028
Cambio de Zapatas	199532	199726	199972	200465	200669	200836	200957	201022	201015
Cambio de Catalina, Cadena y Piñon	119376	119430	119536	119887	119956	119998	120009	119981	119908
Cambio de Guías direccionales x 4	119636	119690	119796	120186	120298	120389	120454	120486	120480
Cambio de Aceites	239376	239640	239956	240517	240796	241048	241269	241451	241588
Cambio de Bujias	119428	119482	119588	119938	120003	120037	120034	119986	119885
Cambio de Disco de Embrague	79584	79568	79604	79892	79889	79848	79758	79606	79375
Cambio de Bobinas de Campo	119584	119638	119744	120102	120211	120302	120370	120411	120419
Cambio de amortiguadores	119584	119638	119744	120135	120251	120349	120426	120477	120499
Cambio de Retenedores de Barra	79584	79568	79604	79892	79889	79848	79758	79606	79375
Cambio de Canastillas de la Barra	79584	79568	79604	79892	79889	79848	79758	79606	79375
Cambio de Pata de freno	119532	119534	119640	120026	120061	120045	119964	119798	119523
Cambio de pistones moto china	119532	119534	119640	120026	120061	120045	119964	119798	119523
Cambio de pistones ax100	159740	159812	159988	160455	160550	160557	160433	160114	159508
Cambio del Cilindro	119740	119794	119900	120263	120323	120321	120232	120021	119637
Cambio de bocin occilante	79740	79724	79760	80053	80043	79971	79812	79531	79077
Reparación de la Instalación eléctrica de la moto	119740	119794	119900	120263	120323	120321	120232	120021	119637

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Análisis

Como se señaló en la sección metodología, en la CTE se encuentran registradas 40,000 motos para el año 2013, con un incremento anual de 70 motos, esto representa el 1,75% anual de incremento de la demanda. En el cuadro 16, Datos de la tesis de grado: Por la autora: Pavlova Lizet Holguín Mora 2010. Escuela superior Politécnica del litoral, Facultad de Economía y negocios. Proyecto de inversión para la creación de una empresa ensambladora de motos para la comercialización a nivel nacional y exportación de Perú. Ver en anexo 27.

Para nuestro estudio se tomó el 0,5% de la cantidad de motos que existen en Balzar, esto es la Demanda Insatisfecha, diferencia entre la demanda total de mercado y la oferta o capacidad de reparación que tienen los tres talleres en Balzar.

Para considerar el 0,5% de la demanda insatisfecha para nuestro estudio, se tuvo en consideración la capacidad de instalación del taller de la ferretería Zou Ho. Considerando que el proyecto está direccionado a ejecutarse como pequeña empresa.

4.1.1.9.3 Análisis de la cobertura de la oferta

Cuadro 18.- Análisis de la Cobertura de la oferta	
Mínimo =	0,35%
Máximo =	2,58%

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Análisis.- El valor mínimo es de 0,35%, el valor máximo es de \$2,58%. Los 3 talleres en el Cantón Balzar solo cubren el 2,58% de la demanda, dado que existen cerca de 40,000 motos matriculadas en el cantón.

4.1.2 Resultados de entrevista al Dueño del Comercial

PREGUNTA	REPUESTA	ANÁLISIS
1.- ¿Cómo analiza usted el comportamiento del mercado de repuestos y reparaciones en el Cantón Balzar?	Es muy bueno, es rentable. Pero hay bastante competencia.	Nuestro entrevistado considera, por su experiencia, que este mercado es rentable y al existir competencia, nuestras estrategias de introducción pueden ser direccionadas a empresas integradas para abaratar costos, tiempo y mejora en el servicio.
2.- ¿Qué repuestos de motos considera usted tienen mayor cantidad de ventas físicas mensuales?	Son aquellos directamente relacionados con el uso frecuente del vehículo. Justamente en el daño frecuente esta nuestra estrategia de servicio. Por ejemplo, el cambio de tubos, aceite, etc. Son	Esto quiere decir, que el negocio de reparación y almacén de repuestos, deben considerar un stock de mercancías para abastecimiento continuo.

<p>3.- ¿Estaría dispuesto a implementar la integración vertical Ferretera-Taller para su empresa?</p>	<p>servicios que sustentan cualquier negocio.</p> <p>Es interesante la propuesta de hacerlo. Porque la mayoría de los negocios en esta ciudad, solo consideran una parte de este proceso. Bien son talleres o bien son almacenes de repuestos. Perdiendo la oportunidad de brindar un mejor servicio.</p>	<p>La repuesta del dueño del negocio, motiva la realización del presente estudio. Toda vez que la experiencia le ha demostrado que puede ser rentable y brindar un mejor servicio este tipo de negocio.</p>
<p>4.- ¿Cómo ve el futuro de esta empresa Ferretera?</p>	<p>Es bueno pero se podría mejorar, ahora si se aplica integración vertical como me lo dieron a conocer pienso que obtendré un buen posicionamiento en el mercado.</p>	<p>Una vez integrado el establecimiento incrementaran sus ventas año a año un mínimo porcentaje, lo cual es beneficio para la empresa.</p>
<p>5.- ¿Qué me puede decir sobre la atención al cliente?</p>	<p>Pienso que es buena aunque también se podría mejorar, ya que mediante esta atención nuestros clientes se lleven una buena imagen de esta ferretería y vuelven y se difunde a los demás posibles clientes</p>	<p>La empresa debe capacitar al personal sobre servicio al cliente para destacar la atención de la empresa a sus clientes y obtener prestigio.</p>
<p>6.- ¿Cuáles son las ventajas más importantes de su empresa.</p>	<p>Las más importante es que tenemos local propio, estamos en pleno centro del Cantón pienso que es un buen lugar ya que fluye mucho el comercio.</p>	<p>Una de los puntos más importante de este establecimiento es el lugar donde se encuentra la ferretería.</p>
<p>7.- ¿Cómo califica a la Competencia si es que implementa el negocio integrado?</p>	<p>Existen Tres Comercial Aylin, Comercial Divino Niño, Comercial Miley. Que venden repuestos de motos.</p>	<p>Dentro de las competencia la Ferretería Zou Ho es la única que Venden repuestos de con materiales de ferretería mientras las otras solo materiales de ferreteros.</p>

8.- ¿la empresa tiene algo que ofrecer que no conozca los competidores?	Los productos que ofrecemos son de marcas exclusivas.	Esto significa que el negocio tiene excelentes vínculos comerciales con proveedores de primera clase, de esta manera el surtido permanente no es obstáculos para la implementación del proyecto.
9.- Número Actual de empleados	Por el momento no tenemos es empresa familiar.	La empresa no cuenta con empleados como a medida que incremente sus ventas, contratará personal.
10.- Edad laboral promedio de la empresa	25 años laborando.	La empresa cuenta con años de trayectoria de experiencia y tiene un mercado acogido por la comunidad Balzareña.

Fuente: Entrevista al propietario de Ferretería Zou Ho

Elaboración: La autora

4.1.3 Diagnóstico

4.1.3.1 Descripción de la empresa.

4.1.3.1.1. Historia

Ferretería Zou Ho fue fundada por el señor SHAOLIANG ZOU HO en Balzar en el año 1986, ubicada inicialmente en las calles Daule y Vinces ofreciendo sus servicios al público por cuatro años, su nombre se debe a los apellidos del propietario y era atendida por tres empleados y dirigida por su dueño.

Luego en el año 1990, adquirió local propio en las calles Daule y Colimes siendo este su actual ubicación. Al pasar el tiempo la familia creció y ahora es atendida por los hijos del dueño. Después de más de 26 años de experiencia, Zou Ho cuenta con un reconocido prestigio dentro del sector.

Todo esto, unido a la ilusión por nuestro trabajo, nos hace cumplir el propósito de personalizar y satisfacer las necesidades de cada cliente.

4.1.3.1.2 Diagnóstico situacional de ferretería “zou ho”

El diagnóstico realizado en la Ferretería Zou Ho, es un producto y servicio de análisis de los resultados alcanzados en la entrevista realizada al propietario; detectándose entre las siguientes falencias:

1. Poca la motivación
2. Hace falta capacitación del personal
3. La falta de integración vertical
4. Falta de capital
5. Falta de asesoramiento.

La empresa Ferretería Zou Ho tiene aproximadamente 25 años laborando en nuestro cantón.

Ofreciendo una variedad de productos ferreteros y repuestos de moto de excelente calidad y ferretería en General.

Siendo una de las ferreterías más reconocidas del lugar por su larga trayectoria y por las buenas relaciones con proveedores y clientes.

4.1.3.1.2.1 Foda

Cuadro 19.- Foda		
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
AMBIENTE INTERNO	Contamos con: 1. Variedad y calidad de Materiales 2. Excelente Ubicación 3. Infraestructura adecuada. 4. Atención personalizada del propietario. 5. Precios competitivos 6. Buenas relaciones tanto con clientes interno como externo. 7.- Gran número de distribuidores.	1. Falta de capital 2. Capacitación al personal de ventas sobre los productos. 3.- Falta de un plan de administración. 4. No existe planes de compras y ventas 5. No existe un sistema informático. 6. duplicidad de funciones. 7.- temor a asumir riesgos en la toma de decisiones.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
AMBIENTE EXTERNO	<ol style="list-style-type: none"> 1. Créditos inmediatos por parte de las instituciones financieras. 2. Respaldo y garantía sobre las marcas posicionadas. 3. Variedad en proveedores y materiales 4. Ventas directas con los clientes 5. Difusión del establecimiento a través de medios de comunicación. 6. Nuevas tendencias de consumo. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. el surtimiento de La competencia 2. Impuntualidad en los proveedores, en el despacho de la mercadería. 3. la Distribución de productos limitados. 4. la Falta de liquidez. 5. Inestabilidad Política 6. Inflación. 7.- Impuesto Aranceles

Fuente: Encuesta

Elaboración: La autora

Análisis

Las fortalezas de la empresa tenemos; Excelente Ubicación. Variedad de Materiales, Precios Competitivos, Gran número de Distribuidores debemos aplicar en este estudio para diferenciar de la competencia. Las debilidades tenemos a continuación.- falta de capital, falta de planes de administración, no hay planes de compra y venta, falta de capacitación etc. Capacitando al personal la empresa no tendría debilidades que afrontar. Los oportunidades de la empresa deben ser aprovechadas para incrementar las ventas del negocio, gracias a préstamos a instituciones bancarias, difusión a través de medios de comunicación, una de las amenazas que tiene el surtimiento de la competencia, la inflación, los impuestos arancelarios, falta de liquidez etc.

4.1.4 Sistema de integración vertical

La integración vertical

Busca para la Empresa Ferretera Zou Ho integrar procesos o etapas en la distribución del producto para luego, llegar al consumidor final en conjunto con un taller mecánico de reparaciones de moto donde el cliente antes de comprar primero debe ingresar, al taller para evaluar el dueño y así proceder a la cancelación del producto y entrega de la misma para el cambio del repuesto

dañado. Dando un buen servicio, marcas exclusivas, buen personal, gozando de prestigio antes los clientes. Para la empresa la implementación de este estudio buscara acogida en el mercado de este Cantón y es beneficio para incrementos sus ventas. Esto genera para los clientes reducción de costos en los productos comprados, ahorro de tiempo en calidad y garantía.

4.1.5 Estudio de Factibilidad

4.1.5.1. Estudio técnico

4.1.5.1.1 Localización

La presente investigación se realizó en la empresa Ferretería Zou Ho que está ubicada en el cantón Balzar, en las calles Daule y Colimes.

“El cantón Balzar está situado en la parte noreste de la provincia del Guayas. Limita al norte con el cantón El Empalme; al sur con el cantón Colimes; al este con la Provincia de Los Ríos; y al oeste con la Provincia de Manabí”.

“Se encuentra ubicado al margen derecho del río Daule, en la cima de un barranco de 33 metros de altura sobre el río. Su cabecera cantonal es San Jacinto de Balzar. Su territorio tiene una extensión de 2.518 km²”.

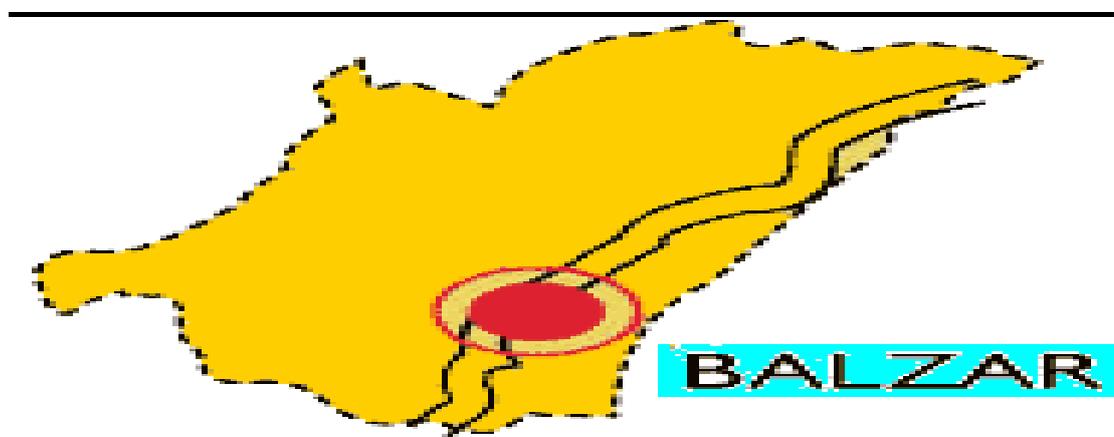


Figura 1.- Localización de Balzar

“A 105 km de Guayaquil se encuentra su cabecera cantonal llamada San Jacinto de Balzar. El cantón está rodeado de ríos que bañan su fértil territorio está asentado a 48 m.s.n.m... Su temperatura promedio es de 26°C y una precipitación anual entre 1500 a 3000 mm”.

