

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA



**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN  
DE EXTINTORES PARA LA CIUDAD DE GUATEMALA**

Arely Yanett Chamalé Marroquín

Maestría en Administración Industrial y de Empresas de Servicios

Guatemala, julio 2019

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA



**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE VENTA Y DISTRIBUCIÓN  
DE EXTINTORES PARA LA CIUDAD DE GUATEMALA**

Trabajo de graduación presentado por  
Arelly Yanett Chamalé Marroquín

Para optar al grado de Maestra en artes

Maestría en Administración Industrial y de Empresas de Servicios

Guatemala, julio 2019

## JUNTA DIRECTIVA

### FACULTAD DE CIENCIAS QUÍMICAS Y FARMACIA

MA Pablo Ernesto Oliva Soto	DECANO
Licda. Miriam Roxana Marroquín Leiva	SECRETARIA
Dr. Juan Francisco Pérez Sabino	VOCAL I
Dr. Roberto Enrique Flores Arzú	VOCAL II
Lic. Carlos Manuel Maldonado Aguilera	VOCAL III
BR. Byron Enrique Pérez Díaz	VOCAL IV
BR. Pamela Carolina Ortega Jiménez	VOCAL V

## CONSEJO ACADÉMICO

### ESCUELA DE ESTUDIOS DE POSTGRADO

Pablo Ernesto Oliva Soto, MA.  
Tamara Ileana Velásquez Porta, MSc.  
Jorge Mario Gómez Castillo, MA.  
Clara Aurora García González, MA.  
Silvia Marisol Archila Jiménez, MSc.

## DEDICATORIA A

MI FAMILIA:

Por el amor, la paciencia y la esperanza que me dedican cada día.

MIS AMIGOS:

Por el apoyo en cada una de las etapas de mi vida.

MIS COLEGAS:

Por las experiencias compartidas y por la perseverancia conjunta durante estos años.

## AGRADECIMIENTOS A

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE  
GUATEMALA:

Por mostrar interés en la educación superior y su respectiva actualización, por medio de los programas de posgrado.

## RESUMEN EJECUTIVO

En Estados Unidos de América ocurre un incendio cada 79 segundos. Esto se debe principalmente a los materiales que utilizan para la construcción de las casas, siendo la madera el principal. Los materiales de construcción que se utilizan en Latinoamérica incluyen también madera, siendo este un elemento de importancia para los incendios.

Las casas de Guatemala, en cuanto a materiales, son diferentes de acuerdo a la zona en la que se encuentre. Aún hoy se pueden observar casas construidas de adobe (19%), de madera (14%), de lámina (5%), de block (57%) y de bajareque, lepa, ladrillo, entre otros (11%) esto según datos del Instituto Nacional de Estadística. La importancia de tener un extintor y saber utilizarlo de la manera correcta es la diferencia entre la vida y la muerte en muchas ocasiones, derivado de la facilidad con que estos materiales descritos son vulnerables ante los incendios.

Para entender mejor por qué es importante contar con un extintor, primero se definirá la composición del fuego y las maneras que existen para poder controlarlo. Además se describirán los extintores que existen actualmente en el mercado.

En el documento que se presenta, se hace la propuesta de negocio para la venta y distribución de extintores, mostrando los pasos necesarios según el Registro de la Propiedad así como la elección de la mejor ubicación. El alcance con que se cuenta es la ciudad de Guatemala, esto como consecuencia de la concentración poblacional, de la cantidad de vehículos que transitan, las viviendas verticales y la cercanía entre una vivienda y la otra.

Dentro de los métodos empleados para encontrar los datos del mercado objetivo, se utilizó la encuesta y el grupo focal. Los resultados fueron analizados para definir la ruta a tomar, encaminado hacia la propuesta de negocio.

Mostrando las ventajas y desventajas del negocio es como se podrá resumir el porqué de este documento, la importancia de su lectura y así evaluar si para el inversionista este tipo de negocios le es satisfactorio.

## ÍNDICE GENERAL

1.	INTRODUCCIÓN.....	1
2.	MARCO TEÓRICO.....	2
3.1.	Extintores.....	2
3.2.	Precursores del extintor.....	3
3.2.1.	Elementos del fuego.....	4
3.3.	Clasificación de fuego.....	5
3.3.1.	Clasificación de fuego por tipo de combustible.....	5
3.4.	Clasificación de los Extintores.....	5
3.4.1.	Clasificación por agente extintor.....	6
3.4.2.	Clasificación por tamaño.....	7
3.5.	Agentes extintores:.....	7
3.6.	Agentes extintores especiales.....	9
3.7.	Mercado.....	10
3.7.1.	Mezcla de mercado.....	11
3.8.	Producto inhibidor de fuego.....	12
3.8.1.	Inhibidor de llama de 25 segundos Mangiafuoco modelo Estándar.....	13
3.8.2.	Inhibidor de llama en 50 segundos Mangiafuoco modelo Profesional.....	15
3.8.3.	Inhibidor de llama en 100 segundos Mangiafuoco modelo Nautica.....	17
3.8.4.	Tipos de mercados.....	18
3.8.5.	Mercado de competencia perfecta.....	20
3.8.6.	El funcionamiento de los mercados en competencia perfecta.....	21
3.9.	Denominaciones y tipos de mercado.....	23
3.10.	Por su naturaleza.....	23

3.11.	El mercado desde el mercadeo .....	25
3.12.	Marco Legal .....	26
3.12.1.	Registro mercantil .....	27
3.12.2.	Superintendencia de Administración Tributaria-SAT- .....	30
3.12.3.	Instituto Guatemalteco de Seguridad Social .....	30
3.13.	Ohsas.....	31
3.14.	Cifras y datos estadísticos según Organización Mundial de la Salud (OMS) .....	32
3.15.	Datos estadísticos de quemaduras, según cuerpo de bomberos .....	34
3.15.1.	Entrevista a bombero .....	35
4.	JUSTIFICACIÓN.....	37
5.	OBJETIVOS.....	38
5.1.	Objetivo General .....	38
5.2.	Objetivos específicos .....	38
6.	METODOLOGÍA .....	39
6.1.	Tipo de estudio .....	39
6.1.1.	Encuesta .....	39
6.1.2.	Grupo focal.....	39
6.2.	Selección de muestra.....	39
6.3.	Variables .....	41
6.3.1.	Variables independientes .....	41
6.3.2.	Variables dependientes.....	41
6.4.	Métodos estadísticos .....	41
7.	RESULTADOS .....	42
7.1.	De encuesta.....	42
7.2.	De grupos focales .....	47
8.	DISCUSIÓN DE RESULTADOS.....	49
9.	ELEMENTOS DE PROPUESTA DE NEGOCIO.....	51

9.1.	Pasos para iniciar un negocio .....	51
9.1.1.	Procedimientos legales de acuerdo con el Registro Mercantil.....	51
9.1.2.	Procedimientos de mercadeo.....	54
10.	CONCLUSIONES .....	60
11.	RECOMENDACIONES.....	61
12.	REFERENCIAS .....	62
13.	ANEXOS.....	65
13.1.	Encuesta.....	65
13.2.	Procedimiento de registro de una Sociedad Anónima en el Registro Mercantil .....	66
13.3.	Inscripción de sociedades mercantiles en línea.....	70

# ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

## FIGURAS

Figura 1.	Triángulo de fuego .....	4
Figura 2.	Tetraedro de fuego .....	4
Figura 3.	Tipos de fuego por tipo de combustible .....	5
Figura 4.	Mezcla de mercadeo.....	12
Figura 5.	Inhibidor Mangiafuoco modelo Estándar.....	14
Figura 6.	Inhibidor de llama de 25 segundos en caja.....	14
Figura 7.	Inhibidor de llama de 25 segundos sin tapa.....	15
Figura 8.	Inhibidor Mangiafuoco modelo Profesional .....	16
Figura 9.	Inhibidor de llama de 50 segundos sin tapa protectora.....	16
Figura 10.	Inhibidor Mangiafuoco modelo Nautica .....	17
Figura 11.	Inhibidor de llama de 100 segundos, vista sin tapadera .....	18
Figura 12.	Uso de extintor.....	42
Figura 13.	Capacitación de extintores.....	43
Figura 14.	Venta de extintores .....	44
Figura 15.	Extintores en casa .....	45
Figura 16.	Extintor en vehículo .....	46
Figura 17.	Pasos para obtener patente de comercio .....	53

## TABLAS

Tabla I.	Precio de inhibidores de fuego.....	18
Tabla II.	Población de Guatemala, por sexo. 2015 .....	40
Tabla III.	Población por municipio y sexo .....	40
Tabla IV.	Uso de extintor .....	42

Tabla V. Capacitación de extintores .....	43
Tabla VI. Venta de extintores .....	44
Tabla VII. Extintores en casa.....	45
Tabla VIII. Extintor en vehículo.....	46
Tabla IX. Pasos específicos para obtener una Patente de Comercio.....	53
Tabla X. Resumen de Inhibidores de fuego.....	55
Tabla XI. Elementos a evaluar.....	56
Tabla XII. Escala porcentual de evaluación.....	57
Tabla XIII. Valores de criterio del servicio .....	58
Tabla XIV. Tabla de ponderación .....	59

## 1. INTRODUCCIÓN

La prevención de accidentes es una tarea que, con el paso del tiempo, se va modificando de acuerdo con las circunstancias en que estas se presentan. En la actualidad, los incendios no tratados correctamente presentan una de las mayores causas de llamadas al servicio de bomberos en Guatemala.

El fuego es una reacción química que implica una rápida quema de algún combustible. Para que haya fuego se tienen que tener juntos tres elementos: oxígeno, calor y combustible. El combustible se puede presentar en estado gaseoso, líquido o sólido. El inhibidor de fuego funciona impidiendo que uno de estos se mezcle con los demás, evitando con ello que el incendio se propague.

La propuesta de venta y distribución de inhibidores de fuego muestra ventajas atractivas que los inversionistas y demás interesados toman en cuenta para poder iniciar en el negocio. La mezcla de mercado para este tipo de negocio ofrece la opción de utilizar puntos de venta existentes o de crear espacios nuevos y exclusivos.

Los beneficios no serán únicamente económicos, sino que también se verán reflejados en una considerable baja en accidentes en la categoría de conatos de incendio. Al colocar los extintores en puntos estratégicos, que serán determinados en este documento, se espera que la población del área metropolitana de la Ciudad de Guatemala tenga acceso a ellos y que se encuentre lista ante la situación de un siniestro.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 3.1. Extintores

Un extintor, extintor de fuego, o matafuego es un artefacto que sirve para apagar fuegos (Gramajo, 2011). Consiste en un recipiente metálico (bombona o cilindro de acero) que contiene un agente extintor de incendios a presión, de modo que al abrir una válvula el agente sale por una boquilla (a veces situada en el extremo de una manguera) que se debe dirigir a la base del fuego. Generalmente tienen un dispositivo para prevención de activado accidental, el cual debe ser deshabilitado antes de emplear el artefacto.

De forma más concreta se podría definir un extintor como un aparato autónomo, diseñado como un cilindro, que puede ser desplazado por una sola persona y que usando un mecanismo de impulsión bajo presión de un gas o presión mecánica, lanza un agente extintor hacia la base del fuego, para lograr extinguirlo.