“Tiene 53.937 habitantes y se encuentran distribuidos el 53% en la zona urbana y 47% en la zona rural”.

Este Cantón es agrícola y comercial. Pero en los últimos años se ha incrementado el sector Transporte, especialmente el de Motos.

4.1.5.1.2 Sitio de investigación:

La empresa donde se realizó el estudio es Ferretería Zou Ho, cuya dirección es Daule y Colimes, esquina. El giro del negocio es la compra y venta de repuestos de motos y ferretería en general. El área de influencia y/o mercado es el Cantón Balzar.

4.1.5.1.3. Ingeniería del proyecto

4.1.5.1.3.1. Distribución espacial de Ferretería – Taller mecánico de reparación de motos.

La ferretería Zou Ho está ubicado en el Cantón Balzar en las calles Daule y Colimes. La distribución espacial del plano de la ferretería y taller de reparación de moto es de 17,90 de largo y 11,80 de ancho. El Flujograma de proyecto está basado en el proceso de compra del repuesto por el cliente y reparación en el taller. Es decir, se clasificará en función del servicio que se ofrecerá en el mercado detallando las actividades que se van a realizar para la implantación del mismo. El sistema de atención para los clientes al momento de comprar.

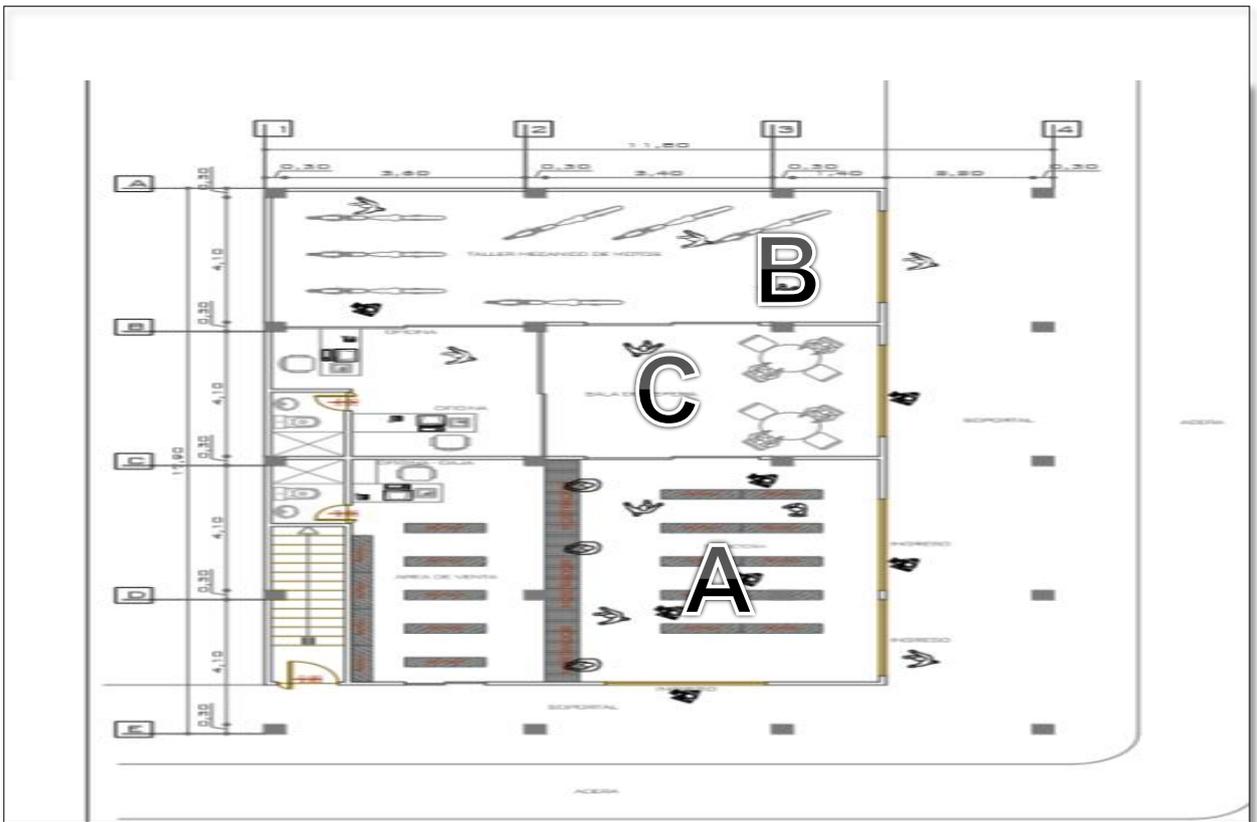


Figura 2.- Distribución espacial de Ferretería– Taller mecánico de reparación de motos.

La ubicación espacial Ferretería– Taller mecánico de reparación de motos integrado, está dada según el proceso de atención.

En el espacio A, se ubica la ferretería, que es donde se efectuará el despacho de repuestos para el taller, vía cliente.

En el espacio B, se ubica el taller de reparación de motos, que es donde, el técnico efectúa la evaluación, reparación y prueba del vehículo.

En el espacio C, el cliente puede observar todo el proceso de reparación, servirá como mecanismo para garantizar que el trabajo sea transparente.

4.1.5.1.3.2 Flujo de proceso: Reparación de vehículos mediante negocio integrado

- 1) Cliente ingresa a taller.
- 2) Técnico de reparación recibe indicaciones del dueño del daño del vehículo.
- 3) Técnico de reparación evalúa el daño del vehículo;
- 4) El técnico de reparación genera la orden de compra de repuestos para la solución del problema.
- 5) El cliente cancela en caja el valor de la orden de compra.
- 6) Los repuestos son retirados del almacén por el dueño de la moto.
- 7) El cliente entrega los repuestos al técnico de reparación del taller.
- 8) Técnico de reparación del taller efectúa reparación.
- 9) Técnico prueba vehículo en presencia de cliente.
- 10) Cliente prueba el vehículo en presencia de técnico de reparación del taller.
- 11) Técnico entrega vehículo reparado e incluye repuestos usados (dañados).

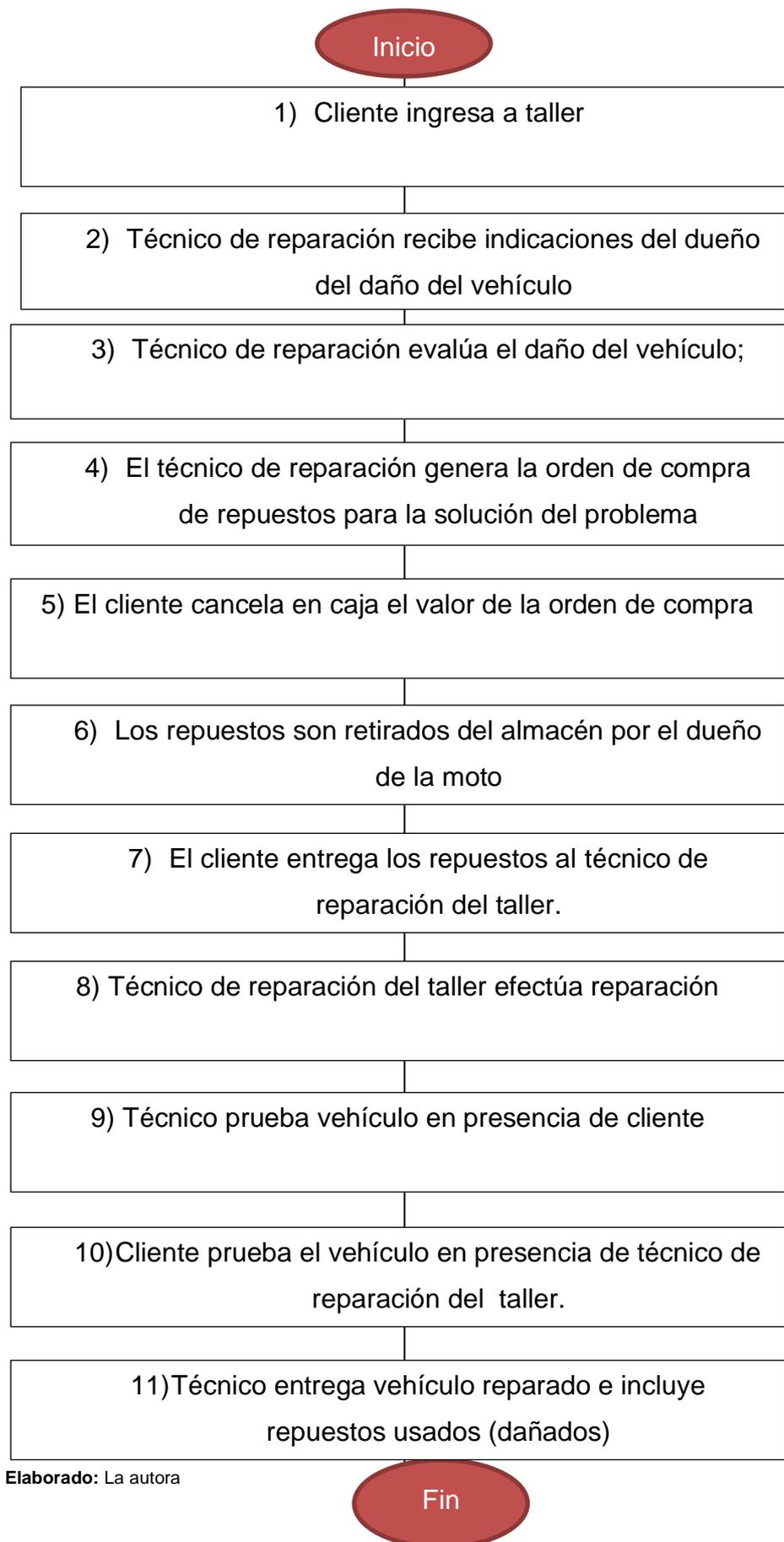


Figura 3. Flujograma de proceso reparación y entrega de la moto reparada.

4.1.5.1.3.3 Aseguramiento de calidad del sistema integrado.

Si bien es cierto, el proceso de garantizar la calidad, comienza desde la calidad de repuesto que el taller – almacén provee a sus clientes, sin embargo, es conocido que en determinados momentos, las fábricas productoras de repuestos podrían involuntariamente distribuirlos con bajos estándares de calidad.

En el peor de los casos, los clientes no los devuelven a la Ferretería que les vendió y asumen el costo de un nuevo repuesto. Es decir, no regresan al taller que cometió el error.

En otro caso, los clientes son muy exigentes, es decir, el repuesto con fallas, es devuelto oportunamente a la Ferretería que los vendió.

Finalmente, el proceso de reparación puede no ser realizado eficientemente. Es decir, la falla no era local sino sistémico, ejemplo: Un daño en el sistema de frenos, consistía en cambiar las pastillas y tambores, pero al cabo de dos días, se descubre que el daño, además, era en todo el sistema, que incluye, cable, varilla y pedal de freno.

Algunos de los casos desarrollados en líneas anteriores, pueden combinarse o extenderse. Lo cierto, es que el proceso integrado debe contener políticas que permitan solucionar todo los casos problema que se presenten con el servicio.

Uno de los objetivos que busca la integración vertical es precisamente hacer notar que hay una diferencia entre el taller de reparación de motos y la Ferretería independiente, en comparación con la competencia es la calidad de repuesto vendido y servicio de expertos ofrecido a los clientes.

4.1.5.2 Estudio administrativo

4.1.5.2.1 Misión

Servir y satisfacer a través de una extensa línea de artículos ferreteros y repuestos de motos de la mejor calidad a precios competitivos, con atención de personal amable y profesional que satisfagan las necesidades de los clientes.

4.1.5.2.2 Visión

Ferretería Zou Ho, se proyecta como una empresa integradora a nivel nacional en venta de productos ferreteros y repuestos de motocicletas de excelente calidad, brindando el servicio de expertos para la satisfacción de nuestros clientes, además manteniendo los índices de crecimiento del negocio.

4.1.5.2.3 Valores institucionales

Compromiso

Siempre comprometidos con nuestras obligaciones en armonía de la empresa.