Hay de muchos tamaños y tipos, desde los muy pequeños, que suelen llevarse en los automóviles, hasta los grandes que van en un carrito con ruedas. El contenido varía desde 1 a 250 kilogramos de agente extintor.

El extintor fue un invento de William George Manby, un capitán al que se le ocurrió crear un instrumento que apagase el fuego con una mayor efectividad al observar la incapacidad de un grupo de bomberos de Edimburgo para alcanzar los pisos superiores de un edificio en llamas.

### 3.2. Precursores del extintor

El primer extintor era un aparato con cuatro cilindros, tres con agua y otro con aire comprimido, que servía para que el líquido saliese a presión. Fue patentado en el Reino Unido en 1839. Este dispositivo fue modificado en 1905 cuando se sustituyó el agua por bicarbonato sódico.

Los primeros extintores portátiles auténticos aparecieron a finales de la primera década del siglo XIX; contenían botellas de cristal con ácido que, al romperse, descargaba el ácido con una solución de sosa, generando una mezcla con suficiente presión de gas para expulsar la solución. Los extintores de agua, activados por cartuchos (tipo de inversión), se introdujeron a finales de los años 20, en 1918 se desarrolló una solución anticongelante de metales alcalinos denominadas “corriente cargadas” para empleo de extintores activados por cartuchos.

En 1959 aparecieron los extintores de agua acumuladores de presión, que en 10 años reemplazaron gradualmente a los modelos de cartucho. En 1969 se interrumpió en Estados Unidos la fabricación de todos los extintores de inversión, que ya no se certifican o aprueban por los laboratorios de ensayos. El primer extintor de espuma apareció en 1917 y su aspecto y funcionamiento se parecen muchos a los extintores de ácido y sosa.

Para entender los diferentes tipos de extintores que hay, es necesario describir tanto los diferentes tipos de combustibles que hay, así como se conforma el fuego.

La Real Academia Española lo define como:

*“Fenómeno caracterizado por la emisión de calor y de luz, generalmente con llama.”*

### 3.2.1. Elementos del fuego

Para formar el fuego, se sabe que se necesitan 3 elementos básicos. En la ausencia de alguno de ellos, el fuego no se produce.

Figura 1. Triángulo de fuego



Fuente: Imagen tomada de <http://www.misextintores.com/lci/triangulo-del-fuego>

En la actualidad, se ha incluido un cuarto elemento, siendo este la reacción en cadena, quedando de la siguiente manera:

Figura 2. Tetraedro de fuego



Fuente: Imagen tomada de <http://www.misextintores.com/>

### 3.3. Clasificación de fuego

La clasificación de fuego se puede realizar por el tipo de combustible que lo compone. A continuación, se muestra la categoría por el tipo de combustible.

#### 3.3.1. Clasificación de fuego por tipo de combustible

El fuego además se puede dividir, de acuerdo al tipo de combustible que combate, mostrándolo en la siguiente figura, (2017) Recuperado de [https://www.isastur.com/external/seguridad/data/es/1/1\\_6\\_1.htm](https://www.isastur.com/external/seguridad/data/es/1/1_6_1.htm)

Figura 3. Tipos de fuego por tipo de combustible

TIPOS DE FUEGO		
		Madera, papel, cartón, tela, plástico etc.
		Pintura, gasolina, petróleo, etc.
		Equipos o instalaciones eléctricas.
		Sodio, potasio, magnesio, aluminio, titanio, etc.
		Grasas y aceites de cocina.

Fuente: tomada de <http://www.extintoresmelisam.com.ar>

### 3.4. Clasificación de los Extintores

La clasificación de los extintores se puede realizar por el agente extintor y por tamaño. A continuación, se explican las diferencias que existen entre cada uno de ellos. Para poder comprender el uso de los extintores se deben conocer las diferencias que existen entre ellos. Es decir, de la figura No. 3 se puede ver los

diferentes tipos de fuego que existen, al conocer sus componentes, se podrá elegir adecuadamente el elemento extintor para cada caso.

#### 3.4.1. Clasificación por agente extintor

Según Caballero (2008) el agente extintor se puede distinguir entre:

- Extintores hídricos cargados con agua o con un agente espumógeno, espuma AR-AFFF. Altamente efectivos por su capacidad de potenciar el poder humectante del agua, los hay biológicamente activos que encapsulan los gases y vapores generados por el fuego rompen las moléculas de los hidrocarburos, inhibiendo la reignición (flash back), no contaminan el medio ambiente, ni dañan a las personas, salvo que, como el agua es conductora de la electricidad, pueden ser muy peligrosos en los incendios de origen eléctrico.
- Extintores de polvos universales; sirve para fuegos ABC
- Extintores de polvo químico seco (multifunción: combatiendo fuegos de clase BC)
- Extintores de CO<sub>2</sub> (también conocidos como Nieve Carbónica o Anhidrido Carbónico), son los más comunes y los mejores.
- Extintores para metales: (únicamente válidos para metales combustibles, como sodio, potasio, magnesio, titanio, entre otros)
- Extintores de halón (hidrocarburo halogenado, desde 2010 está prohibido su uso en todo el mundo por afectar la capa de ozono).
- Instantáneo (antes extintor de explosión) se trata de una herramienta de salvamento de incendios de uso profesional, que consiste en un recipiente elastómero, que contiene retardante de llamas, y aloja en su interior un elemento pirotécnico unido a una mecha rápida, que al contacto con el fuego, rompe el recipiente y crea una burbuja carente de oxígeno que apaga el fuego, al tiempo que enfría la zona en un radio de unos cinco metros.

### 3.4.2. Clasificación por tamaño

Por su tamaño los extintores se dividen en portátiles y móviles. Extintores portátiles serían los que tienen un peso de hasta 20 kg de peso en total, considerando, a su vez, entre los mismos extintores portátiles manuales, hasta 20 kg y extintores portátiles dorsales hasta 30 kg.

Cuando un extintor pese más de 30 kg se considera móvil y debe llevar ruedas para ser desplazado.

Esto no es óbice para que existan extintores que colocados sobre ruedas y por lo tanto movilizados pesen menos de 30 kg. De hecho, para favorecer su manejo, los extintores de 50 kg se suelen instalar sobre ruedas.

La división tiene que ver con el máximo admitido para usarse de una u otra forma, es decir, un extintor que pese más de 20 kg obligatoriamente tendrá que tener un apoyo dorsal.

El problema de los extintores (salvo en los muy grandes) es que el agente se agota rápidamente, por lo que su utilización debe hacerse aprovechándolo al máximo. Su tiempo en descarga continua es de 18 a 20 segundos.

Asimismo, se distinguen por los fuegos que son capaces de apagar: de origen eléctrico, originados por combustibles líquidos u originados por combustibles sólidos, lo que depende del agente extintor que contienen. Las posibilidades que tienen deben venir escritas de modo bien visible en la etiqueta, atendiendo a la clase de fuego normalizada.

### 3.5. Agentes extintores:

Los agentes extintores son aquellos elementos que se utilizan para la elaboración de los extintores. Estos agentes se eligen en relación con el tipo de fuego que se debe combatir. Se debe recordar que no todos los fuegos son iguales, es por ello por lo que se debe elegir correctamente el agente extintor.

- Agua pulverizada: los extintores de agua pulverizada sirven para proteger áreas que tienen riesgo de fuego clase A (combustibles sólidos) de forma eficiente y segura.
- Agua desmineralizada: los extintores de agua desmineralizada (3 veces destilada - oxigenada en algunos casos) para fuegos de clase C (equipos energizados). También se usan para incendios químicos o riesgos bacteriológicos. Sus aplicaciones típicas son: servicios aéreos, edificios de departamentos, bancos, museos, oficinas, hospitales, centro de cómputos, industrias electrónicas, centros de telecomunicaciones, escuelas, supermercados, entre otros.
- No contamina el ambiente: no afecta la capa de ozono (O.D.P.=0) y no produce calentamiento global (G.W.P.=0).
- Agente limpio: no es tóxico, no produce problemas respiratorios y no deja residuos posteriores a la extinción.
- Eficiente desempeño: manga diseñada para brindar al operador una mayor visibilidad y una fácil maniobrabilidad. La boquilla genera un spray muy fino que aumenta el poder refrigerante, no produce shock térmico ni conducción eléctrica.
- Agua y espuma (AFFF): los extintores de agua con AFFF bajo presión sirven para proteger áreas que tienen riesgo de fuego clase A (combustibles sólidos), clase B (combustibles líquidos) y clase C (gases inflamables).
- Aplicaciones típicas: plantas de manufactura, gasolineras, almacenes comerciales, hoteles, hospitales, escuelas, talleres de pintura y mecánicos, áreas de calderas, industria química, petrolera, laboratorios, autotransporte de carga y de pasajeros. Actualmente son los de uso seguro ya que no contaminan el medio ambiente, y su contenido no daña a las personas ni a la fauna del lugar.
- Dióxido de carbono (CO<sub>2</sub>): los extintores de dióxido de carbono son diseñados para proteger áreas que contienen riesgos de incendio clase B (combustibles líquidos) y clase C (gases inflamables).

Aplicaciones típicas: industrias, equipos eléctricos, viviendas, transporte, comercios, escuelas, aviación, garajes, entre otros.

- Polvo químico universal - ABC: los extintores de polvo químico seco (fosfato monoamónico al 75% y otros como sales pulverizadas) (ABC) se utilizan para combatir fuego clase A (sólidos combustibles), clase B (líquidos combustibles), clase C (fuegos electrificados).
- Polvo químico seco - BC: los extintores de polvo químico son diseñados para proteger áreas que contienen riesgos de incendio clase B (combustibles líquidos) y de clase C (combustibles gaseosos).

Aplicaciones típicas: industrias, equipos eléctricos, viviendas, transporte, comercios, escuelas, aviación, garajes, entre otros.

- Polvo químico - D: los extintores de polvo químico seco (por ejemplo: púrpura k) están diseñados para proteger áreas que contienen riesgos de fuego clase D (metales combustibles) que incluye litio, sodio, aleaciones de sodio y potasio, magnesio y compuestos metálicos. Está cargado con polvo compuesto a base de borato de sodio. Al compuesto se lo trata para hacerlo resistente a la influencia de climas extremos por medio de agentes hidrófobos basados en silicona.

### **3.6. Agentes extintores especiales**

Extintor clase "H" halogenados en sustitución del gas halón (que daña la capa de ozono y sólo está autorizado en algunas aplicaciones militares), recomendado en ambientes cerrados sin presencia de vida o personal en el área. Agente sofocante (desdobla el oxígeno).

Extintores de clase "N" neutralizantes a formación de gases por agente químicos o armas de destrucción masiva a base de la impulsión de polvo micropulverizado con un agente neutralizante al producto léase "antídoto específico para cada producto"

### 3.7. Mercado

Mercado, en economía, es un conjunto de transacciones de procesos o intercambio de bienes o servicios entre individuos. El mercado no hace referencia directa al lucro o a las empresas, sino simplemente al acuerdo mutuo en el marco de las transacciones. Estas pueden tener como partícipes individuos, empresas, cooperativas, ONG (Organizaciones No Gubernamentales), entre otros (Monteferrer, 2013).

El mercado también es el ambiente social (o virtual) que da lugar a las condiciones para el intercambio. En otras palabras, debe interpretarse como la institución u organización social a través de la cual los ofertantes (productores, vendedores) y demandantes (consumidores o compradores) de un determinado tipo de bien o de servicio, entran en estrecha relación comercial a fin de realizar abundantes transacciones comerciales.

Los primeros mercados de la historia funcionaban mediante el trueque. Luego de la aparición del dinero, se empezaron a desarrollar códigos de comercio que, en última instancia, dieron lugar a las empresas nacionales e internacionales que conocemos ahora.

A medida que la producción aumentaba, las comunicaciones y los intermediarios empezaron a desempeñar un papel más importante en los mercados.

Una definición de mercado según la mercadotecnia: Organizaciones o individuos con necesidades o deseos que tienen capacidad y que tienen la voluntad para comprar bienes y servicios para satisfacer sus necesidades.

El mercado se dice, además, que es naturalmente equilibrado. Esto en el sentido de que de manera natural busca el equilibrio, como cuando un elemento entra en carencia, otro, automáticamente, llega a sustituirlo.

### 3.7.1. Mezcla de mercado

La mezcla de mercadeo constituye una herramienta para el análisis de los productos o servicios que ofrece una empresa frente a las necesidades del mercado, mismas que pueden variar constantemente por los cambios que la globalización genera en el comportamiento del consumidor.

Fue en los 60's cuando se empieza a adoptar el concepto de mezcla de mercadeo. Este fue introducido en los 50's por Neil H. Borden, profesor de la Universidad de Harvard y la definición de Producto, Precio, Plaza y Promoción se dio por E. Jerome MacCarthy fue a comienzos de los 70's.

A continuación, se mostrarán los diferentes elementos que componen esta mezcla.

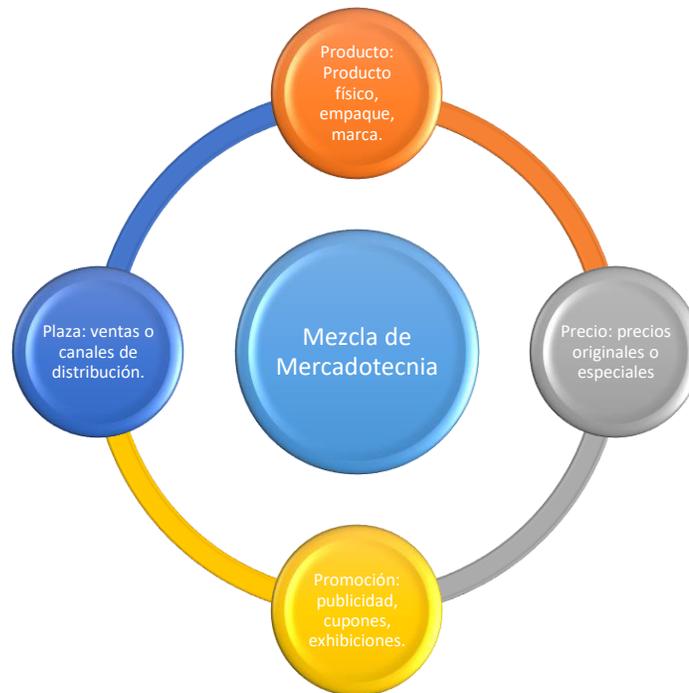
- **Producto:** define las características del producto que le va a ofrecer a los consumidores. El producto es el paquete total de beneficios que el consumidor recibe cuando compra.
- **Precio:** determina el costo financiero total que el producto representa para el cliente incluido su distribución, descuentos, garantías, rebajas, entre otros. Es, además, una expresión de valor del producto para los consumidores potenciales.
- **Plaza o distribución:** escoge los intermediarios a través de los cuales el producto llegará a los consumidores. Pueden ser mayoristas, minoristas, distribuidores y agentes.
- **Promoción o comunicaciones:** selecciona los medios para hablar con los intermediarios en la distribución de sus productos, así como también con sus consumidores actuales y también de los potenciales.

En cuanto a la plaza, se aconseja hacer uso de localización por ponderación de puntos. Este método se aplica cuando hay varias propuestas para una ubicación

determinada. Se estiman los factores a considerarse y se les coloca diferentes ponderaciones, de acuerdo con percepciones del lugar.

A modo de resumen, se muestran los 4 elementos, en la figura No. 4

Figura 4. Mezcla de mercadeo



Fuente: elaboración propia

### 3.8. Producto inhibidor de fuego

Sabiendo ya la mezcla de mercado, se presenta a continuación el producto con el que se propone el diseño de empresa. Se presentan los 3 modelos que en la actualidad se tiene a la venta de la marca Mangiafuoco, mismos que son vendidos en línea, es decir, no se cuenta con una tienda física, sino que deben ser pedidos por diferentes servicios alojados en la *Internet*.

- Inhibidor de llama de 25 segundos Mangiafuoco modelo Estándar.

- Inhibidor de llama en 50 segundos Mangiafuoco modelo Profesional.
- Inhibidor de llama en 100 segundos Mangiafuoco modelo Nautica.

### 3.8.1. Inhibidor de llama de 25 segundos Mangiafuoco modelo Estándar

Inhibidor de llama con carga extintora de 25 segundos modelo estándar, es ligero, portátil y muy práctico. Activado manualmente pulveriza una potente sustancia totalmente inocua (no es tóxica ni corrosiva) con gran capacidad de extinción durante 25 segundos.

No deja residuos y es ecológico. Este inhibidor está indicado para fuegos de clase A (materiales combustibles sólidos: tejido, papel, madera, plástico), clase B (materiales combustibles líquidos: gasolina, petróleos, aceite lubricantes, disolventes, resinas) y clase C (sustancias inflamables y combustibles gaseosas: metano, disolvente polar, acetileno). Es un producto homologado y que no necesita de mantenimiento ni de recargas. Ideal como sistema anti-incendios en nuestros hogares, vehículos u oficinas. Posee dimensiones de 25 x 3 cm. En la figura 5 se puede observar el inhibidor de llama de 25 segundos mientras que, en la figura 6 se puede observar el inhibidor con la caja en donde se embala. En la figura 7 se muestra el inhibidor sin la tapa protectora.

Las ventajas que se encuentran en este tipo de inhibidor, es el tamaño. Tiene fácil manejo, no necesita mucho espacio por lo que puede llevarse más cerca de la cabina en el caso de los vehículos. En cuanto a la cocina o al hogar en general, puede colocarse al alcance de los posibles usuarios, sin que por ello se deba usar mucho espacio en las paredes o donde se vaya a colocar.

Figura 5. Inhibidor Mangiafuoco modelo Estándar



Fuente: <http://www.ironex.es/mangiafuoco.aspx>

Figura 6. Inhibidor de llama de 25 segundos en caja



Fuente: <http://www.ironex.es/mangiafuoco.aspx>

Figura 7. Inhibidor de llama de 25 segundos sin tapa



Fuente: <http://www.ironex.es/mangiafuoco.aspx>

### 3.8.2. Inhibidor de llama en 50 segundos Mangiafuoco modelo Profesional

Inhibidor de llama con carga extintora de 50 segundos modelo profesional, es ligero, portátil y muy práctico. Activado manualmente pulveriza una potente sustancia totalmente inocua (no es tóxica ni corrosiva) con gran capacidad de extinción durante 50 segundos. En la figura 8 se muestra el inhibidor sin la tapa protectora, mientras que en la figura 9 se observa cómo se quita la tapa del inhibidor.

No deja residuos y es ecológico. Este inhibidor está indicado para fuegos de clase A (materiales combustibles sólidos: tejido, papel, madera, plástico), clase B (materiales combustibles líquidos: gasolina, petróleos, aceite lubricantes, disolventes, resinas) y clase C (sustancias inflamables y combustibles gaseosas: metano, disolvente polar, acetileno). Es un producto homologado y que no necesita de mantenimiento ni de recargas. Ideal como sistema anti-incendios en nuestros hogares, vehículos u oficinas. Posee dimensiones de 25 x 3 cm.

Figura 8. Inhibidor Mangiafuoco modelo Profesional



Fuente: <http://www.ironex.es/mangiafuoco.aspx>

Figura 9. Inhibidor de llama de 50 segundos sin tapa protectora



Fuente: <http://www.ironex.es/mangiafuoco.aspx>

### 3.8.3. Inhibidor de llama en 100 segundos Mangiafuoco modelo Nautica

Inhibidor de llama con carga extintora de 100 segundos modelo Nautica, es ligero, portátil y muy práctico. Activado manualmente pulveriza una potente sustancia totalmente inocua (no es tóxica ni corrosiva) con gran capacidad de extinción durante 100 segundos.

No deja residuos y es ecológico. Este inhibidor está indicado para fuegos de clase A (materiales combustibles sólidos: tejido, papel, madera, plástico), clase B (materiales combustibles líquidos: gasolina, petróleos, aceite lubricantes, disolventes, resinas) y clase C (sustancias inflamables y combustibles gaseosas: metano, disolvente polar, acetileno). Es un producto homologado y que no necesita de mantenimiento ni de recargas. Ideal como sistema anti-incendios en nuestros hogares, vehículos u oficinas. Tiene las dimensiones de 35 X 3,5 cm

En la figura 10 se pueden observar las piezas que componen al inhibidor de fuego de 100 segundos. En la figura 11 se observa sin tapadera.

Figura 10. Inhibidor Mangiafuoco modelo Nautica



Fuente: <http://www.ironex.es/mangiafuoco.aspx>

Figura 11. Inhibidor de llama de 100 segundos, vista sin tapadera



Fuente: <http://www.ironex.es/mangiafuoco.aspx>

En cuanto a los precios, se muestran en la tabla siguiente cómo varían de acuerdo a los modelos que se elijan. Estos son los precios que maneja la empresa IRONEX, en España. Los valores corresponden a precios unitarios, de venta al público. A esto se le debe sumar el precio de envío.

Tabla I. Precio de inhibidores de fuego

MODELO	DURACIÓN EN SEGUNDOS	PRECIO EN EUROS
ESTÁNDAR	25	38.48
PROFESIONAL	50	48.76
NAUTICA	100	59.29

Fuente: elaboración propia

#### 3.8.4. Tipos de mercados

Entre las distintas clases de mercados se pueden distinguir:

- a. Los mercados al por menor o minoristas y los mercados al por mayor o distribuidores.

- b. Los mercados de productos intermedios o de materias primas.
- c. Los mercados de valores (bolsas de valores).

Otra división o clasificación del mercado puede ser

- Según sea el tipo de bien o servicio que se intercambia, podemos hablar de mercados de bienes y servicios y mercados de factores productivos. En una economía de mercado, los mercados de bienes y servicios son los que determinan qué producir y los de factores dan respuesta a los problemas de cómo y para quién producir.
- Atendiendo al grado de competencia o a la estructura del mercado, hablamos de mercados competitivos y mercados no competitivos. En los primeros, el número de participantes es muy alto y nadie tiene poder sobre las condiciones del mercado, es decir, precios y cantidades. En los segundos, bien porque el número de participantes es más reducido o bien por otras causas que ya se explicarán más adelante, alguno de los participantes en el mercado tiene un cierto poder sobre la determinación de los precios y/o de las cantidades.
- Dependiendo del grado de regulación, los mercados pueden ser libres o intervenidos. Un mercado es libre cuando ninguna autoridad controla las condiciones del mercado, de forma que los participantes compran y venden libremente, y el precio es el resultado de la interacción de oferentes y demandantes. Hablamos de mercados intervenidos o regulados cuando los precios o las cantidades son determinados por alguien ajeno al mercado.
- También es frecuente oír hablar de los llamados «mercados negros». Estos se refieren a los mercados que funcionan al margen de la legalidad existente, bien porque lo que se intercambia son bienes y servicios no legales, o bien porque las actividades que realizan escapan al control de las autoridades económicas y no se contabilizan en el producto nacional de un país.