Servicio

Nuestra actitud de servicio es una de las ventajas más importantes, es un valor diferenciador de la competencia en beneficio de nuestros clientes.

Respeto

Estamos dispuestos a interactuar respetuosamente con nuestros clientes, empleados y competidores a través del diálogo y tolerancia.

Responsabilidad

Siempre responsables con las labores impartidas.

Lealtad

Siempre somos fieles a nuestros valores, normas y principios de la organización.

Honestidad

Siempre somos honrados en todos los ámbitos.

Trabajo en equipo

Es la obtención de los resultados positivos a través del aporte de los empleados de la empresa.

Calidez

Es el reflejo por los que nos gusta hacer hacia los demás.

4.1.5.2.4 Organigrama de la ferretería integrada con el Taller de reparación

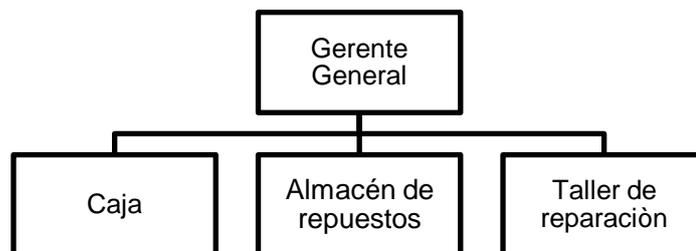


Figura 4, se muestra el organigrama estructural de la empresa.

Gerente General.- encargado de dirigir al personal y autorizar todas las operaciones dentro de la empresa.

Funciones:

Iniciar operaciones
Supervisar las compras.
Iniciar registro de caja
Revisar agendas de cobros y pagos
Atención a proveedores.
Control de la empresa
Disponer el pago del personal
Dotar de implementos y materiales

Caja.- encargada de cobros a los clientes.

Funciones:

Control de remisiones de facturas
Atención al cliente del mostrador si es necesario.
Iniciar registro de caja
Organizar agendas.
Contactar proveedores.
Revisar cobros de clientes y pagos a proveedores.
Atención telefónica en general.
Control de remisión de facturas al contado y crédito.

Almacén de repuestos.- encargado de ventas en general.

Funciones:

Emisión de facturas y remisiones.
Recibe y organiza la mercadería de nuevo ingreso.
Mantenimiento del lugar de trabajo.
Ventas de productos por mostrador y teléfono.
Ofrece amplia gama de productos.

Taller de reparación.- encargado en las reparaciones de las motos

Funciones

Emite compras de repuestos

Emite orden de trabajo

Mantenimiento del lugar de trabajo

4.1.5.3. Análisis de financiero del proyecto

Cuadro 20, Presupuesto- flujo neto del proyecto integración vertical-ferreteria y taller zou ho, período 2014-2018.

PRESUPUESTO - FLUJO NETO DEL PROYECTO INTEGRACION VERTICAL - FERRETERIA Y TALLER - ZOU-HO, PERIODO 2014 - 2018 EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS						
DETALLE	Periodo Base	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS						
Venta de repuestos		169075,92	175897,40	182927,02	190145,81	197522,96
Mano de obra (REPARACIONES)		94229,40	98002,23	101871,90	105817,73	109807,40
Ingreso económico (tiempo reparación)		942,08	1044,30	1129,30	1221,21	1320,61
TOTAL DE INGRESOS		264247,40	274943,92	###	297184,75	308650,97
EGRESOS						
Sueldo del técnico (2 técnicos)		9997,92	11237,60	11685,98	12152,26	12637,12
Costo de los repuestos		104132,75	108334,69	112664,98	117111,99	121656,80
Luz, agua, teléfono		360,00	374,36	389,30	404,83	420,99
Materiales (gasolina, pintura, lijas, diluyente, guaipe, franela, agua botella, etc.		1272,00	1322,75	1375,53	1430,41	1487,49
TOTAL DE EGRESOS		115762,67	121269,40	126115,79	131099,50	136202,39
BENEFICIO BRUTO		148484,73	153674,52	159812,43	166085,25	172448,57
Participación de Utilidades (15%)		22272,71	23051,18	23971,86	24912,79	25867,29
BENEFICIO DESPUES IMP TO RENTA		126212,02	130623,34	135840,56	141172,46	146581,29
Impuesto a la renta 25%		31553,01	32655,84	33960,14	35293,12	36645,32
INVERSION INICIAL	-1539,49					
BENEFICIO DESPUES DE IMPUESTO A LA RENTA		94659,02	97967,51	101880,42	105879,35	109935,97
FLUJO NETO DEL PROYECTO:	-1539,49	94659,02	97967,51	101880,42	105879,35	109935,97
FLUJO NETO ACTUALIZADO:		85278,39	79512,63	74494,09	69746,01	65241,64
Periodo de recuperación de capital	-1539,49	73738,90				
VAN (Valor Actual Neto)	\$	362.733,27				
Tasa de interés (Costo de Oportunidad)		1%				
TIR (Tasa Interna de retorno)		824%				
Recuperación Capital	8 meses 27 días	1	2	3	4	5
		2014	2015	2016	2017	2018
Relación Beneficio Costo		0,82	0,81	0,81	0,81	0,81

Cuadro 21, Presupuesto- flujo neto del proyecto, taller con un técnico, período 2014-2018.

PRESUPUESTO - FLUJO NETO DEL PROYECTO TALLER - TOMALÁ, PERIODO 2014 - 2018 EXPRESADOS EN DÓLARES AMERICANOS						
DETALLE	Periodo Base	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS		2014	2015	2016	2017	2018
Venta de repuestos de la competencia		169075,92	175897,40	182927,02	190145,81	197522,96
Mano de Obra		94229,40	98002,23	101871,90	105817,73	109807,40
TOTAL INGRESOS		263305,32	273899,62	284798,92	295963,54	307330,36
EGRESOS						
Sueldo del técnico (1 técnicos)		10800,00	11230,92	11679,03	12145,03	12629,61
Costo de los repuestos		104132,75	108334,69	112664,98	117111,99	121656,80
Luz, agua, telefono		360,00	374,36	389,30	404,83	420,99
Materiales (gasolina, pintura, lijas, diluyente, guaípe, franela, agua botella, etc.		1272,00	1322,75	1375,53	1430,41	1487,49
TOTAL DE EGRESOS		116564,75	121262,72	126108,85	131092,26	136194,89
BENEFICIO BRUTO		146740,57	152636,90	158690,08	164871,27	171135,47
Participacion de Utilidades (15%)		22011,09	22895,54	23803,51	24730,69	25670,32
BENEFICIO DESPUES UTILIDADES		124729,48	129741,37	134886,56	140140,58	145465,15
Impuesto a la renta 25%		31182,37	32435,34	33721,64	35035,15	36366,29
INVERSION INICIAL	-13200					
BENEFICIO DESPUES DE IMPUESTO A LA RENTA		93547,11	97306,03	101164,92	105105,44	109098,86
FLUJO NETO DEL PROYECTO:	-13200	93547,11	97306,03	101164,92	105105,44	109098,86
FLUJO NETO ACTUALIZADO:		84276,68	78975,75	73970,92	69236,21	64744,86
Periodo de recuperación de capital	-13200	71076,68				
VAN (Valor Actual Neto)	\$ 358.004,42					
Tasa de interés (Costo de Oportunidad)	11%					
TIR (Tasa Interna de retorno)	713%					
Recuperacion Capital	9 meses					
		1	2	3	4	5
		2014	2015	2016	2017	2018
Relación Beneficio Costo		0,80	0,80	0,80	0,80	0,80

Cuadro 22, Presupuesto- flujo neto del proyecto, taller con dos técnicos, período 2014-2018.

PRESUPUESTO - FLUJO NETO DEL PROYECTO TALLER - TOMALÁ, PERIODO 2014 - 2018 EXPRESADO EN DÓLARES AMERICANOS						
DETALLE	Periodo Base	2014	2015	2016	2017	2018
INGRESOS		2014	2015	2016	2017	2018
Venta de repuestos de la competencia		169075,92	175897,40	182927,02	190145,81	197522,96
Mano de Obra		94229,40	98002,23	101871,90	105817,73	109807,40
TOTAL INGRESOS		263305,32	273899,62	284798,92	295963,54	307330,36
EGRESOS						
Sueldo del técnico (2 técnicos)		21600,00	22461,84	23358,07	24290,05	25259,23
Costo de los repuestos		104132,75	108334,69	112664,98	117111,99	121656,80
Luz, agua, telefono		360,00	374,36	389,30	404,83	420,99
Materiales (gasolina, pintura, lijas, diluyente, guaipe, franela, agua botella, etc.		1272,00	1322,75	1375,53	1430,41	1487,49
TOTAL DE EGRESOS		127364,75	132493,64	137787,88	143237,29	148824,50
BENEFICIO BRUTO		135940,57	141405,98	147011,04	152726,24	158505,86
Participacion de Utilidades (15%)		20391,09	21210,90	22051,66	22908,94	23775,88
BENEFICIO DESPUES UTILIDADES		115549,48	120195,08	124959,39	129817,31	134729,98
Impuesto a la renta 25%		28887,37	30048,77	31239,85	32454,33	33682,49
INVERSION INICIAL	-13200					
BENEFICIO DESPUES DE IMPUESTO A LA RENTA		86662,11	90146,31	93719,54	97362,98	101047,48
FLUJO NETO DEL PROYECTO:	-13200	86662,11	90146,31	93719,54	97362,98	101047,48
FLUJO NETO ACTUALIZADO:		78073,97	73164,77	68526,92	64136,01	59966,76
Periodo de recuperación de capital	-13200	64873,97	138038,74			
VAN (Valor Actual Neto)	\$ 330.668,44					
Tasa de interés (Costo de Oportunidad)	11%					
TIR (Tasa Interna de retorno)	661%					
Recuperacion Capital	1 año 3 meses					
		1	2	3	4	5
		2014	2015	2016	2017	2018
Relación Beneficio Costo		0,68	0,68	0,68	0,68	0,68

4.1.5.4. Análisis de factibilidad

4.1.5.4.1 Primer caso

Ferretería – Taller Zou Ho: caso integrado:

VAN \$ 362.733,27

Tasa de interés (costo de oportunidad) 11%

Tir (tasa de retorno) 824%

Recuperación de capital 8 meses 27 días

Relación beneficio costo 0,82

Cuadro 23.- Relación beneficio costo caso integrado				
Años				
1	2	3	4	5
2014	2015	2016	2017	2018
0,82	0,81	0,81	0,81	0,81

Análisis.-

En este primer caso, que consiste en la integración del taller con el almacén (ferretería) tiene un VAN de \$ 362.733,27, esto significa que se tiene un beneficio adicional después de cubrir la inversión inicial de \$ 11.539, 49, por lo tanto es factible financieramente, con una tasa de oportunidad del 11%.

La tasa de endeudamiento que soporta el presente caso es de 824%, conocida como TIR. Esto quiere decir, que en el caso que el costo del capital (interés) suba de precio, el presente proyecto tiene capacidad de pagar hasta 824%.

Igualmente, la recuperación de la inversión en términos de periodos de tiempo, se realiza en 8 meses y 27 días.

La relación Beneficio/Costo es de 0,82. Esto quiere decir que el beneficio representa 82 centavos por cada dólar. El resto 18 centavos es el costo.

Comprobación de la hipótesis:

Dado los resultados obtenidos en el presente estudio y bajo la hipótesis de que la integración vertical permitirá obtener una mayor rentabilidad, podemos señalar que los tres casos presentados, los casos referentes con la combinación vertical taller mecánico de reparación de motos – ferretería son:

Cuadro 24.- Comprobación de hipótesis.			
Indicador	CASO 1: Integración vertical	CASO 2: Taller no integrado con 1 técnico	CASO 3: Taller no integrado con 2 técnicos
VAN	\$ 362.733,27	\$ 358.004,42	\$ 330.668,44
TIR	824%	713%	661%
Periodo recuperación de capital	8 meses, 27 días	9 meses	1 año 3 meses
Relación beneficio / costo	0,82	0,80	0,68
Tasa de Oportunidad	11%	11%	11%

El caso 1 tiene un VAN \$ 362.733,27 de en comparación con el caso 2, inferior en \$ 4,728, 85, y \$ 32.064,83 para el caso 3, esto nos indica que el VAN de aceptación sería para el caso 1.

Pero comparativamente con el TIR del caso 1, con los casos 2 y 3, el TIR del caso 1, es mejor en términos de capacidad de endeudamiento.

En cuanto al periodo de recuperación de capital; el caso 1, en comparación con el caso 2 y 3, es menor en 3 días (8 meses, 27 días). Igual sigue siendo el menor tiempo de recuperación de la inversión.

Finalmente, en la relación beneficio/costo la opción 1 comparativamente con la 2 y 3, representa 82 centavos de beneficio, frente a 80 y 68 centavos.

Lo anterior nos permite comprobar la hipótesis de que la integración vertical permite obtener mayor rentabilidad, bajo el criterio de aseguramiento de la calidad que se ha expuesto en el presente estudio.