El término mercado también se emplea para referirse a la demanda de consumo potencial o estimado. El concepto clásico de mercado de libre competencia define un tipo de mercado ideal, en el cual es tal la cantidad de agentes económicos interrelacionados, tanto compradores como vendedores, que ninguno de ellos es capaz de modificar el precio (competencia perfecta), será distinta de la que se genera en un mercado donde concurren un número reducido de vendedores oligopolio. Como caso extremo, donde la competencia es inexistente, se destaca aquel en el que el mercado es controlado por un solo productor monopolio. En cualquiera de estas situaciones cabe que los productores compartan el mercado con gran cantidad de compradores, con pocos o con uno solo. Atendiendo a la estructura interna, el número de agentes que participan en el mercado y el nivel de competencia, se pueden clasificar en:

- Mercados de competencia perfecta.
- Mercados de competencia imperfecta.

### **3.8.5. Mercado de competencia perfecta**

Se sabe que no todos los mercados son eficientes en el sentido de que no en todos ellos existen unas condiciones técnicas llamadas de competencia perfecta. Los mercados eficientes o de competencia perfecta son aquellos en los que se asume que existen tantos vendedores como compradores de un mismo bien o servicio que ninguno de ellos, actuando independientemente, puede influir sobre la determinación del precio y que éste a su vez, está dado y es fijado por las mismas fuerzas del mercado.

La competencia perfecta es, de alguna manera, una representación idealizada de los mercados de bienes y de servicios en la que la interacción recíproca de la oferta y la demanda determina el precio. Un mercado de competencia perfecta es aquel

en el que existen muchos compradores y muchos vendedores, de forma que ningún comprador o vendedor individual ejerce influencia decisiva sobre el precio. Pero, para que esto ocurra, debe cumplirse estos siete elementos:

1. Existencia de un elevado número de oferentes y demandantes. La decisión individual de cada uno de ellos ejercerá escasa influencia sobre el mercado global.
2. Homogeneidad del producto. No existen diferencias entre los productos que venden los oferentes.
3. Transparencia del mercado. Todos los participantes tienen pleno conocimiento de las condiciones generales en que opera el mercado.
4. Libertad de entrada y salida de empresas. Todas las empresas, cuando lo deseen, podrán entrar y salir del mercado.
5. Libre acceso a la información.
6. Libre acceso a recursos.
7. Beneficio igual a cero en el largo plazo.

La esencia de la competencia perfecta no está referida tanto a la rivalidad como a la dispersión de la capacidad de control que los agentes económicos pueden ejercer sobre la marca del mercado. Cuando se viola o no se cumple con alguno de los requisitos para la competencia perfecta se produce un fallo de mercado. Un fallo en el mercado es cuando uno de estos elementos tiene mayor poder sobre el otro. Es decir, uno de ellos sí puede controlar el mercado en que se lleva a cabo.

### **3.8.6. El funcionamiento de los mercados en competencia perfecta**

En un mercado libre de restricciones o mercado con competencia perfecta, se dice que la oferta y la demanda de los diferentes bienes determinan un precio de equilibrio para cada bien, y a dicho precio las empresas deciden libremente que cantidad producir. Por consiguiente, el mercado determina el precio y cada empresa acepta este precio como un dato fijo sobre el que no puede influir. Cuando la

demanda de un producto no afecte significativamente a posibles productos complementarios o suplementarios, podrá definirse la curva de demanda y determinar el equilibrio parcial para un mercado de un sólo bien. A partir del precio de equilibrio cada empresa individual producirá la cantidad que le indique su curva de oferta para ese precio concreto (Kotler, 2012) La curva de oferta de cada empresa está condicionada por su costo de producción. (se le llama también costo marginal en términos más precisos).

Al precio que se determine en el equilibrio de un mercado competitivo las empresas no tendrán, en general, los mismos beneficios. Esto se deberá a que, si bien suponemos que todas las empresas conocen la misma tecnología a corto plazo, las instalaciones fijas de cada empresa serán diferentes, de forma que los costos y beneficios serán distintos.

Aunque esta situación puede existir en el corto plazo (mientras no sea posible alterar el tamaño de la empresa), no se mantendrá en cuanto las organizaciones logren readaptar sus procesos productivos. Además, los beneficios que obtengan las empresas más eficientes serán tenidos en cuenta por las compañías de otros mercados o sectores. De nuevo, en el corto plazo, éstas no podrán abandonar el sector en el que se encuentran, pero tan pronto como puedan liquidar sus instalaciones, lo harán.

Así, en un mercado de competencia perfecta hay una tendencia a que se minimicen los costes y se equiparen así los beneficios.

El término "se vacía el mercado", proviene de lo mismo: se cumple el objetivo de la competencia perfecta, el cual es maximizar los excesos de oferta por parte de los empresarios, y el exceso de demanda por los consumidores. Un "mercado vacío" es aquel en el que se vendió y compró todo lo que se produjo.

### **3.9. Denominaciones y tipos de mercado**

Los mercados se pueden dividir por el lugar en el que se desenvuelven, los mismos que se describen a continuación.

- Mercado internacional o mercado exterior: Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
- Mercado nacional o mercado interior: Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
- Mercado regional: Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.
- Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo: Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.
- Mercado metropolitano: Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
- Mercado local: Es el que se desarrolla en las tiendas establecidas o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.

A modo de ejemplo, se muestran los siguientes tipos de mercado internacional que a la vez constituyen un mercado regional son:

- Mercado interior de la Unión Europea
- Mercosur (Mercado Común del Sur)

### **3.10. Por su naturaleza**

La clasificación de los mercados por su naturaleza se clasifica de acuerdo con los tipos de mercado en que se desenvuelve. Estos pueden ser financieros, de bonos, de capitales, de valores. Mismos que serán definidos a continuación.

- a. Mercados financieros: es un mecanismo que permite a los agentes económicos el intercambio de activos financieros. En general, cualquier mercado de materias primas podría ser considerado como un mercado financiero si el propósito del comprador no es el consumo inmediato del producto, sino el retraso del consumo en el tiempo a debida correspondencia.
- b. Mercado de bonos: es un mercado financiero donde los participantes compran y venden títulos de deuda, usualmente en la forma de bonos
- c. Mercado de capitales: son un tipo de mercado financiero en los que se ofrecen y demandan fondos o medios de financiación a mediano y largo plazos. Frente a ellos, los mercados monetarios son los que ofrecen y demandan fondos (liquidez) a corto plazo.
- d. Mercado de valores: son un tipo de mercado de capitales en el que se negocia la renta variable y la renta fija de una forma estructurada, a través de la compraventa de valores negociables. Permite la canalización de capital a medio y largo plazo de los inversores a los usuarios.
- e. Mercado primario: el mercado primario o mercado de emisión es aquel mercado financiero en el que se emiten valores negociables y en el que por tanto se transmiten los títulos por primera vez. Los mercados de valores se dividen en mercados primarios y secundarios, separando la fase de emisión de valores y la de su negociación posterior.
- f. Mercado secundario: es una parte del mercado financiero de capitales dedicado a la compraventa de valores que ya han sido emitidos en una primera oferta pública o privada, en el denominado mercado primario.
- g. Mercado bilateral: es un mercado en el que un grupo de usuarios genera una externalidad sobre otro distinto, existiendo una plataforma que los pone en contacto. Ejemplos de mercados bilaterales son: Las tarjetas de crédito, Las consolas de videojuegos, Las agencias de citas. Los sitios web de subastas.
- h. Mercado cautivo: se denomina mercado cautivo a aquel en el cual existen una serie de barreras de entrada que impiden la competencia, y convierten al mercado en un monopolio u oligopolio. Es el contrario al libre mercado.

- i. Mercado gris: es un término proveniente del idioma inglés que se refiere al flujo de mercancías que se realiza a través de los canales de distribución diferentes a los autorizados por el fabricante o el productor. A diferencia del mercado negro, las mercancías 'grises' no son ilegales
- j. Mercado libre: sistema en el que el precio de los bienes o servicios es acordado por el consentimiento entre los vendedores y los consumidores, mediante las leyes de la oferta y la demanda. Requiere para su implementación de la existencia de la libre competencia, lo que a su vez requiere que entre los participantes de una transacción comercial no haya coerción, ni fraude, entre otros, o, más en general, que todas las transacciones sean voluntarias.
- k. Mercado negro: término utilizado para describir la venta clandestina e ilegal de bienes, productos o servicios, violando la fijación de precios o el racionamiento impuesto por el gobierno o las empresas.
- l. Mercado laboral o Mercado: de trabajo mercado en donde confluyen la demanda y la oferta de trabajo. El mercado de trabajo tiene particularidades que lo diferencian de otro tipo de mercados (financiero, inmobiliario, de materias primas, entre otros.) ya que se relaciona con la libertad de los trabajadores y la necesidad de garantizar la misma. En ese sentido, el mercado de trabajo suele estar influido y regulado por el Estado a través del derecho laboral y por una modalidad especial de contratos, los convenios colectivos de trabajo.

### **3.11. El mercado desde el mercadeo**

Desde el punto de vista del marketing, el mercado está formado por todos los consumidores o compradores actuales y potenciales de un determinado producto (Martínez y Ruiz, 2014). El proceso de medición es un aspecto fundamental en la investigación de mercados. La medición de los fenómenos de mercado es esencial

para el proceso de suministrar información significativa para la toma de decisiones. Los aspectos que son medidos comúnmente son: el potencial del mercado para un nuevo producto, los compradores de grupos según las características demográficas o psicográficas, las actitudes, percepciones o preferencias de los compradores hacia una nueva marca, o determinar la efectividad de una nueva campaña publicitaria. Para muchos proyectos de investigación, el error de medición puede ser considerablemente mayor que el error muestral. El hecho de tener una comprensión clara del problema de medición y la forma de controlar este error es un aspecto importante en el diseño de un proyecto eficaz de investigación de mercados. La tarea de seleccionar y diseñar las técnicas de medición es responsabilidad del especialista de investigación. Sin embargo, con frecuencia la persona que toma decisiones debe aprobar las técnicas de medición recomendadas y necesita estar segura de que estas técnicas sean eficaces en el control del error de medición. El tamaño de un mercado, desde este punto de vista, guarda una estrecha relación con el número de compradores que deberían existir para una determinada oferta. Todos los integrantes del mercado deberían reunir tres características

- I. Deseo
- II. Renta
- III. Posibilidad de acceder al producto.

### **3.12. Marco Legal**

En Guatemala es necesario registrar toda empresa en el Registro Mercantil y luego, se hace la inscripción en la Superintendencia de Administración Tributaria (SAT). Junto con estos dos trámites, es necesario acudir al Instituto Guatemalteco de Seguridad Social (IGSS), esto porque los extintores se encuentran dentro del marco de la regulación de la Seguridad Industrial y Salud Ocupacional. Las normas OHSAS (*Occupational Health and Safety Assessment Series, por sus siglas en inglés*) se refiere a una serie de especificaciones sobre la salud y seguridad en el

trabajo, materializadas por BSI (*British Standards Institution*) en la OHSAS 18001 y OHSAS 18002. A continuación, serán definidas cada una de ellas para luego entrar en detalle a lo que corresponde con esta empresa.

### **3.12.1. Registro mercantil**

El Registro Mercantil se creó como una institución estatal mediante el Decreto No. 2-70, Código de comercio y según estipulan los artículos 332 y 333 y el Acuerdo Gubernativo No. 30-71 que contiene su Reglamento, que regula el funcionamiento, y fue creado con jurisdicción en toda la República, y el mismo es dirigido por un REGISTRADOR, a quien se le denomina Registrador Mercantil General de la República. En su funcionamiento el Registro Mercantil depende del Organismo Ejecutivo, por medio del Ministerio de Economía.

- **ARTÍCULO 332 Código de Comercio de Guatemala.**

REGISTRO MERCANTIL. El Registro Mercantil funcionará en la capital de la república y en los departamentos o zonas que el Ejecutivo determine. Los registradores deberán ser abogados y notarios, colegiados activos, guatemaltecos naturales, tener por lo menos cinco años de ejercicio profesional y su nombramiento lo hará el Ejecutivo por el órgano del Ministerio de Economía. El registrador de la capital deberá inspeccionar, por lo menos dos veces al año, los demás registros mercantiles y de las faltas o defectos que observaré, dará cuenta inmediatamente al Ministerio de Economía, proponiendo las medidas que estime pertinentes. El Ejecutivo por intermedio del citado Ministerio emitirá los aranceles y reglamentos que procedieren.

- **ARTÍCULO 333 Código de Comercio de Guatemala**

REGISTROS. El Registro Mercantil será público y llevará los siguientes libros: 1º. De comerciantes individuales. 2º. De sociedades mercantiles. 3º. De empresas y establecimientos mercantiles. 4º. De auxiliares de comercio. 5º. De presentación de documentos. 6º. Los libros que sean necesarios para las demás inscripciones que requiere la ley. 7º. Índices y libros auxiliares. Estos libros, que podrán formarse por el sistema de hojas sueltas, estarán foliados, sellados y rubricados por un juez de Primera Instancia de lo civil, expresando en el primero y últimos folios la materia a que se refieran. Los libros del Registro Mercantil podrán ser reemplazados en cualquier momento y sin necesidad de trámite alguno, por otros sistemas más modernos.

Es esta la entidad la encargada de realizar los siguientes trámites:

- ✓ Guía Registral de Auxiliares de Comercio
- ✓ Guía Registral de Empresas
- ✓ Guía Registral de Sociedades
- ✓ Autorización De Libros
- ✓ Manual de Consultas en Línea
- ✓ Cambio de dirección fiscal de sociedad patente de comercio de sociedad
- ✓ Cambio de dirección comercial y fiscal de una empresa mercantil individual
- ✓ Cambio de propietario de empresa mercantil por proceso sucesorio
- ✓ Cancelación del aviso de emisión de acciones
- ✓ Cancelación Nombramiento del representante legal
- ✓ Certificación Negativa de Patente
- ✓ Clausura de empresa mercantil
- ✓ Disolución y liquidación de sociedad

- ✓ Inscripción de sucursal de sociedad extranjera por plazo indefinido
- ✓ Inscripción de actas de asamblea Generales
- ✓ Inscripción de auxiliares de comercio
- ✓ Inscripción de aviso de emisión de acciones
- ✓ Inscripción de Empresa mercantil en la ventanilla ágil plus (cuando el comerciante no tiene NIT)
- ✓ Inscripción de empresa mercantil y comerciante individual
- ✓ Inscripción de fusión de sociedad
- ✓ Inscripción de Mandato
- ✓ Inscripción de Modificación de cambio de nombre comercial empresa individual
- ✓ Inscripción de Modificación de cambio o ampliación de objeto de empresa mercantil
- ✓ Inscripción de Sociedades Mercantiles
- ✓ Inscripción de Sucursal de Sociedad extranjera temporal 2 años
- ✓ Modificación de Sociedad
- ✓ Modificación de sucursales de sociedades extrajeras
- ✓ Reducción de Capital de Sociedades
- ✓ Reposición de Patente de Empresa o Sociedad
- ✓ Retiro de Sucursal de Sociedad Extranjera
- ✓ Revocatoria de Mandato
- ✓ Segundo razonamiento de auxiliares de comercio o de testimonios de escritura constitutiva de sociedad
- ✓ Transformación de Sociedad
- ✓ Traspaso de Empresa

Para el caso de esta empresa, los trámites que deben realizarse son los siguientes:

### **3.12.2. Superintendencia de Administración Tributaria-SAT-**

El proyecto de la creación y puesta en operación de la SAT se inició en septiembre de 1997 con la integración de un equipo de trabajo responsable de administrarlo. El objetivo general del proyecto consistió en crear, diseñar y poner en funcionamiento una institución autónoma y descentralizada, moderna, eficiente y eficaz, que se hiciera cargo de la administración tributaria y aduanera, y que fuera capaz de incrementar los ingresos tributarios en forma sostenida, honesta y transparente. La creación de la SAT fue aprobada por el Congreso de la República, según Decreto Número 1-98, el cual entró en vigor a partir del 21 de febrero de 1998.

La SAT es una entidad estatal descentralizada, con competencia y jurisdicción en todo el territorio nacional, para ejercer con exclusividad las funciones de administración tributaria, contenidas en la legislación. La Institución goza de autonomía funcional, económica, financiera, técnica y administrativa y cuenta con personalidad jurídica, patrimonio y recursos propios.

### **3.12.3. Instituto Guatemalteco de Seguridad Social**

Como una consecuencia de la segunda guerra mundial y además de la difusión de ideas democráticas en el mundo, el 20 de octubre de 1944 se derrocó al gobierno del General Federico Ponce Vaides y se eligió un gobierno democrático, bajo la presidencia del Dr. Juan José Arévalo. El Gobierno de Guatemala de aquella época, gestionó la venida al país de dos técnicos en materia de Seguridad Social. Ellos fueron el Lic. Oscar Barahona Streber (de Costa Rica) y el Actuario Walter Dittel (de Chile), quienes hicieron un estudio de las condiciones económicas, geográficas, étnicas y culturales de Guatemala. El resultado de este estudio lo publicaron en un libro titulado "Bases de la Seguridad Social en Guatemala". Al promulgarse la

Constitución de la República de aquel entonces, el pueblo de Guatemala encontró entre las Garantías Sociales en el artículo 63, el siguiente texto:

"SE ESTABLECE EL SEGURO SOCIAL OBLIGATORIO". La Ley regulará sus alcances, extensión y la forma en que debe de ser puesto en vigor. El 30 de octubre de 1946, el Congreso de la República de Guatemala, emite el Decreto número 295, "LA LEY ORGANICA DEL INSTITUTO GUATEMALTECO DE SEGURIDAD SOCIAL". Se crea así "Una Institución autónoma, de derecho público de personería jurídica propia y plena capacidad para adquirir derechos y contraer obligaciones, cuya finalidad es aplicar en beneficio del pueblo de Guatemala, un Régimen Nacional, Unitario y Obligatorio de Seguridad Social, de conformidad con el sistema de protección mínima" (Cap. 1º, Art. 1º). Un Régimen Nacional, Unitario y Obligatorio, esto significa que debe cubrir todo el territorio de la República, debe ser único para evitar la duplicación de esfuerzos y de cargas tributarias; los patronos y trabajadores de acuerdo con la Ley, deben de estar inscritos como contribuyentes, no pueden evadir esta obligación, pues ello significaría incurrir en la falta de previsión social. La Constitución Política de la República de Guatemala, promulgada el 31 de mayo de 1985, señala en el artículo 100: "Seguridad Social. El Estado reconoce y garantiza el derecho de la seguridad social para beneficio de los habitantes de la Nación".

### **3.13. Ohsas**

Bajo estas siglas se le conoce a un sistema de gestión en seguridad y salud ocupacional que ayuda a proteger a la empresa y a sus empleados. Ohsas 18001 es una especificación internacionalmente aceptada que define los requisitos para el establecimiento, implantación y operación de un Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Ocupacional efectivo.

Para complementar Ohsas 18001, BSI (British Standard Institution, por sus siglas en inglés) ha publicado Ohsas 18002, la cual explica los requisitos de especificación y muestra cómo trabajar a través de una implantación efectiva de un SGSSL (Sistema de Gestión en Seguridad y Salud Laboral). Ohsas 18002 proporciona una guía y no está pensada para una certificación independiente.

La Ohsas 18001 está dirigida a organizaciones comprometidas con la seguridad de su personal y lugar de trabajo. Está también pensada para organizaciones que ya tienen implementadas una SGSSL, pero desean explorar nuevas áreas para una potencial mejora.

Esta organización tiene relación por el complemento que tiene junto con las normas descritas por parte del IGSS.

### **3.14. Cifras y datos estadísticos según Organización Mundial de la Salud (OMS)**

Según OMS, una quemadura es una lesión a la piel u otro tejido orgánico causado principalmente por el calor o la radiación, la radioactividad, la electricidad, la fricción o el contacto con productos químicos.

A las quemaduras térmicas (las que son provocadas por el calor) se producen cuando algunas o todas las células de la piel u otros tejidos son destruidas por:

- Líquidos calientes (escaldaduras)
- Objetos sólidos calientes (quemaduras por contacto)
- Llamas (quemaduras por llama)

Las quemaduras constituyen un problema de salud pública a nivel mundial y que provocan alrededor de 180000 muertes al año, estando la mayoría en los países con bajo o medio ingreso. Las quemaduras no fatales son una de las principales

causas de morbilidad, incluyendo la hospitalización prolongada, la desfiguración y la discapacidad, que genera estigmatización rechazo.

Al describir quiénes se encuentran más vulnerables a las quemaduras, estas se dividen por:

- De acuerdo al sexo, se estima que las muertes por quemaduras son ligeramente mayores en las mujeres que en los hombres. Las mujeres están más expuestas al riesgo asociado con la cocina al aire libre o con el uso de cocinas peligrosas que pueden comprometer la ropa.
- Según la edad, junto con las mujeres adultas, los niños son especialmente un poco más vulnerables a las quemaduras. Siendo las quemaduras la quinta causa con más recurrencia, de lesiones no fatales durante la infancia.

Según Juárez Rodríguez (Trabajo de graduación, Médica y cirujana, 1999), indica que, después de la revisión de 383 expedientes, encontró que son los hombres y los menores a tres años los más afectados en las quemaduras, esto de acuerdo a los registros del Hospital General San Juan de Dios. Las quemaduras se presentan mayormente en el hogar, viéndose afectados principalmente los miembros superiores e inferiores y la mayoría se encontraba entre el 1-10% de superficie corporal total quemada.