4.1.5.4.2 Segundo caso; taller no integrado

Utilización de 1 técnico

VAN \$ 358.004,42

Tasa de interés (costo de oportunidad) 11%

Tir (tasa de retorno) 713%

Recuperación de capital 9 meses

Relación beneficio costo 0,80

Cuadro 25.- Relación beneficio costos caso taller con 1 técnico				
Años				
1	2	3	4	5
2014	2015	2016	2017	2018
0,80	0,80	0,80	0,80	0,80

Análisis.-

En este segundo caso, que consiste en la integración del taller con el almacén (ferretería) tiene un VAN de \$ 358.004,42, esto significa que se tiene un

beneficio adicional después de cubrir la inversión inicial de \$ 13.200, oo, por lo tanto es factible financieramente, con una tasa de oportunidad del 11%.

La tasa de endeudamiento que soporta el presente caso es de 713%, conocida como TIR. Esto quiere decir, que en el caso que el costo del capital (interés) suba de precio, el presente proyecto tiene capacidad de pagar hasta 713%.

Igualmente, la recuperación de la inversión en términos de periodos de tiempo, se realiza en 9 meses.

La relación Beneficio/Costo es de 0,80. Esto quiere decir que el beneficio representa 80 centavos por cada dólar. El resto 20 centavos es el costo.

4.1.5.4.3 Tercer caso; taller no integrado

Utilización de 2 técnicos

VAN \$ 330.668,44

Tasa de interés (costo de oportunidad) 11%

Tir (tasa de retorno) 661%

Recuperación de capital 1 año 3 meses

Relación beneficio costo 0,68

Cuadro 26.- Relación beneficio costos caso taller con 2 técnico				
Años				
1	2	3	4	5
2014	2015	2016	2017	2018
0,68	0,68	0,68	0,68	0,68

Análisis.-

En este tercer caso, que consiste en la integración del taller con el almacén (ferretería) tiene un VAN de \$ 330.668,44, esto significa que se tiene un beneficio adicional después de cubrir la inversión inicial de \$ 13.200,00, por lo tanto es factible financieramente, con una tasa de oportunidad del 11%.

La tasa de endeudamiento que soporta el presente caso es de 661%, conocida como TIR. Esto quiere decir, que en el caso que el costo del capital (interés) suba de precio, el presente proyecto tiene capacidad de pagar hasta 661%.

Igualmente, la recuperación de la inversión en términos de periodos de tiempo, se realiza en 1 año, 3 meses.

La relación Beneficio/Costo es de 0,68. Esto quiere decir que el beneficio representa 68 centavos por cada dólar. El resto 32 centavos es el costo.

4.1.5.5 Análisis de Costos de Transacción

CUADRO 27 . Comparación de costos entre: Empresa Integrada, Taller no integrado con 1 y 2 técnicos						
AÑOS		1	2	3	4	5
Con dos técnicos						
TOTAL DE EGRESOS		127364,75	132493,64	137787,88	143237,29	148824,50
Costo Oportunidad	11%	114743,0	107534,8	100749,3	94354,8	88320,1
Costo actualizado:		505.702,08				
Promedio reparaciones:		665	665	665	665	664
Costo promedio		173	162	152	142	133
Costos con taller integrado						
TOTAL DE EGRESOS		115762,67	121269,40	126115,79	131099,50	136202,39
Costo Oportunidad	11%	104290,7	98425,0	92214,8	86359,3	80829,5
Costo actualizado		462.119,23				
Promedio reparaciones:		665	665	665	665	664
Costo promedio		157	148	139	130	122
Con un técnico						
TOTAL DE EGRESOS		116564,75	121262,72	126108,85	131092,26	136194,89
Costo Oportunidad	11%	105013,3	98419,5	92209,7	86354,5	80825,0
Costo actualizado		462.822,11				
Promedio reparaciones:		665	665	665	665	664
Costo promedio		158	148	139	130	122

Análisis:

El costo actualizado del caso 1 es menor comparativamente con los casos 2 y 3. El costo de inversión e implementación de taller es \$ 462.119,23. En los otros casos son: \$ 462.822,11 y \$ 505.702,08.

Esto quiere decir, que el supuesto de menor costo para integrarse cumple en nuestro caso 1.

4.2 Discusión

La presente investigación, está relacionada con el criterio de varios autores, entre ellos **KOTLER (2009)** misma manifiesta: “La integración vertical supone costos menores y un mayor control del flujo de valor agregado. Además, las empresas verticalmente pueden manipular sus precios y costos en las diferentes fases de la cadena de valor para obtener utilidades allí donde los impuestos son menores”.

“Integración en la distribución consiste en la cooperación y coordinación de las funciones realizadas por los distintos miembros del canal de distribución. Estos deciden colaborar (asociarse) y establecer vínculos entre ellos, con el fin de realizar conjuntamente algunas de las funciones. La finalidad de la integración es alcanzar ventajas a través de la agrupación (economías a escala, ya sean de tecnológicas, de organización, de comunicación), coordinación y sincronización de las actividades comerciales necesarias para llevar a cabo la distribución de los productos”. Se relaciona con **RUIZ & PARREÑO (2013)** por cuanto se tomaron conceptos para elaboración de diagnóstico, sistemas de integración, estudio de factibilidad, que se llevaron a cabo en Ferretería Zou Ho, Cantón Balzar, provincia del Guayas dando resultado positivo para nuestro estudio de integrar.

La integración vertical en la Ferretería Zou Ho, permite obtener una mayor rentabilidad, en relación a la calidad, tiempo y garantía. Debido a que sus costos de transacción se reducen. la hipótesis se cumple, lo estipula

TARZIJAN& PAREDES (2012) “La empresa es una institución que surge para evitar los costos de usar el mercado a través de un cierto número de transacciones, son canalizados al interior de una institución en relación”.

“La integración vertical será más atractiva a medida que sean menores las economías de escala en los procesos de producción relevantes de la empresa, ya que a medida que sean mayores estas economías más conveniente será canalizar la producción de un bien o servicio en entidades especializadas fuera de la empresa que, por el tamaño de producción, puede tomar ventajas de estas economías, disminuyendo costos de transacción” en concordancia **GIL, S. & CAMACHO J (2010)** “el objetivo de la integración vertical es la maximización de beneficios, y en este contexto es la única que contempla en casos de procesos complementarios, o donde sea evidente una disminución de costes”.

**CAPÍTULO V.
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

5.1 Conclusiones

El presente trabajo realizado, permite concluir:

- 1) La implementación del taller mecánico de reparación de motos – ferretería es factible de su implementación desde el punto de vista de costos y financiero.
- 2) En el diagnóstico de la empresa se encontró como falencia tales como poca motivación, carencia de capacitación y asesoramiento sobre la integración vertical de parte del propietario del Comercial.
- 3) El sistema de integración vertical incorpora procesos para reducir costos de transacción, tiempo y garantía para los clientes que necesitan de este servicio.
- 4) De acuerdo al estudio Financiero resulta positivo la Integración vertical de Ferretería- Taller por lo que tiene un VAN de \$362,733.27, con un TIR de 824%, también en relación en Beneficio Costo de \$ 0,82 lo que nos indica que tiene aceptación en comparación con los Talleres.
- 5) En el análisis de los Costos de Transacción el costo de inversión e implementación de Ferretería-Taller integrado es \$ 462.119,23. En los otros casos son: \$ 462.822,11 y \$ 505.702,08.
Esto quiere decir, que el supuesto de menor costo para integrarse cumple en nuestro estudio.

5.2 Recomendaciones

- 1) Implementar el proyecto de Integración vertical porque es más rentable con una buena organización en el uso de tiempo.
- 2) Incentivar y motivar al propietario de la Ferretería que la integración vertical resulta favorable para la misma, para obtener incrementos en sus ventas.
- 3) Actualizar al personal involucrado con las nuevas aplicaciones tecnológicas para que la incorporación funcione con éxito.
- 4) Avanzar en el estudio de este tipo de proyectos porque permite que las empresas integren, y crezcan de manera organizada, sobre todo sean eficientes brindando un mejor servicio al consumidor.
- 5) Para la integración se requiere de un valor menor costo a integrar para la empresa, debe estar en constante evolución para beneficio de la misma.

**CAPÍTULO VI.
BIBLIOGRAFÍA**

6.1 Bibliografía

ANZOLA Rojas Servùlo 2010. Administración de Pequeñas Empresas, Tercera Edición, McGraw-Willy/Interamericana Editores S.A. Impreso en México Pp. 56, 72, 157, 158,219.

GOMEZ, Alamilla Mónica, 2009. Proyecto de inversión para la instalación de un Gimnasio en el Municipio de Tultiltán, Estado México (Tesis de grado- Facultad de Economía UNAM). Recuperado en: <http://www.economía.unam.mx/secss/docs/tesisfe/GomezAM/> Pp.53, 94.

GIL, S Feixa & CAMACHO. C Joseph, 2010. La Integración vertical: Costes, beneficios y toma de decisiones, Universidad de Barcelona, disponible en: <http://www.revistadyo.com/index.php/dyo/article/viewFile/176/176>, fecha de acceso: 16-Marzo-2014. Pp. 574,576.

IRAHETA, Hernández Juan Carlos, Rafael Alberto Quintanilla Paniagua, Alejandra Maribel Ruiz Juarez (2009). Diseño de una guía estratégica de merchandising que permita incrementar las ventas en Ferreterías ubicadas en el Municipio de Zacatecoluca, Departamento de la Paz, (Licenciatura en Mercadotecnia y Publicidad), Universidad de Francisco Gavidia Salvador. Recuperado en: <http://www.wisis.ufg.edu.sv/www.wisis/documentos/TE/683-l651d/>. Pp2.

JUSTIN G, Longenecken, J, William Petty, Leslie C, Palich, Frank Hoy, 2012. Administración de Pequeñas empresas, Editores Cengage Learning Impreso en México. Pp 94.

KOTLER Philip & Keller Kevin Lane (2009), Dirección del Marketing, Duodécima Edición, Pearson Prentice Hall Impreso México Pp 346.

PRIETO Herrera Jorge Eliecer 2010 Gerencia del Servicio, La clave para ganar todos, Segunda Edición, Ecoe Ediciones Impreso en Colombia-Bogotá Pp. 24,67.

PRIETO Herrera Jorge Eliecer 2012 Gestión Estratégica Organizacional, Cuarta Edición, Ecoe Ediciones Impreso en Colombia Pp. 27.

RIVAS Paz, Miriam Patricia, (2009). Plan estratégico de Marketing para los talleres Mecánicos” Tractor Rivas” en la Ciudad de Cuenca (Tesis de grado- Universidad Politécnica Salesiana Sede Cuenca), disponible en: <http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/83/6/Tesis.pdf>, Fecha de acceso: 19 de Diciembre -2014 Pp 3,52.

RIVERA Camino Jaime & Mencia de Garcillàn Lòpez-Rua 2012 Dirección de Marketing. Fundamentos y Aplicaciones, 3era Edición, Editorial Esic, impreso en Madrid. Pp 64,65,66,67,68,70,71,120,235,236,275,276,277.

TARZI JAN Jorge & Paredes Ricardo 2012 Organización Industrial para la estrategia empresarial, 3era Edición, Editorial Pearson Educación, impreso en Chile Pp 29, 35. ISBN: 9789563432381

YUMBLA, Mantilla María Rosa 2011. EUTOPIA -2 Revista de desarrollo económico territorial No 2. Primera Edición. Pp 115 -117 – 118.

CAPÍTULO VII
ANEXOS

Anexo 1. Formato de Encuestas a los clientes



ENCUESTA
UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
INVESTIGACION DE CAMPO DIRIGIDOS A LOS CLIENTES



C.01 ¿Dónde repara su moto?

- C.01.1 TALLER TOMALÁ
- C.01.2 TALLER DANIEL EL TRAVIESO
- C.01.3 TALLER MOTOR 1
- C.01.4 PROPIETARIO DE LA MOTO

C.02 ¿Cuántas reparaciones hace al año?

C.02.1 _____

C.03 ¿Cuántas veces da mantenimiento a su moto al año?

- C.03.1 CAMBIO DE ACEITE _____ C.03.2 LLANTAS _____
- C.03.3 TUBOS _____ C.03.4 FILTROS _____ C.03.5 BUJIAS _____

C.04 Qué prioridad le gustaría que le brinde el Taller?

- C.04.1 GARANTÍA
- C.04.2 BUENA ATENCIÓN
- C.04.3 CALIDAD DE REPUESTO
- C.04.4 RÁPIDEZ Y EFICIENTE
- C.04.5 MEJOR PRECIO EN LA MANO DE OBRA
- C.04.6 MEJOR PRECIO EN LOS REPUESTOS

C.05 Le gustaría que en un taller de reparación de motos vendan los repuestos a menor precio.

- C.05.1 SI C.05.2 NO

PORQUE _____

C.06 ¿Qué mala experiencia ha tenido en la compra de repuesto?

- C.06.1 POCA DURACIÓN DEL REPUESTO
- C.06.2 PRECIOS DE REPUESTOS DEMASIADOS CAROS
- C.06.3 NO QUIEREN DEVOLVER
- C.06.4 EQUIVOCACION DEL REPUESTO
- C.06.5 MALA ATENCIÓN

C.07 ¿Qué mala experiencia ha tenido con el taller de reparación?

- C.07.1 TARDANZA EN LA ENTREGA DE LA MOTO
- C.07.2 PRECIO ALTO
- C.07.3 MAL TRATO
- C.07.4 MAL SERVICIO

C.08 Si a usted le ofrecen un taller de repuestos, que le gustaría q le brinden?

- C.08.1 PRECIO BAJO
- C.08.2 REPUESTO DE CALIDAD
- C.08.3 ENTREGA OPORTUNA
- C.08.4 GARANTIA DEL REPUESTO
- C.08.5 OTROS _____

Anexo 2. Formato de Encuesta al Taller Mecánico.



**UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO
UNIDAD DE ESTUDIOS A DISTANCIA
INVESTIGACION DE CAMPO DIRIGIDOS A TALLER MECANICO**



1) ¿Qué reparaciones más comunes realiza?

- 1.-
- 2.-
- 3.-
- 4.-
- 5.-
- 6.-
- 7.-
- 8.-
- 9.-
- 10.-
- 11.-
- 12.-
- 13.-
- 14.-
- 15.-
- 16.-
- 17.-
- 18.-
- 19.-
- 20.-

2) ¿Qué precio más comunes aproximado cobra por la reparación al día?

- 0-20
- 20- 30
- 30- 40
- 40- 50
- 50- 70
- Mayor a 70

3) ¿Dónde mandan a comprar los repuestos?

- Ferretería Zou Ho
- Comercial Miley
- Comercial Aylin
- Comercial Divino Niño

4) ¿Qué es lo que considera conveniente ofrecer el taller a sus clientes (que beneficios debe ofrecer el taller a sus clientes).

- PRECIO BAJO
- REPUESTO DE CALIDAD
- ENTREGA OPORTUNA
- GARANTIA DEL REPUESTO
- OTROS _____

5) ¿Qué mala experiencia a tenido con los repuestos?

- POCA DURACIÓN DEL REPUESTO
- PRECIOS DE REPUESTOS DEMASIADOS CAROS
- NO QUIEREN DEVOLVER
- EQUIVOCACION DEL REPUESTO
- MALA ATENCIÓN

6) ¿Qué mala experiencia ha tenido con los clientes en las reparaciones realizadas por ustedes (su taller).

Anexo 3. Presupuesto de mano de obra del taller- ferretería Integrado

PRESUPUESTO DE OBRA

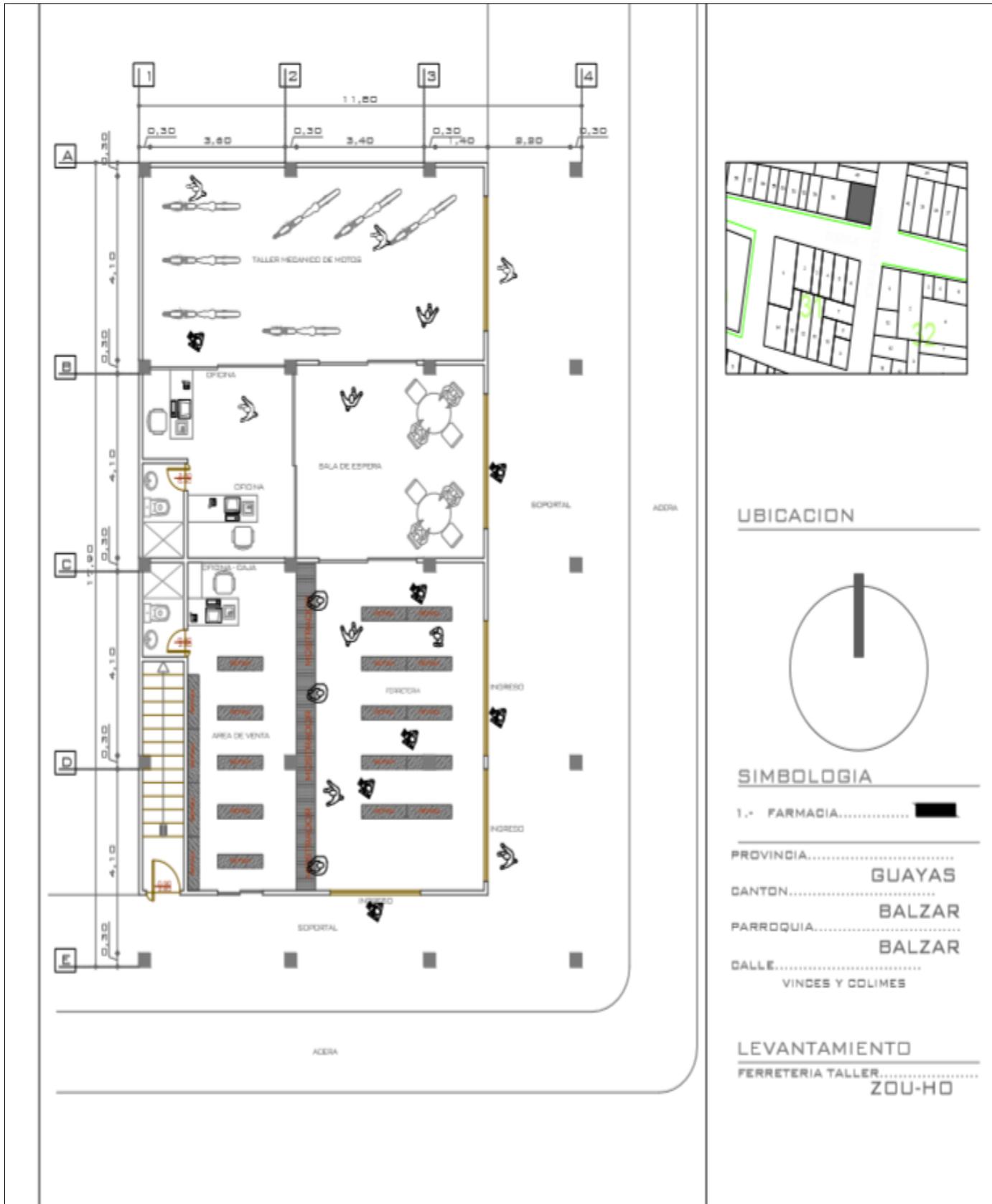
PROYECTO FERRETERIA TALLER MECANICO ZOU-HO

Ubicación: Provincia: Guayas - Cantón: Balzar - CALLE DAULE Y COLIMES

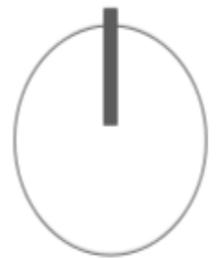
El siguiente presupuesto del proyecto denominado FERRETERIA TALLER MECANICO ZOU-HO está basado sobre la unificación de la ferretería y un taller mecánico de motos en planta baja, en la que se detalla los siguientes rubros a construir: , **ALBAÑILERIA, PISO Y REVESTIMIENTO DE BAÑO, INSTALACIONES AAPP, AASS, Y ELECTRICAS, PINTURA, EMPASTE, TUMBADO.**

ítem	Descripción	Unidad	Cantidad	Precio Unitario	Total
3	Albañilería				
3,1	Paredes de bloque	m2	75,00	12,00	900,00
3,2	Enlucido de paredes	m2	150,00	7,00	1050,00
4	Piso y Revestimiento Baños				
4,1	Piso Planta PB	m2	180,00	15,00	2700,00
4,6	Piso de Baño	m2	5,00	15,00	75,00
4,7	Revestimiento de Baños	m2	30,00	20,00	600,00
5	Instalaciones AA.SS.				
5,3	Puntos de AA.SS. de 4"	U	2,00	60,45	120,90
5,5	Puntos de AA.SS. de 2"	U	2,00	50,50	101,00
7	Instalaciones AA.PP.				
7,5	Puntos de AA.PP. 3/4"	U	5,00	4,50	22,50
7,6	Puntos de AA.PP. 1/2"	U	5,00	4,50	22,50
7,7	Tubería de AA.PP. 3/4"	ml	15,74	7,85	123,56
7,8	Tubería de AA.PP. 1/2"	ml	30,50	5,91	180,26
7,9	Inodoro	U	2,00	150,00	300,00
7,10	Lavamanos de Baños	U	2,00	60,00	120,00
7,11	Duchas	U	1,00	230,00	230,00
7,12	Accesorios de baño instalaciones	U	2,00	84,74	169,48
8	Instalaciones Eléctricas				
8,4	Puntos de Luz	U	27,00	35,00	945,00
8,5	Tomacorrientes de 220v	U	15,00	35,00	525,00
8,7	Puntos de Teléfono	U	2,00	45,00	90,00
8,8	Puntos de Intercomunicador	U	1,00	57,00	57,00
9	Puertas y Ventanas				
9,16	Ventana de Vidrio Planta Baja	m2	12,00	87,00	1044,00
10	Pintura Empaste Tumbado				
10,1	Empaste de paredes	m2	150,00	1,50	225,00
10,2	Empaste de Tumbado	m2	150,00	1,50	225,00
10,4	pintura látex	m2	150,00	1,00	150,00
	Total del Presupuesto de la obra				\$ 9976,19

Anexo 4. Plano de la propuesta taller integrado



UBICACION



SIMBOLOGIA

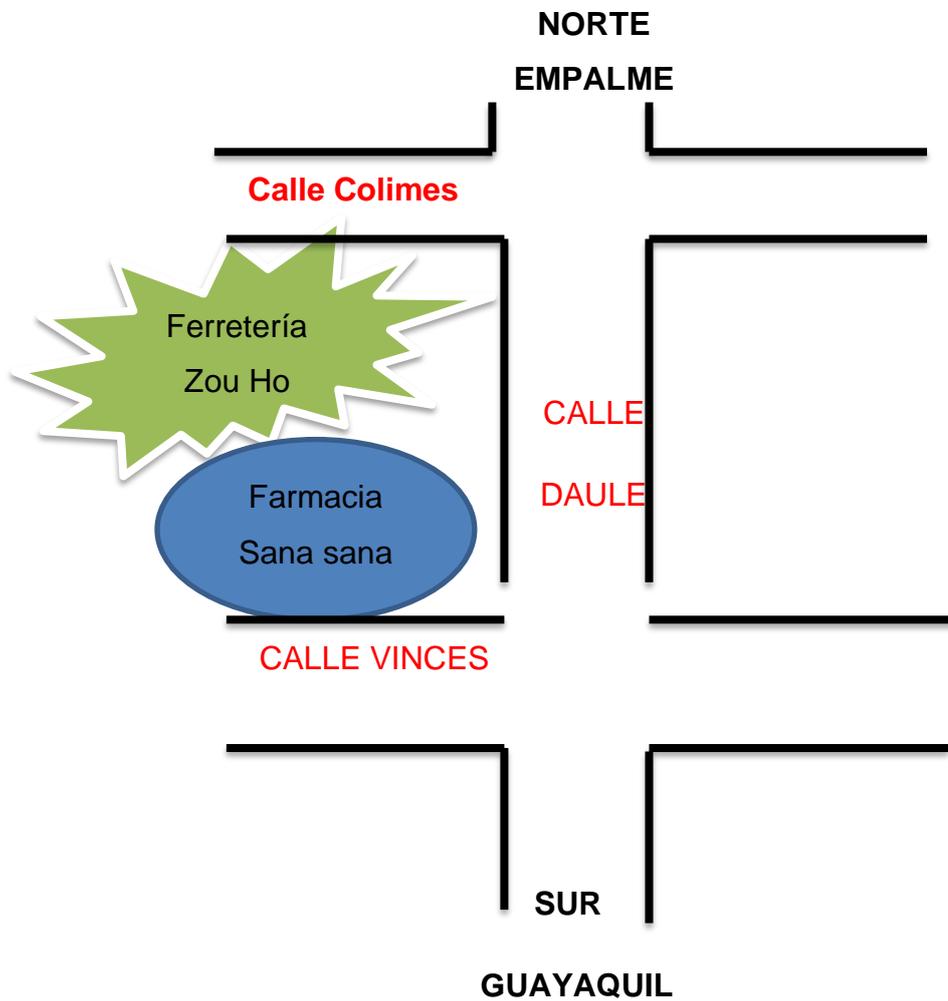
- 1.- FARMACIA.....
- PROVINCIA..... GUAYAS
- CANTON..... BALZAR
- PARROQUIA..... BALZAR
- DALLE..... VINCES Y COLIMES

LEVANTAMIENTO
FERRETERIA TALLER.....
ZOU-HO

Anexo 5. Modelo de la ferretería



Anexo 6. Plano de la ubicación de la zona de estudio.