De estos registros llama la atención que la mayor parte de los casos se debieron a escaldaduras independientemente de la edad del paciente, presentando menos del 10% de superficie corporal quemada, lo cual podría permitir el tratamiento ambulatorio y así con ello, se disminuiría el número de ingresos hospitalarios.

Se ha visto que son los niños y los ancianos son los más expuestos a quemaduras en comparación con los demás grupos etarios. Quizá sea por desconocimiento o por una disminución de los reflejos y de la sensibilidad.

El hogar es uno de los lugares con mayor frecuencia en accidentes. Un estudio realizado en República Dominicana en 1993, revela que de 1029 pacientes hospitalizados por quemaduras en el hospital Doctor Robert Reid, el 62.2% correspondieron a accidentes en el hogar.

### **3.15. Datos estadísticos de quemaduras, según cuerpo de bomberos**

En la ciudad de Guatemala se encuentran dos cuerpos de bomberos, tanto los Municipales como los Voluntarios. En conjunto, responden bajo las siguientes directrices:

1. Prevenir y combatir incendios.
2. Auxiliar a las personas y sus bienes con casos de incendios, accidentes, desastres, calamidades públicas y otros similares.
3. Promover campañas de educación y prevención, periódicamente, tendientes a evitar siniestros.
4. Revisar y emitir certificados de seguridad en materias de su competencia, a nivel nacional.
5. Prestar la colaboración que se le solicite por parte del estado y personas necesitadas, en asuntos que sean materia de su competencia y no contravengan su naturaleza.

Es, bajo las premisas anotadas en el punto 1, prevenir y combatir incendios, se pueden obtener los siguientes datos:

- Incendios atendidos en áreas residenciales.

- Incendios atendidos en carreteras.
- Incendios atendidos en áreas industriales.
- Incendios de vehículos automotores.

Dado el alto número de casos atendidos por incendios provocados por conatos mal controlados, es que nace la necesidad de proporcionar más y mejores herramientas para los ciudadanos, a modo de minimizar los resultados negativos o fatales.

### 3.15.1. Entrevista a bombero

A continuación, se describe una entrevista que se tuvo a uno de los bomberos, por razones de seguridad no se pondrá nombre ni al cuerpo de bomberos al que pertenece.

Entrevistador: A.

Entrevistado: B.

A: En un día promedio, ¿cuántas llamadas se reciben por incendios en casas?

B: Aproximadamente unas 10.

A: De esas 10, ¿algunos incendios pudieron haberse quedado en conato de incendio?

B: Sí, muchos de ellos, cuando son en casas, se deben a fugas de gas o porque se quema algún trapo en la estufa, sea de gas o de leña.

A: ¿Considera que, si se tuvieran extintores en las casas y si la capacitación de los mismos fuera periódica, estos incendios se reducirían?

B: Claro, pero como dijo, lo importante es mantener las capacitaciones porque se pueden tener muchos extintores, pero es básico que la gente sepa cómo y cuándo usarlos.

A: En cuanto a incendios en vehículos, ¿estos a qué se deben?

B: Muchos de ellos se deben a corto circuitos en el motor, quizás alguna terminal de batería en mal estado o algún cable pelado.

A: De esos casos, ¿los vehículos cuentan con extintor?

B: No siempre, a veces tienen, pero no siempre sirven, algunos están ya vencidos.

A: ¿Quiénes son los más afectados en los incendios?

B: Generalmente los niños porque a veces se quedan solos en casa. Quizá haciendo alguna travesura o solo porque algo se quedó en la estufa, ellos no saben bien qué hacer. Además, los ancianos también son los perjudicados porque no siempre pueden salir a tiempo de las viviendas o de los vehículos.

A: Los bomberos tienen suficiente preparación y materiales como para tratar las quemaduras, no tan graves, ¿aun así los llevan a los hospitales o se quedan con la atención pre-hospitalaria que ustedes les brindan?

B: Algunos prefieren quedarse en casa porque confían en la atención que los paramédicos les brindaron. Pero hay casos en donde las personas prefieren que se les lleve a un centro hospitalario. Uno trabaja con lo que tiene y puede y hay veces en donde nosotros mismos les decimos que sí es necesario llevarlos porque la herida está muy expuesta o porque hay un alto riesgo a que se adquiera algún tipo de infección.

#### **4. JUSTIFICACIÓN**

Minimizar las pérdidas humanas y materiales es una de las principales razones que se tiene para optar por la creación de una empresa de venta y distribución de extintores. Se tienen registros que dentro de los primeros motivos de ocurrencia de los incendios se deben a instalaciones eléctricas, le siguen los cigarrillos y los fósforos y por último, los líquidos inflamables o los combustibles. Al contar con herramientas que eliminen o inhiban las condiciones para que un incendio se forme, es como se puede garantizar el éxito de la empresa. Salvaguardar las vidas humanas es una tarea de todos, es por ello que la venta y distribución desea poder acercarse a todos los usuarios de la Ciudad de Guatemala, para que cuenten con el producto a modo de prevención, pero listos para su utilización al momento de requerírsele.

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1. Objetivo General**

Diseñar una propuesta para la implementación de una empresa de venta y distribución de extintores.

### **5.2. Objetivos específicos**

**5.2.1.** Mostrar los pasos necesarios para implementar una empresa de venta y distribución de extintores.

**5.2.2.** Definir las necesidades que se tienen de extintores en el área metropolitana de Guatemala.

**5.2.3.** Analizar las ventajas y desventajas de la distribución o la venta de los extintores.

## **6. METODOLOGÍA**

### **6.1. Tipo de estudio**

El tipo de investigación o estudio que se empleó para este proyecto fué Investigación de caso (encuesta), para ello se definió la muestra como aquellos grupos representativos de cada una de las zonas metropolitanas de la ciudad de Guatemala. Junto con esto se hizo uso también de grupo focal, esto con el afán de tener un acercamiento más directo con los que podrían ser parte del grupo de interés del proyecto.

La unidad de análisis fueron las personas comprendidas entre 15 y 60 años que vivan en el área metropolitana de la ciudad de Guatemala (considérese de la zona 1 hasta la zona 28, según registros de la Municipalidad de Guatemala). Al tener el dato de los habitantes de las zonas se pudo realizar el cálculo respectivo.

#### **6.1.1. Encuesta**

La encuesta se elaboró con un máximo de 5 preguntas, mismas que se muestran en Anexo No. 1. El objetivo fue conocer, por medio de pregunta directa, lo que la muestra sabe del producto que se desea comerciar.

#### **6.1.2. Grupo focal**

Por medio del grupo focal se pudo conocer cómo interactúa la muestra seleccionada con respecto a la conversación alrededor del producto que se desea comercializar.

### **6.2. Selección de muestra**

Se seleccionó la muestra por medio de las muestras probabilísticas. Estas son esenciales en los diseños de investigación por encuestas en donde se pretende hacer estimaciones de variables en la población, estas variables se miden con

instrumentos de medición y se analizan con pruebas estadísticas para el análisis de datos en donde se presupone que la muestra es probabilística, donde todos los elementos de la población tienen una misma probabilidad de ser elegidos. Los elementos muestrales se consideran como valores muy parecidos a los de la población, de manera que las mediciones en el subconjunto, dieron estimados precisos del conjunto mayor. La precisión de dichos estimados depende del error en el muestreo, el que se puede calcular, pues hay errores que dependen de la medición y estos errores no pueden ser calculados matemáticamente.

Del universo que es la población en el área metropolitana de la Ciudad de Guatemala, se estimó que es de más de 3 millones, de todas las edades.

La publicación electrónica del Instituto Nacional de Estadística, permite conocer un estimado de la población con que se contaba en el país de Guatemala para el 2015, de donde se muestra la siguiente la siguiente tabla.

Tabla II. Población de Guatemala, por sexo. 2015

Sexo	Población	Porcentaje
Hombres	7,163,013	48.94%
Mujeres	7,473,474	51.06%
Total	14,636,487	100.00%

Fuente: ENCOVI 2011

Tabla III. Población por municipio y sexo

Municipio	Total	Hombres	Mujeres
Guatemala	3,134,246	1,482,525	1,651,751

Fuente: Censos Municipales 208-2011

De las tablas I y II se pueden estimar los valores de la población municipal para así tener un aproximado de la población que se utilizará como muestra.

### **6.3. Variables**

La correcta determinación de las variables permitió establecer los puntos de partida para la planificación y ejecución de las encuestas, lo que proporcionó datos relevantes para la propuesta de negocio.

#### **6.3.1. Variables independientes**

1. Edad de las personas objeto de estudio
2. Actividad a la que pertenecen las personas dentro del estudio

#### **6.3.2. Variables dependientes**

1. Conocimiento de puntos de venta de extintores
2. Uso y aplicaciones de los extintores

### **6.4. Métodos estadísticos**

Con la información recopilada en la encuesta se realizará la tabulación de los datos por medio de métodos matemáticos y estadísticos, así mismo la elaboración de tablas y gráficas para el análisis final de los resultados. Se usará también el NPS (*net promoter score*, por sus siglas en inglés) se usará para medir la lealtad de los clientes del producto que se desea comercializar, para saber en qué medida estarán comentando y promoviendo el producto. Ayudará además a determinar necesidades básicas como promociones, cambios de imagen, segmento, puntos de ventas, entre otros.

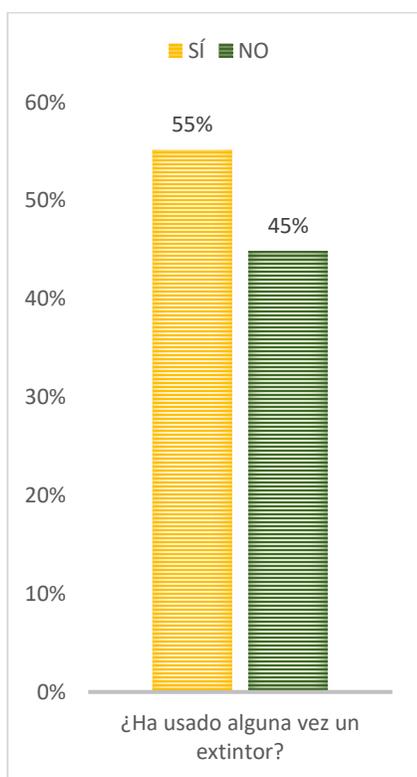
## 7. RESULTADOS

### 7.1. De encuesta

Para la realización de la encuesta, se utilizó la herramienta de Formularios de Google.

En la tabla IV se muestra que son 16 las personas que dijeron que sí han usado algún extintor, mientras que son 13 los que no lo han hecho.