Anexo 7. Listado de talleres

Listado de talleres a encuestar)

DESCRIPCION	TALLER N.-1 El travieso	TALLER N.- 2 Don Tomalá	TALLER N.3 Motor 1
Dirección	Olmedo y Av. Guayaquil	Olmedo y Rómulo Rendón	Olmedo entre Rómulo Rendón y Daule
Propietario	Erwin Montoya	Tomalá	Daniel Tomalá

Anexo 8. Fotos de taller a encuestar



ANEXO 9.- FOTOS DE CLIENTES ENCUESTADOS.



ANEXO 11- ORDEN DE TRABAJO DEL TALLER.

ORDEN DE TRABAJO	
Número de la orden	Lugar, Fecha:
Cliente:	
Servicio o requerimiento:	
Modelo de la Moto:	
Entrada	Salida
Descripción:	
Observaciones:	
Total a pagar:	
Forma de Pago:	Efectivo
AUTORIZA	TALLER
_____ NOMBRE, FIRMA	_____ FIRMA RESPONSABLE

ANEXO 12.- PRESUPUESTO DE LA INTEGRACIÓN VERTICAL FERRETERIA- TALLER

INTEGRACIÓN VERTICAL		
COSTOS PARA IMPLEMENTAR EL TALLER		
#	MATERIALES	VALORES
1	COMPRESOR	543,75
2	JGO DE LLAVES- DADOS RACHES STANLEY	115,30
3	TALADRO	214,00
4	DESTORNILLADOR ESTRELLA	1,40
5	DESTORNILLADOR PLANO	1,30
6	PRENSA	8,40
7	MARTILLO	11,75
8	CARGADOR DE BATERIA	75,50
9	PINZA	10,65
10	ALICATE	12,75
11	ESMERIL	40,00
12	GATA	25,00
13	COMBO	20,00
14	CORTA CADENA	8,00
15	JUEGO DE LLAVES MIXTAS	25,00
16	LLAVE FRANCESA	10,00
17	LLAVE DE TUBO	8,00
18	PULIDORA	40,00
19	DESARMADOR DE IMPACTO	78,00
20	EXTRACTOR DE MAGNETO CADENILLA	8,00
TOTAL DE MATERIALES DEL TALLER		1256,80

INTEGRACIÓN VERTICAL				
COSTOS DE EQUIPOS				
#	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	VALOR	TOTAL
1	1	ESCRITORIO	100,00	100,00
2	2	RESMAS DE HOJAS	8,00	16,00
3	1	GRAMPADORA	2,50	2,50
4	1	SACA GRAMPA	2,00	2,00
5	1	SELLO	10,00	10,00
6	4	PLUMAS	2,00	8,00
7	1	FRASCO DE TINTA	2,00	2,00
8	1	NOTITAS BLOCK	1,00	1,00
9	1	DISPENSADOR DE AGUA	80,00	80,00
10	1	BOTELLON DE AGUA	10,00	10,00
11	100	VASOS	0,01	1,00
12	1	SILLA DE ESCRITORIO	50,00	50,00
13	4	SILLAS	6,00	24,00
TOTAL				306,50

TOTAL DE MATERIALES DEL TALLER	1256,80
TOTAL DE PRESUPUESTO DE MANO DE OBRA	9976,19
TOTAL DE EQUIPOS	306,50
TOTALES	11539,49

**ANEXO 13.- LISTADO DE REPARACIONES DE FERRETERIA- TALLER
ZOU HO INTEGRADO.**

LISTADO DE REPARACIONES DE FERRETERIA "ZOU HO"			
#	REPACIONES MÁS COMUNES	Precio. M de Obra	Minutos
1	Cambio de Faros	3,00	15
2	Cambio de Velocímetros AX100	3,00	20
3	Cambio de Velocímetros GN125	8,00	30
4	Cambio de Llantas	1,75	30
5	Cambio de Tubos	1,25	20
6	Cambio de Cables de embrague y acelerador	1,80	15
7	Cambio de Zapatas	2,00	30
8	Cambio de Catalina, Cadena y Piñón	7,00	40
9	Cambio de Guías direccionales x 4	7,00	30
10	Cambio de Aceites	1,20	15
11	Cambio de Bujías	1,00	10
12	Cambio de Disco de Embrague	8,00	30
13	Cambio de Bobinas de Campo	7,50	30
14	Cambio de amortiguadores	5,00	30
15	Cambio de Retenedores de Barra	10,00	30
16	Cambio de Canastillas de la Barra	10,00	30
17	Cambio de pata de freno	1,40	15
18	Cambio de pistones de moto china	20,00	120
19	Cambio de pistones AX100	15,00	90
20	Cambio del Cilindro	10,00	60
21	Cambio de bocin occilante	10,00	30
22	Reparación de la Instalación eléctrica de la moto	25,00	120

ANEXO 14.- INGRESOS POR REPUESTOS ANUAL DE MANO DE OBRA DE FERRETERIA ZOU HO INTEGRADO Y TALLER TOMALÁ CON 1 Y 2 TÉCNICOS

Ingreso anual DE MANO DE OBRA de Ferreteria Zou Ho INTEGRADO Y Taller Tomalá con 1 técnico y 2 técnico															
	2014			2015			2016			2017			2018		
DETALLE	CANTIDAD	PRECIO MANO DE OBRA	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO (3,99% Inflación anual)	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO (3,99% Inflación anual)	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO (3,99% Inflación anual)	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO (3,99% Inflación anual)	INGRESOS
Cambio de Faro	801	3,00	2403,55	802	3,12	2501,20	802	3,24	2602,29	802	3,37	2706,84	802	3,51	2814,79
Cambio de Velocímetros AX100	600	3,00	1800,85	601	3,12	1873,91	601	3,24	1949,56	601	3,37	2027,81	601	3,51	2108,67
Cambio de Velocímetros GN125	601	8,00	4811,93	602	8,32	5007,70	602	8,65	5210,30	602	9,00	5419,66	602	9,36	5635,60
Cambio de Llantas	600	1,75	1049,62	600	1,82	1091,88	600	1,89	1135,54	600	1,97	1180,58	600	2,05	1226,94
Cambio de tubos	1003	1,25	1253,23	1003	1,30	1304,41	1004	1,35	1357,48	1005	1,41	1412,43	1005	1,46	1469,27
Cambio de Cables de embrague y acelerado	1003	1,80	1804,65	1003	1,87	1878,36	1004	1,95	1954,77	1005	2,02	2033,90	1005	2,10	2115,75
Cambio de Zapatas	1003	2,00	2006,69	1004	2,08	2088,49	1005	2,16	2173,14	1005	2,25	2260,57	1005	2,34	2350,68
Cambio de Catalina, Cadena y Piñon	600	7,00	4198,47	600	7,28	4367,52	600	7,57	4542,17	600	7,87	4722,31	600	8,19	4907,75
Cambio de Guías direccionales x 4	601	7,00	4210,44	602	7,28	4381,74	602	7,57	4559,02	602	7,87	4742,20	602	8,19	4931,15
Cambio de Aceites	1204	1,20	1444,78	1205	1,25	1504,00	1206	1,30	1565,44	1207	1,35	1629,13	1208	1,40	1695,09
Cambio de Bujias	600	1,00	600,01	600	1,04	624,13	600	1,08	649,02	600	1,12	674,65	599	1,17	700,97
Cambio de Disco de Embrague	399	8,00	3195,56	399	8,32	3321,35	399	8,65	3449,98	398	9,00	3580,79	397	9,36	3712,85
Cambio de Bobinas de Campo	601	7,50	4507,92	602	7,80	4691,32	602	8,11	4881,26	602	8,43	5077,74	602	8,77	5280,72
Cambio de amortiguadores	601	5,00	3006,27	602	5,20	3128,77	602	5,41	3255,69	602	5,62	3387,04	602	5,85	3522,80
Cambio de Retenedores de Barra	399	10,00	3994,45	399	10,40	4151,69	399	10,81	4312,47	398	11,25	4475,98	397	11,69	4641,06
Cambio de Canastillas de la Barra	399	10,00	3994,45	399	10,40	4151,69	399	10,81	4312,47	398	11,25	4475,98	397	11,69	4641,06
Cambio de Pata de freno	600	1,40	840,43	600	1,46	873,85	600	1,51	908,10	599	1,57	943,02	598	1,64	978,40
Cambio de pistones moto china	600	20,00	12006,12	600	20,80	12483,52	600	21,63	12972,81	599	22,49	13471,78	598	23,39	13977,16
Cambio de pistones ax100	803	15,00	12041,29	803	15,60	12522,25	802	16,22	13011,79	801	16,87	13504,07	798	17,54	13989,72
Cambio del Cilindro	602	10,00	6016,15	602	10,40	6256,10	601	10,81	6500,91	600	11,25	6748,42	598	11,69	6995,22
Cambio de bocin occilante	400	10,00	4002,15	400	10,40	4158,10	399	10,81	4315,42	398	11,25	4471,79	395	11,69	4623,66
Reparación de la Instalación eléctrica de la r	602	25,00	15040,39	602	26,00	15640,25	601	27,03	16252,29	600	28,11	16871,04	598	29,24	17488,05
TOTAL DE INGRESOS POR AÑO			94229,40			98002,23			101871,90			105817,73			109807,40

ANEXO 15.- INGRESO POR REPUESTOS ANUAL DE FERRETERIA-TALLER ZOU HO INTEGRADO Y TALLER TOMALÁ CON 1 Y 2 TÉCNICOS.

INGRESOS POR REPUESTOS ANUAL DE FERRETERÍA ZOU HO INTEGRADO Y TALLER "TOMALÁ CON 1 TÉCNICO Y 2 TÉCNICO"																	
#	DESCRIPCION DEL PRODUCTO	2014			2015			2016			2017			2018			
		PRECIO DE VENTA DEL REPUESTO	TOTAL DE REPUESTOS	TOTAL	PRECIO DE VENTA DEL REPUESTO	TOTAL DE REPUESTOS	TOTAL	tasa inflación	3,99%	PRECIO DE VENTA DEL REPUESTO	TOTAL DE REPUESTOS	TOTAL	tasa inflación	3,99%	PRECIO DE VENTA DEL REPUESTO	TOTAL DE REPUESTOS	TOTAL
1	Cambio de Faros	9,00	801	7210,64	9,36	802	7503,59		9,73	802	7806,88	10,12	802	8120,52	10,52	802	8444,37
2	Cambio de Velocímetros AX100	13,50	600	8103,85	14,04	601	8432,59		14,60	601	8773,01	15,18	601	9125,16	15,79	601	9489,00
3	Cambio de Velocímetros GN125	21,00	601	12631,31	21,84	602	13145,22		22,71	602	13677,05	23,62	602	14226,61	24,56	602	14793,46
4	Cambio de Llantas	33,00	600	19792,80	34,32	600	20589,76		35,69	600	21413,11	37,11	600	22262,34	38,59	600	23136,54
5	Cambio de Tubos	6,80	1003	6817,56	7,07	1003	7096,02		7,35	1004	7384,67	7,65	1005	7683,61	7,95	1005	7992,85
6	Cambio de Cables de embrague y acelerador	2,50	1003	2506,45	2,60	1003	2608,83		2,70	1004	2714,95	2,81	1005	2824,86	2,92	1005	2938,55
7	Cambio de Zapatas	6,00	1003	6020,06	6,24	1004	6265,48		6,49	1005	6519,41	6,75	1005	6781,71	7,02	1005	7052,05
8	Cambio de Catalina, Cadena y Piñon	18,00	600	10796,07	18,72	600	11230,78		19,47	600	11679,88	20,24	600	12143,10	21,05	600	12619,93
9	Cambio de Guías direccionales x 4	12,00	601	7217,89	12,48	602	7511,55		12,98	602	7815,45	13,49	602	8129,49	14,03	602	8453,41
10	Cambio de Aceites	6,00	1204	7223,89	6,24	1205	7519,99		6,49	1206	7827,18	6,75	1207	8145,63	7,02	1208	8475,45
11	Cambio de Bujías	2,50	600	1500,03	2,60	600	1560,33		2,70	600	1622,55	2,81	600	1686,62	2,92	599	1752,43
12	Cambio de Disco de Embrague	4,50	399	1797,50	4,68	399	1868,26		4,87	399	1940,61	5,06	398	2014,19	5,26	397	2088,48
13	Cambio de Bobinas de Campo	15,00	601	9015,85	15,60	602	9382,64		16,22	602	9762,51	16,87	602	10155,48	17,54	602	10561,45
14	Cambio de amortiguadores	27,00	601	16233,87	28,08	602	16895,37		29,20	602	17580,71	30,36	602	18290,00	31,57	602	19023,14
15	Cambio de Retenedores de Barra	3,00	399	1198,34	3,12	399	1245,51		3,24	399	1293,74	3,37	398	1342,79	3,51	397	1392,32
16	Cambio de Canastillas de la Barra	5,00	399	1997,23	5,20	399	2075,85		5,41	399	2156,24	5,62	398	2237,99	5,85	397	2320,53
17	Cambio de pata de freno	6,50	600	3901,99	6,76	600	4057,14		7,03	600	4216,16	7,31	599	4378,33	7,60	598	4542,58
18	Cambio de pistones moto china	11,00	600	6603,37	11,44	600	6865,93		11,90	600	7135,05	12,37	599	7409,48	12,86	598	7687,44
19	Cambio de pistones ax100	10,00	803	8027,52	10,40	803	8348,17		10,81	802	8674,52	11,25	801	9002,71	11,69	798	9326,48
20	Cambio del Cilindro	37,00	602	22259,77	38,48	602	23147,57		40,01	601	24053,38	41,61	600	24969,15	43,27	598	25882,32
21	Cambio de bocin occilante	2,50	400	1000,54	2,60	400	1039,53		2,70	399	1078,86	2,81	398	1117,95	2,92	395	1155,92
22	Reparación de la Instalación eléctrica de la moto	12,00	602	7219,39	12,48	602	7507,32		12,98	601	7801,10	13,49	600	8098,10	14,03	598	8394,27
TOTAL DE INGRESOS ANUAL		169075,92			175897,40			182927,02			190145,81			197522,96			
	Promedio reparaciones	665			665			665			665			664			

ANEXO 16.- EGRESOS DE COSTOS DE COMPRA DE REPUESTO DE FERRETERIA ZOU HO Y TALLER TOMALÁ CON 1 Y 2 TÉCNICOS.

INTEGRACIÓN VERTICAL		2014		2015		2016		2017		2018						
Costos de Repuesto de Compra de Ferrería " Zou Ho" Y Taller Tomalá con 1 y 2 técnicos		tasa de inflación	3,99% tasa de inflación		3,99% tasa de inflación		3,99% tasa de inflación		3,99% tasa de inflación		3,99%					
#	Repuestos	P. de Compra	Anual # REPARACIONES	TOTAL	P. de compra	Anual # REPARACIONES	TOTAL	P. de compra	Anual # REPARACIONES	TOTAL	P. de compra	Anual # REPARACIONES	TOTAL	P. de compra	Anual # REPARACIONES	TOTAL
1	Faros	5,00	801	4005,91	5,20	802	4168,66	5,41	802	4337,16	5,62	802	4511,40	5,85	802	4691,32
2	Velocímetros AX100	8,50	600	5102,42	8,84	601	5309,41	9,19	601	5523,75	9,56	601	5745,47	9,94	601	5974,56
3	Velocímetros GM125	13,00	601	7819,38	13,52	602	8137,52	14,06	602	8466,74	14,62	602	8806,95	15,20	602	9157,86
4	Llantas	22,00	600	13195,20	22,88	600	13726,50	23,79	600	14275,41	24,74	600	14841,56	25,73	600	15424,36
5	Tubos	4,50	1003	4511,62	4,68	1003	4695,89	4,87	1004	4886,91	5,06	1005	5084,74	5,26	1005	5289,39
6	Cables de embrague y acelerador	1,10	1003	1102,84	1,14	1003	1147,88	1,19	1004	1194,58	1,24	1005	1242,94	1,29	1005	1292,96
7	Zapatas	3,50	1003	3511,70	3,64	1004	3654,86	3,78	1005	3802,99	3,94	1005	3956,00	4,09	1005	4113,70
8	Catalina, Cadena y Piñon	9,50	600	5697,93	9,88	600	5927,35	10,27	600	6164,38	10,68	600	6408,86	11,11	600	6660,52
9	Guías direccionales x 4	6,00	601	3608,95	6,24	602	3755,78	6,49	602	3907,73	6,75	602	4064,75	7,02	602	4226,70
10	Aceites	4,00	1204	4815,93	4,16	1205	5013,33	4,33	1206	5218,12	4,50	1207	5430,42	4,68	1208	5650,30
11	Bujías	1,50	600	900,02	1,56	600	936,20	1,62	600	973,53	1,69	600	1011,97	1,75	599	1051,46
12	Disco de Embrague	2,20	399	878,78	2,29	399	913,37	2,38	399	948,74	2,47	398	984,72	2,57	397	1021,03
13	Bobinas de campo	9,50	601	5710,04	9,88	602	5942,34	10,27	602	6182,92	10,68	602	6431,80	11,11	602	6688,92
14	Amortiguadores	18,00	601	10822,58	18,72	602	11263,58	19,47	602	11720,47	20,24	602	12193,33	21,05	602	12682,10
15	Retenedores de Barra	1,00	399	399,45	1,04	399	415,17	1,08	399	431,25	1,12	398	447,60	1,17	397	464,11
16	Canastillas de la Barra	2,50	399	998,61	2,60	399	1037,92	2,70	399	1078,12	2,81	398	1119,00	2,92	397	1160,27
17	Pata de freno	3,80	600	2281,16	3,95	600	2371,87	4,11	600	2464,83	4,27	599	2559,64	4,44	598	2655,66
18	Pistones de moto china	7,00	600	4202,14	7,28	600	4369,23	7,57	600	4540,48	7,87	599	4715,12	8,19	598	4892,01
19	Pistones AX100	5,00	803	4013,76	5,20	803	4174,08	5,41	802	4337,26	5,62	801	4501,36	5,85	798	4663,24
20	Cilindro	27,00	602	16243,62	28,08	602	16891,47	29,20	601	17552,47	30,36	600	18220,73	31,57	598	18887,10
21	Bocin oscilante	1,00	400	400,22	1,04	400	415,81	1,08	399	431,54	1,12	398	447,18	1,17	395	462,37
22	Instalación eléctrica de la moto	6,50	602	3910,50	6,76	602	4066,46	7,03	601	4225,59	7,31	600	4386,47	7,60	598	4546,89
TOTAL DE COSTO DE COMPRA				104132,75			108334,69			112664,98			117111,99			121656,80

ANEXO 17.- EGRESOS DE SERVICIOS BÁSICOS DE FERRETERIA ZOU HO Y TALLER CON 1 Y 2 TÉCNICOS

		2014	2015	2016	2017	2018
		tasa inflación	3,99%	3,99%	3,99%	3,99%
EGRESOS DE SERVICIOS BÁSICOS	COSTO	ENERO-DICIEMBRE	ENERO-DICIEMBRE	ENERO-DICIEMBRE	ENERO-DICIEMBRE	ENERO-DICIEMBRE
LUZ	10,00	120,00	124,788	129,765	134,943	140,33
AGUA	10,00	120,00	124,788	129,765	134,943	140,33
TELEFONO	10,00	120,00	124,788	129,765	134,943	140,33
TOTAL		360,00	374,36	389,30	404,83	420,99

ANEXO 18.- EGRESOS DE MATERIALES DE FERRETERIA ZOU HO Y TALLER CON 1 Y 2 TÉCNICOS

EGRESOS		2014	2015	2016	2017	2018
MATERIALES	COSTO	VALORES	3,99%	3,99%	3,99%	3,99%
DILUYENTE	4,00	48,00	50,51	53,14	55,91	58,82
GASOLINA	4,00	48,00	50,51	53,14	55,91	58,82
WAPE	5,00	60,00	63,13	66,43	69,90	73,55
FRANELA	3,00	36,00	37,88	39,86	41,94	44,13
PINTURAS	5,00	60,00	63,13	66,43	69,90	73,55
LJAS	6,00	72,00	75,76	79,71	83,87	88,25
AGUA EMBOTELLADA	8,00	96,00	101,01	106,28	111,84	117,68
DEJA	4,00	48,00	50,51	53,14	55,91	58,82
PINOKLIN	3,00	36,00	37,88	39,86	41,94	44,13
PAPEL HIGIENICO	6,00	72,00	75,76	79,71	83,87	88,25
AJAX CLORO	2,00	24,00	25,25	26,57	27,96	29,41
ESCOBA	3,00	36,00	37,87	39,86	41,94	44,13
PALA	2,00	24,00	25,25	26,57	27,96	29,41
TACHO DE BASURA	5,00	60,00	63,13	66,43	69,90	73,55
BALDE	4,00	48,00	50,51	53,14	55,91	58,82
BLOCK DE PEDIDOS	12,00	144,00	151,52	159,43	167,75	176,51
OTROS	30,00	360,00	378,79	398,56	419,36	441,25
TOTAL		1272,00	1322,75	1375,53	1430,41	1487,49

ANEXO 19.- EGRESOS SUELDO DE TÉCNICO DE FERRETERIA ZOU HO

SUELDO DEL MÉCANICO FERRETERÍA Y TALLER INTEGRADO		
	1 TRABAJADOR	2 TRABAJADORES
SUELDO DE MECANICO (SEGÚN TABLA SECTORIAL)	345,30	690,6
DECIMO TERCER SUELDO (PROPORCION MENSUAL)	28,78	57,55
DECIMO CUARTO SUELDO (PROPORCION MENSUAL)	28,33	56,67
VACACIONES (PROPORCION MENSUAL)	14,17	28,33
	416,58	833,15
SUELDO 416,58*12= TOTAL AÑO 2014	4998,96	9997,92
SUELDO 4998,96 *12=	5259,91	10519,82
A PARTIR DE UN AÑO DE TRABAJO		
EL EMPLEADO EMPIEZA A GANAR FONDO DE RESERVA 28,76*12 *3,99%=	358,89	717,78
TOTAL AÑO 2015	5618,80	11237,6
SUELDO 5618,80*3,99%= TOTAL AÑO 2016	5842,99	11685,98
SUELDO 5842,99*3,99% TOTAL AÑO 2017	6076,13	12152,26
SUELDO 6076,13*3,99% TOTAL AÑO 2018	6318,56	12637,12

ANEXO 20.- SUELDO DEL TÉCNICO DEL TALLER CON 1 Y 2 TÉCNICOS.

Número de trabajadores	Valor diario	días laborados	semanas laboradas	Total días laborados	Total ingreso Mensual	Total ingresos anuales
1	30	7	4	30	900	10800
2	30	7	4	30	900	21600
3	30	7	4	30	900	32400
4	30	7	4	30	900	43200

ANEXO 21.- INVERSIÓN DEL TALLER CON 1 Y 2 TÉCNICOS

Detalle de la Inversión Inicial	
Edificio	8000
Máquinas	5000
Capital de trabajo	200
TOTAL INVERSION INICIAL	13200

Anexo 22.- COSTO DE NO INTEGRACIÓN DE FERRETERÍA ZOU HO

COSTOS DE NO INTEGRACIÓN DE FERRETERÍA ZOU HO					
RUBROS					
NUMERO DE CLIENTES ATENDIDOS CON PROMEDIO DE 2 REPARACIONES	2014	2015	2016	2017	2018
NUMERO DE REPUESTOS QUE SE ADQUIRIRAN FUERA DEL TALLER	665	665	665	665	664
Promedio de reparaciones por cliente (CLIENTES)	333	333	333	333	332
TIEMPO DE DEDICACIÓN A LA COMPRA					
SALARIO BASICO	340	354	368	383	398
VALOR HORA /SALARIO	1,42	1,48	1,53	1,60	1,66
TIEMPO ESTIMADO DE DEDICACION A COMPRA DE REPUESTOS	60	60	60	60	60
TOTAL MINUTOS DEDICADOS A COMPRA DE REPUESTOS	19950	21240	22087	22969	23885
EQUIVALENCIA EN HORAS/TIEMPO DE COMPRA DE REPUESTOS	333	354	368	383	398
VALOR DEL COSTO DE OPORTUNIDAD POR DEDICACION A COMPRA DE REPUESTOS	471,04	522,15	564,65	610,61	660,31
AHORRO DE TIEMPO EN LA REPARACIÓN					
Promedio de tiempo por reparación que tarda, dado que no hay repuesto	60	60	60	60	60
VALOR DEL COSTO POR TIEMPO PERDIDO EN REPARACIÓN	471,04	522,15	564,65	610,61	660,31
TOTAL DE COSTO / BENEFICIO QUE OBTIENE LA INTEGRACION	942,08	1044,30	1129,30	1221,21	1320,61

ANEXO 23.-Fotos de la CTG





Anexo 24.- FUENTE DE LA CTE foto

Balzar, 15 de diciembre del 2014

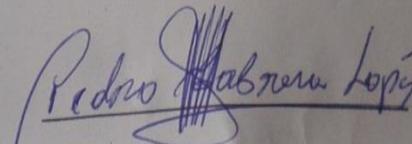
Sr. Sub-of: Pedro Cabrera López

Subalterno del destacamento de balzar

Señorita, Susana Miley Zu Li. Estudiante egresada de la UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO, con numero de cedula de ciudadanía #092129339-5, tengo el agrado de responderle a su solicitud presentada con fecha 9 de diciembre del 2014. Relacionado a las motos que han ingresado y egresado por varias contravenciones de tránsito, como son sin matrícula, sin placas, por accidente de tránsito u otros motivos, al centro de retención vehicular del cantón balzar, durante el año 2013 que refleja un total de 82 motos, como también refleja un total de 40 mil motos registrada en el departamento de matriculación acantonada en el cantón balzar de lo cual el 37.3% no se encuentran al día en su matrícula.

Att.