Figura 12. Uso de extintor



Fuente: elaboración propia

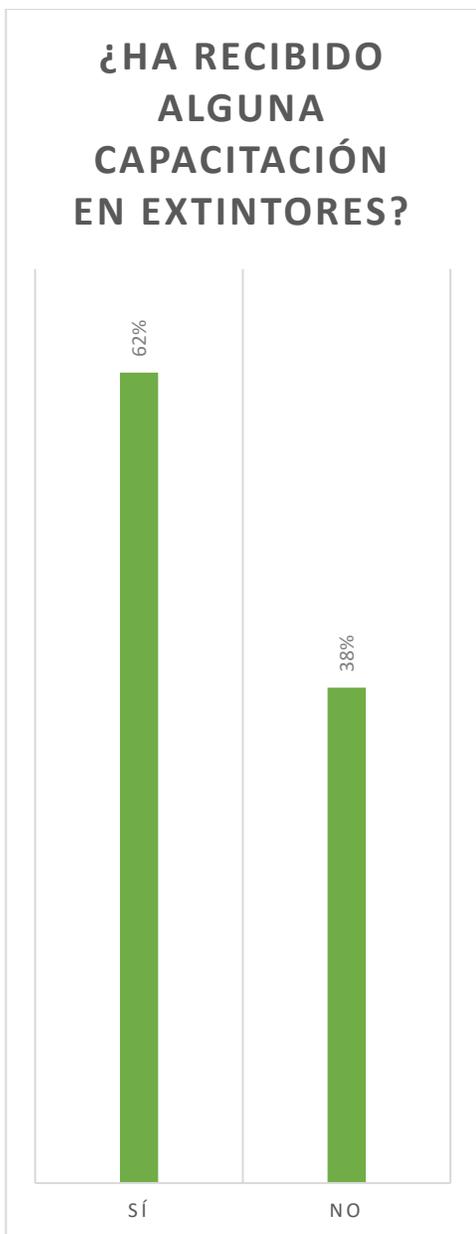
Tabla IV. Uso de extintor

¿Ha usado alguna vez un extintor?	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia %
<b>Sí</b>	16	16	55%
<b>No</b>	13	29	45%
<b>Total</b>	29		100%

Fuente: elaboración propia

En la tabla V se observa que son 18 las personas los que han recibido capacitación en el uso de extintores, con una contraparte de 11 personas.

Figura 13. Capacitación de extintores



Fuente: elaboración propia

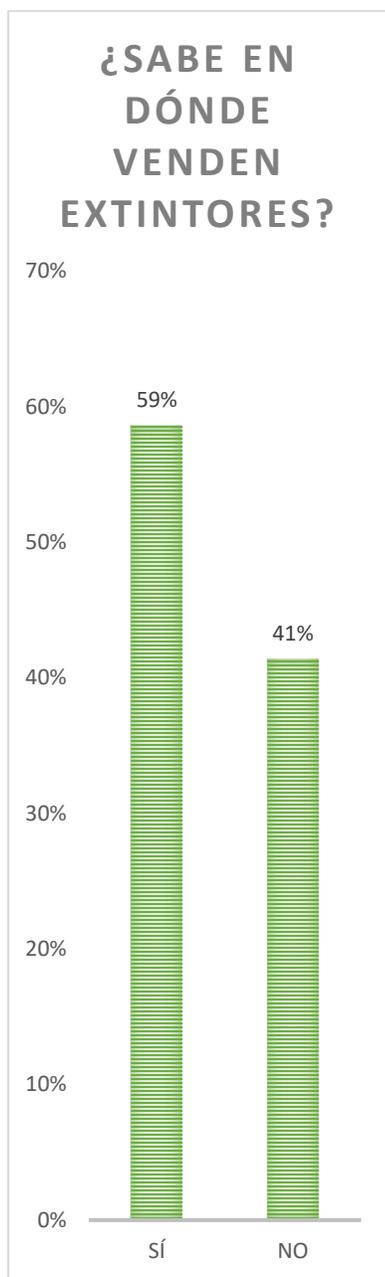
Tabla V. Capacitación de extintores

¿Ha recibido alguna capacitación en extintores?	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia %
<b>Sí</b>	18	18	62%
<b>No</b>	11	29	38%
<b>Total</b>	29		100%

Fuente: elaboración propia

La tabla VI muestra la cantidad de personas que saben en dónde se venden los extintores, 17 para sí y 12 para no.

Figura 14. Venta de extintores



Fuente: elaboración propia

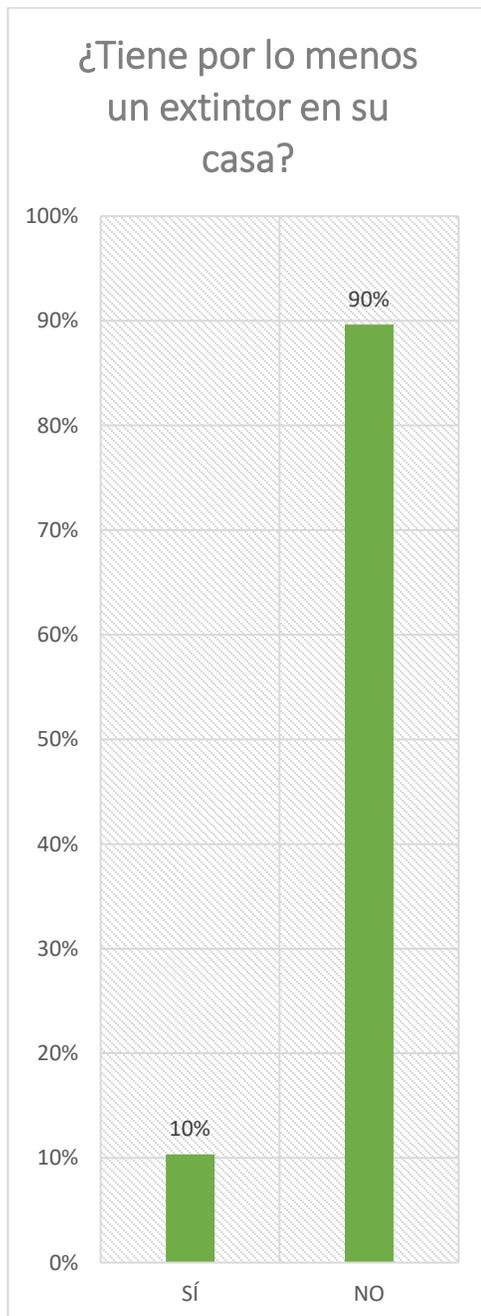
Tabla VI. Venta de extintores

¿Sabe en dónde venden extintores?	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia %
<b>Sí</b>	17	17	59%
<b>No</b>	12	29	41%
<b>Total</b>	<b>29</b>		<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

En la tabla VII se muestra la cantidad de personas que tienen por lo menos un extintor en casa, 3 para sí y 26 para no.

Figura 15. Extintores en casa



Fuente: elaboración propia

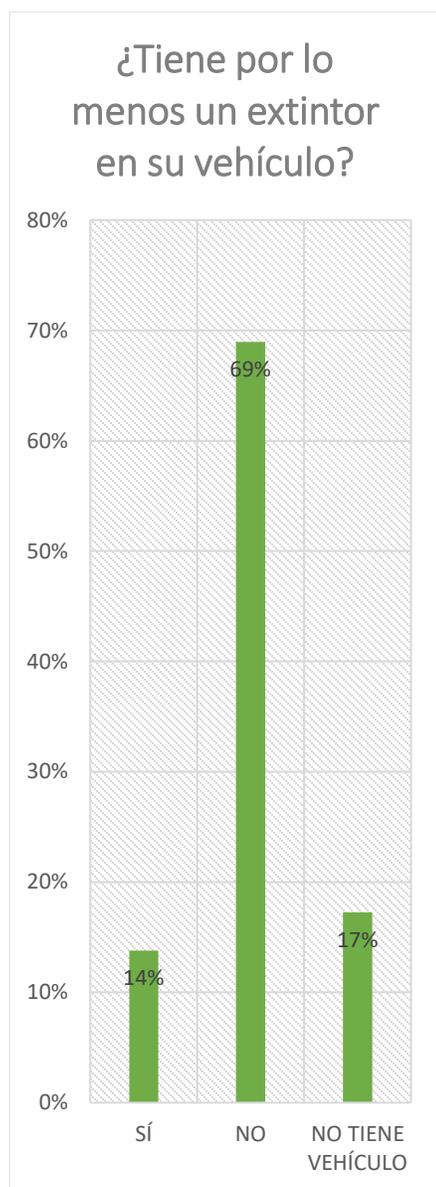
Tabla VII. Extintores en casa

¿Tiene por lo menos un extintor en su casa?	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia %
<b>Sí</b>	3	3	10%
<b>No</b>	26	29	90%
<b>Total</b>	<b>29</b>		<b>100%</b>

Fuente: elaboración propia

La tabla VIII muestra la cantidad de personas que tienen extintor en su vehículo, siendo 4 para sí, 20 para no y se tienen 5 para los que no tienen vehículo.

Figura 16. Extintor en vehículo



Fuente: elaboración propia

Tabla VIII. Extintor en vehículo

¿Tiene por lo menos un extintor en su vehículo?	Frecuencia	Frecuencia acumulada	Frecuencia %
<b>Sí</b>	4	4	14%
<b>No</b>	20	24	69%
<b>No tiene vehículo</b>	5	29	17%
<b>Total</b>	29		100%

Fuente: elaboración propia

## 7.2. De grupos focales

Los grupos focales sirven para conocer reacciones casi inmediatas previamente seleccionados. Para este caso, se utilizaron dos grupos, con las siguientes características:

<b>Características</b>	<b>Grupo 1</b>	<b>Grupo 2</b>
<i>Rango de edades</i>	15-25 años	23-40 años
<i>Nivel académico</i>	Desde primaria a universitario	Desde primaria a universitario
<i>Tiene vehículo</i>	Algunos, no todos	Algunos, no todos
<i>Estudia o trabaja</i>	La mayoría estudia, pocos trabajan	La mayoría trabajan, pocos estudian

Ambos grupos estuvieron conformados por 12 personas. Los resultados se muestran a continuación:

### **Grupo 1**

Para este grupo, se encontró que 8 personas son mujeres mientras que 4 son hombres. 7 personas saben que es importante saber usar un extintor, dentro de ellos, se encontraban 4 hombres y 3 mujeres. En cuanto a la comodidad del uso del inhibidor de fuego, 11 se mostraron cómodos con la utilización del mismo mientras que 2 tardaron un poco más en poder accionarlo. De los seleccionados, únicamente 10 tuvieron por lo menos una charla en su establecimiento educativo mientras que 2 lo sabían por alguna fuente no oficial. Se les preguntó además si en alguna

ocasión se vieron en la necesidad de usar algún extintor, pero los 12 dijeron que no habían estado en una situación de uso.

Se les preguntó además si sabían que hay diferentes tipos de fuego y que cada uno de ellos tienen diferentes tratamientos para eliminarlos. A ello, 10 contestaron que sí, siendo 3 hombres y 7 mujeres. De los 2 restantes contestaron que no sabían.

## **Grupo 2**

Para este grupo, se cuenta con 8 mujeres y 4 hombres, habiendo únicamente 3 de 23 años, con 2 mujeres. 4 de 30 años, con 3 mujeres. 5 de 35, con 3 mujeres. Las respuestas acá cambiaron un poco, en relación con el grupo 1. Para este caso, 10 de 12 ya han recibido capacitación en extintores, con 4 hombres en este caso.

Para el caso de si lo tienen en su casa, únicamente una mujer de 35 años y un hombre de 23 contestaron que sí, que sí lo tienen en sus casas. En cuanto a puntos de venta, únicamente 3 contestaron saber en dónde los venden, únicamente 2 mujeres y 1 hombre. En cuanto a manejo del inhibidor de fuego, los 12 mostraron comodidad en cuanto al mínimo ensamble que debe realizarse para su funcionamiento.