Dios padre y liberta


Pedro Cabrera López



Sub-of: #3284

17/12/2014 17:22

Anexo 25: Fuente de CTE ESCANEADO

Balzar, 15 de diciembre del 2014

Sr. Sub-of: Pedro Cabrera López

Subalterno del destacamento de balzar

Señorita, Susana Miley Zu Li. Estudiante egresada de la UNIVERSIDAD TECNICA ESTATAL DE QUEVEDO, con numero de cedula de ciudadanía #092129339-5, tengo el agrado de responderle a su solicitud presentada con fecha 9 de diciembre del 2014. Relacionado a las motos que han ingresado y egresado por varias contravenciones de tránsito, como son sin matrícula, sin placas, por accidente de tránsito u otros motivos, al centro de retención vehicular del cantón balzar, durante el año 2013 que refleja un total de 82 motos, como también refleja un total de 40 mil motos registrada en el departamento de matriculación acantonada en el cantón balzar de lo cual el 37.3% no se encuentran al día en su matrícula.

Att.

Dios padre y liberta



Pedro Cabrera López

Sub-of: #3284

ANEXO 26.- Método de proyección por tasa de crecimiento.

En la tasa de crecimiento en el primer casillero hemos aplicado el método de proyección por tasa de crecimiento. A continuación tenemos la siguiente fórmula:

$$Tc = \frac{\sqrt[n]{\text{oferta final}}}{\text{Oferta inicial}} - 1$$

$$N = \text{año } 2012 - 2010 = 2$$

Cantidad

2010	2011	2012
624	780	884

Ejemplo:

$$Tc = \frac{\sqrt[2]{884}}{624} - 1 = \frac{\sqrt[2]{1,4166}}{1} - 1 = 1,19$$

Para proyectar se deja el 1 = 1.19

Para proyectar

2013	2014	2015
624(cantidad de oferta 2010) x1,19	743(cantidad 2013)x1,19	884x1,19

ASI SUCESIVAMENTE. etc.

Tasa de inflación en los precios de repuestos y reparaciones.

Promedio 2011-2012-2013-2014.

$$ip = \sqrt[4]{5,41 \times 4,16 \times 2,7 \times 4,19} =$$

$$ip = 3,99\%$$

Para obtener el resultado de promedio de reparaciones se aplicó la función promedio, seleccionando la cantidad de repuestos y aceptamos.

Anexo 27.- Datos de tesis para obtener el incremento de la demanda de reparaciones de motos 2010-2018.

http://www.cib.espol.edu.ec/Digipath/D_Tesis_PDF/D-92368.pdf

la cual muestra que el 56% vende 25 motos al mes $\times 12 = 300$

el 33% de 10 a 15 motos $\left(\frac{10+15}{2} = \frac{25}{2} = 12 \times 12 = 144\right)$

el 11% de 15 y 20 motos $\left(\frac{15+20}{2} = \frac{35}{2} = 17 \times 12 = 204\right)$ Pág 63.

648 oferta anual

El 11 % para el resto de ciudades (pág 58) $648 \times 11\% = 71 = 70$ motos promedios.

Anexo 28.-Demanda insatisfecha que asume el proyecto de integración vertical de la ferretería zou ho con el 0,5%.

DETALLE DE LA DEMANDA INSATISFECHA QUE ASUME EL PROYECTO DE INTEGRACION VERTICAL DE LA FERRETERIA ZOU HO CON EL 0.5%								
DI 2010	DI 2011	DI 2012	DI 2013	DI 2014	DI 2015	DI 2016	DI 2017	DI 2018
797	798	798	800	801	802	802	802	802
597	597	598	600	600	601	601	601	601
598	598	598	601	601	602	602	602	602
597	597	598	599	600	600	600	600	600
997	998	999	1002	1003	1003	1004	1005	1005
997	998	999	1002	1003	1003	1004	1005	1005
998	999	1000	1002	1003	1004	1005	1005	1005
597	597	598	599	600	600	600	600	600
598	598	599	601	601	602	602	602	602
1197	1198	1200	1203	1204	1205	1206	1207	1208
597	597	598	600	600	600	600	600	599
398	398	398	399	399	399	399	398	397
598	598	599	601	601	602	602	602	602
598	598	599	601	601	602	602	602	602
398	398	398	399	399	399	399	398	397
398	398	398	399	399	399	399	398	397
598	598	598	600	600	600	600	599	598
598	598	598	600	600	600	600	599	598
799	799	800	802	803	803	802	801	798
599	599	600	601	602	602	601	600	598
399	399	399	400	400	400	399	398	395
599	599	600	601	602	602	601	600	598

Anexo 29.- Demanda insatisfecha del mercado de reparaciones de motos – canton balzar – provincia del guayas periodo 2010-2018.

DEMANDA INSATISFECHA DEL MERCADO DE REPARACIONES DE MOTOS - CANTON BALZAR - PROVINCIA DEL GUAYAS PERIODO 2010- 2018																											
DETALLE	2010			2011			2012			2013			2014			2015			2016			2017			2018		
	CANTIDAD	PRECIO (3,99% Inflación)	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO (3,99% Inflación anual)	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO (3,99% Inflación)	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO (3,99% Inflación)	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO (3,99% Inflación)	INGRESOS	CANTIDAD	PRECIO (3,99% Inflación)	INGRESOS									
Cambio de Faro	797	2,565	2044,00	798	2,67	2127,21	798	2,77	2214,52	800	2,88	2309	801	3,00	2403,55	802	3,12	2501,20	802	3,24	2602,29	802	3,37	2706,84	802	3,51	2814,79
Cambio de Velocímetros AX100	597	2,565	1531,66	597	2,67	1593,50	598	2,77	1658,55	600	2,88	1730	600	3,00	1800,85	601	3,12	1873,91	601	3,24	1949,56	601	3,37	2027,81	601	3,51	2108,67
Cambio de Velocímetros GN125	598	6,845	4094,54	598	7,12	4257,99	598	7,40	4427,95	601	7,70	4626	601	8,00	4811,93	602	8,32	5007,70	602	8,65	5210,30	602	9,00	5419,66	602	9,36	5635,60
Cambio de Llantas	597	1,500	895,32	597	1,56	931,46	598	1,62	969,49	599	1,69	1011	600	1,75	1049,62	600	1,82	1091,88	600	1,89	1135,54	600	1,97	1180,58	600	2,05	1226,94
Cambio de tubos	997	1,065	1061,68	998	1,11	1105,11	999	1,15	1150,62	1002	1,20	1199	1003	1,25	1253,23	1003	1,30	1304,41	1004	1,35	1357,48	1005	1,41	1412,43	1005	1,46	1469,27
Cambio de Cables de embrague y acelerador	997	1,535	1530,21	998	1,60	1592,81	999	1,66	1658,41	1002	1,73	1729	1003	1,80	1804,65	1003	1,87	1878,36	1004	1,95	1954,77	1005	2,02	2033,90	1005	2,10	2115,75
Cambio de Zapatas	998	1,710	1706,00	999	1,78	1775,79	1000	1,85	1848,92	1002	1,92	1927	1003	2,00	2006,69	1004	2,08	2088,49	1005	2,16	2173,14	1005	2,25	2260,57	1005	2,34	2350,68
Cambio de Catalina, Cadena y Piñon	597	5,985	3572,33	597	6,22	3716,54	598	6,47	3868,26	599	6,73	4034	600	7,00	4198,47	600	7,28	4367,52	600	7,57	4542,17	600	7,87	4722,31	600	8,19	4907,75
Cambio de Guías direccionales x 4	598	5,985	3580,11	598	6,22	3724,63	599	6,47	3876,68	601	6,73	4044	601	7,00	4210,44	602	7,28	4381,74	602	7,57	4559,02	602	7,87	4742,20	602	8,19	4931,15
Cambio de Aceites	1197	1,025	1226,80	1198	1,07	1277,16	1200	1,11	1329,87	1203	1,15	1386	1204	1,20	1444,78	1205	1,25	1504,00	1206	1,30	1565,44	1207	1,35	1629,13	1208	1,40	1695,09
Cambio de Bujías	597	0,855	510,55	597	0,89	531,17	598	0,92	552,85	600	0,96	577	600	1,00	600,01	600	1,04	624,13	600	1,08	649,02	600	1,12	674,65	599	1,17	700,97
Cambio de Disco de Embrague	398	6,845	2723,76	398	7,12	2831,87	398	7,40	2946,20	399	7,70	3075	399	8,00	3195,56	399	8,32	3321,35	399	8,65	3449,98	398	9,00	3580,79	397	9,36	3712,85
Cambio de Bobinas de Campo	598	6,415	3835,66	598	6,67	3990,50	599	6,94	4153,40	601	7,21	4332	601	7,50	4507,92	602	7,80	4691,32	602	8,11	4881,26	602	8,43	5077,74	602	8,77	5280,72
Cambio de amortiguadores	598	4,275	2556,11	598	4,45	2659,30	599	4,62	2767,85	601	4,81	2888	601	5,00	3006,27	602	5,20	3128,77	602	5,41	3255,69	602	5,62	3387,04	602	5,85	3522,80
Cambio de Retenedores de Barra	398	8,550	3402,22	398	8,89	3537,25	398	9,25	3680,05	399	9,61	3841	399	10,00	3994,45	399	10,40	4151,69	399	10,81	4312,47	398	11,25	4475,98	397	11,69	4641,06
Cambio de Canastillas de la Barra	398	8,550	3402,22	398	8,89	3537,25	398	9,25	3680,05	399	9,61	3841	399	10,00	3994,45	399	10,40	4151,69	399	10,81	4312,47	398	11,25	4475,98	397	11,69	4641,06
Cambio de Pata de freno	598	1,200	717,19	598	1,25	745,82	598	1,30	776,27	600	1,35	810	600	1,40	840,43	600	1,46	873,85	600	1,51	908,10	599	1,57	943,02	598	1,64	978,40
Cambio de pistones moto china	598	17,100	10219,99	598	17,78	10627,94	598	18,49	11061,80	600	19,23	11540	600	20,00	12006,12	600	20,80	12483,52	600	21,63	12972,81	599	22,49	13471,78	598	23,39	13977,16
Cambio de pistones ax100	799	12,830	10247,32	799	13,34	10660,99	800	13,87	11098,58	802	14,43	11575	803	15,00	12041,29	803	15,60	12522,25	802	16,22	13011,79	801	16,87	13504,07	798	17,54	13989,72
Cambio del Cilindro	599	8,550	5118,89	599	8,89	5325,53	600	9,25	5542,92	601	9,61	5782	602	10,00	6016,15	602	10,40	6256,10	601	10,81	6500,91	600	11,25	6748,42	598	11,69	6995,22
Cambio de bocin oclitante	399	8,550	3408,89	399	8,89	3544,19	399	9,25	3687,27	400	9,61	3848	400	10,00	4002,15	400	10,40	4158,10	399	10,81	4315,42	398	11,25	4471,79	395	11,69	4623,66
Reparación de la Instalación electrica de la moto	599	21,380	12800,21	599	22,23	13315,10	600	23,12	13858,63	601	24,04	14455	602	25,00	15040,39	602	26,00	15640,25	601	27,03	16252,29	600	28,11	16871,04	598	29,24	17488,05
TOTAL DE INGRESOS POR AÑO			80185,64			83409,12			86809,13			90559,77			94229,40			98002,23			101871,90			105817,73			109807,40

Anexo 30.- Análisis de la oferta

ANALISIS DE OFERTA DE MERCADO DE LOS TALLERES DE REPARACION EN BALZAR				
2014	2015	2016	2017	2018
% COBERTURA	% COBERTURA	% COBERTURA	% COBERTURA	% COBERTURA
0,55%	0,66%	0,78%	0,93%	1,10%
0,65%	0,76%	0,89%	1,04%	1,22%
0,45%	0,55%	0,67%	0,82%	1,00%
0,74%	0,88%	1,04%	1,24%	1,48%
0,44%	0,52%	0,62%	0,74%	0,88%
0,44%	0,52%	0,62%	0,74%	0,88%
0,36%	0,46%	0,57%	0,71%	0,89%
0,74%	0,88%	1,04%	1,24%	1,48%
0,45%	0,55%	0,67%	0,82%	1,00%
0,37%	0,44%	0,52%	0,62%	0,73%
0,70%	0,84%	1,02%	1,24%	1,50%
0,84%	1,07%	1,36%	1,73%	2,20%
0,52%	0,62%	0,74%	0,88%	1,05%
0,49%	0,58%	0,69%	0,82%	0,98%
0,84%	1,07%	1,36%	1,73%	2,20%
0,84%	1,07%	1,36%	1,73%	2,20%
0,65%	0,84%	1,08%	1,40%	1,80%
0,65%	0,84%	1,08%	1,40%	1,80%
0,35%	0,52%	0,78%	1,15%	1,71%
0,43%	0,61%	0,85%	1,21%	1,71%
0,65%	0,91%	1,29%	1,82%	2,58%
0,43%	0,61%	0,85%	1,21%	1,71%