En ambos grupos, coincidieron que están conscientes de que el dispositivo es para un único uso, es decir, se usa una sola vez y el envase debe ser desechado. En cuanto a los precios, la mayoría se mostró conforme en que no pasara de los Q 50.00 por unidad.

## 8. DISCUSIÓN DE RESULTADOS

De los datos estadísticos de quemaduras, según cuerpo de bomberos, es posible poner en evidencia que muchos de los fuegos se deben a conatos mal controlados. Cuando se dice que son conatos, es que es la etapa inicial que puede ser controlado o extinguido mediante extintores portátiles, sistemas fijos contra incendio u otros medios convencionales sin la necesidad de utilizar ropa y equipo de bombero.

En la entrevista realizada a un bombero, este indica que, de recibir mejor preparación prehospitalaria, no fueran necesarias tantos traslados. Esto genera utilización de recursos en actividades que pudieran ser atendidas en el lugar de la emergencia. A esto se puede agregar que la falta de educación en cuanto al fuego y a los diferentes tipos, se tiene como consecuencia que se desarrollen incendios. Estos pueden ir desde una inadecuada instalación eléctrica, hasta actividades cotidianas en cocinas.

En cuanto al uso de extintores, teniendo una muestra de 29 personas, fue posible encontrar que, únicamente el 55% ya ha usado un extintor. Esto es posible que se deba a la industria a la que pertenezcan, los puestos que desempeñan y a las medidas de seguridad industrial que hay en el área de trabajo. Los datos se pueden observar en la tabla I.

Diferente al uso se encuentra la capacitación recibida, datos que se muestran la tabla II indican que un 62% ha recibido capacitación para el uso de extintores, con una sutil diferencia al 55% de personas que han hecho uso de un extintor. Muestra pues que, lo que se busca es que la teoría vaya junto con la práctica, es decir, que junto con la enseñanza exista la práctica para que se puede conocer realmente cómo es el uso y aplicaciones adecuadas de un extintor.

El dato se mantiene dentro de los resultados de los anteriores párrafos, con un 59% de personas quienes saben en donde venden extintores. Aun así, en relación con la cantidad de incendios que se dan tanto en casa como en el área de trabajo, que debe ser un dato que de preferencia rondara entre un 85% para garantizar que la población metropolitana se encuentra lista para las posibles eventualidades, de las que no se está exento. Este dato se puede observar en la tabla III.

Los datos en cuanto a tener un extintor en casa como en el vehículo, se ha evidenciado en las tablas IV y V, respectivamente. Se podría decir que aún si se recomienda en los implementos que se deben tener tanto en casa como en el vehículo, son pocas las personas quienes previsoramente tienen por lo menos un extintor.

En cuanto a los grupos focales, al dividirlos en dos fue posible tener dos rangos de edades diferentes entre ambos, junto con diferencias del tipo de estudiante y/o trabajador. Ambos grupos presentaron una respuesta positiva en cuanto a la manipulación del artefacto. Un porcentaje de casi el 30% conoce en donde venden extintores, pero en su mayoría, se muestran interesados en cuanto a tener uno en casa y para los que tienen vehículo, tener uno allí también.

La falta de educación en cuanto a los tipos de fuego, así como a la manera correcta de combatirlos es una constante en este documento. Tanto los bomberos como los mismos médicos en los hospitales concluyen que son acciones que pudieron haberse prevenido. Desde la manipulación de líquidos calientes hasta haber usado arena como medio inhibidor del fuego.

## **9. ELEMENTOS DE PROPUESTA DE NEGOCIO**

De acuerdo a los resultados obtenidos, tanto de las encuestas como del grupo focal, se observa que existe un nicho de mercado para ser atendido. Los extintores fácil uso tienen el potencial de compra derivado del espacio pequeño que requieren para su almacenaje, siendo posible llevarlo en el vehículo sin que este ocupe mucho espacio.

Al observar estas ventajas, junto con los pasos que se debn seguir para poner en marcha un negocio, de acuerdo a la normativa nacional, la propuesta de negocio descansa sobre las bases de la rentabilidad garantizada que se tiene.

### **9.1. Pasos para iniciar un negocio**

#### **9.1.1. Procedimientos legales de acuerdo con el Registro Mercantil**

Para iniciar un negocio, es importante reconocer que se deben seguir algunos pasos. Para el caso de una empresa que desee realizarlo como una Sociedad Anónima, se detallan a continuación las actividades que debe realizar en el Registro Mercantil, previo a iniciar con la venta del producto.

- **Código de Comercio**

El Código de Comercio, en su artículo 86 establece que Sociedad Anónima es la que contiene capital dividido y representado por acciones. La responsabilidad de cada accionista está limitada al pago de las acciones que hubiere suscrito. En el anexo 2 se encuentran los pasos y junto con el tiempo estimado de trámite. Para el caso de la inscripción vía web, se muestran los pasos en el anexo 3. Esta información fue obtenida de la página web del Registro Mercantil, en el siguiente enlace:

[http://www.registromercantil.gob.gt/infopublica/instructivos/7\\_INSCRIPCION\\_DE\\_SOCIEDADES\\_NUEVAS,\\_VERSION\\_4.pdf](http://www.registromercantil.gob.gt/infopublica/instructivos/7_INSCRIPCION_DE_SOCIEDADES_NUEVAS,_VERSION_4.pdf)

Los formularios que deben presentarse son los siguientes:

CÓDIGO	NOMBRE DE DOCUMENTO O DATO
<b>FORMA SATRM-02</b>	Formularios de solicitudes de inscripción de sociedades
<b>021</b>	Recibo de pago de inscripción de sociedades
<b>003</b>	Recibo de auxiliares de comercio
<b>033</b>	Recibo de edicto
<b>018</b>	Recibo de empresa
<b>029</b>	Recibo de pago de autorización de libros

Tanto la SAT (Superintendencia de Administración Tributaria) solicita que, tanto para la emisión de facturas como para los usos de marcas, las empresas que deseen realizar actividades económicas en la República de Guatemala, tienen que tener Patente de Comercio. Es por ello que en la figura No. 17 se muestran los pasos que deben realizarse. Los artículos del Código de Comercio que se utilizan para la acreditación de la patente se encuentran detallados en la Tabla IX.

Cuando ya se cuenta con la patente de comercio es posible iniciar las actividades económicas de la empresa. Es importante recordar que el nombre comercial no exclusivamente debe coincidir con el nombre legal de la misma.

Figura 17. Pasos para obtener patente de comercio

<b>Patente de Comercio</b>	Inicio de deseo de Constitución
	Elegir Sociedad Anónima
	Verificar que no existan duplicados de empresas o razón social
	Publicación en Diario Oficial
	Inscripción Provisional
	Arancel en Registro Mercantil
	Entrega de Patente de Comercio
	Registro de Personas Jurídicas
	Fin de trámite

Fuente: elaboración propia

A modo explicativo, en la tabla No. IX se explica lo mostrado en la figura No. 17.

Tabla IX. Pasos específicos para obtener una Patente de Comercio

Artículo en Registro Mercantil	No. de paso	Nombre	Descripción
26, 96	1	Inicio de deseo de Constitución	Abogado hace investigación previa por coincidencias de nombre. Se deposita en banco la cantidad de Q. 5,000 para dar inicio a la constitución de la Sociedad Anónima
16	2	Sociedad Anónima	Con este recibo se realiza la escritura pública de constitución de sociedad anónima.
351	3	No duplicados	El abogado, realiza un testimonio y obtiene un comprobante de no duplicidad de nombre.

	4	Arancel en Registro Mercantil	Llevar estos documentos al Registro Mercantil y de acuerdo a los montos, se calcula el arancel. Adjuntar recibo de agua, luz o teléfono, junto con acta de nombramiento que justifique el lugar físico de la sociedad.
341	5	Inscripción Provisional	Presentar lo anterior en folder manila con pestaña, esto se califica y entra en una inscripción provisional.
342, 343	6	Publicación en Diario Oficial	Cuando se aprueba, se publica en diario oficial. Si luego de 8 días no hay objeción, se solicita la inscripción definitiva.
	7	Entrega de Patente de Comercio	Entrega de Patente de Comercio por parte del Registro Mercantil.
	8	Registro de personas jurídicas	La Patente se lleva al registro de personas jurídicas.

Fuente: elaboración propia

### 9.1.2. Procedimientos de mercadeo

- Mezcla de mercadeo

Así como se vio en los apartados anteriores, es importante establecer las 4 P siendo estos producto, precio, plaza y promoción. Esto se respalda con el análisis de la discusión de los resultados para poder detallar estos 4 elementos y su importancia dentro de la propuesta de negocio.

#### ✓ Producto:

El producto que se propone para el negocio es extintores tipo inhibidores de fuego, de nombre Mangiafuoco, con las características que se presentan en la tabla No. X. Es posible observar que las dimensiones entre el inhibidor Estándar y el Profesional son las mismas, cambiando únicamente el tiempo de actuación.

Tabla X. Resumen de Inhibidores de fuego

Actuación en segundos	Modelo	Tipo de fuego a inhibir	Dimensiones en centímetros	Precio a la venta en Euros
25	Estándar	ABC	25x3	38.48
50	Profesional	ABC	25X3	48.76
100	Nautica	ABC	35X3.5	59.29

Fuente: elaboración propia

Ya definido el producto que se utilizará para la propuesta de negocio es importante definir el siguiente elemento de la mezcla de mercadeo.

✓ Precio:

El precio que se colocará a los productos dependerá del capital con que el inversionista cuente además de la cantidad de productos que desee colocar en el mercado. Conocer la mejor estrategia de precios garantizará el retorno de la inversión. Considerando que en la Tabla X se menciona el precio de venta en España, se obtiene pues un estimado del costo de colocarlo en el mercado guatemalteco, debiéndosele incluir un porcentaje para obtener la utilidad necesaria.

De la definición del mercado se puede decir que este tipo de producto se encuentra teóricamente en una competencia perfecta, habiendo una considerable porción de la población que cada día se preocupa más por su seguridad.

✓ Plaza:

Últimamente ha habido un alza en cuanto a la construcción de centros comercial de varios tipos. Se los encuentra de los destinados únicamente al comercio mientras que también hay otros que mezclan operaciones de varios tipos.

Para el caso de los inhibidores de fuego, se recomienda realizarlo en aquellos centros comerciales con fácil acceso, amplia capacidad de parqueos, seguridad, entre otros. El método a elección será por localización ponderada.

Los criterios para pre-selección son los siguientes:

Tabla XI. Elementos a evaluar

Elementos a evaluar	Ponderación
Acceso al comercial	40
Capacidad de parqueo	25
Precio	35

Fuente: elaboración propia

- Criterio , acceso al comercial

El criterio Acceso al comercial se evaluará de acuerdo a reportes del departamento de tránsito. Los datos que el departamento de tránsito maneja también se maneja en medios de comunicación.

La cantidad de entradas al centro comercial es otro de los elementos a analizar.

La seguridad que el centro comercial proporciona también es parte de la evaluación.

Junto con la ponderación que se utilizará, según tabla XI, se tiene que se evaluará por porcentajes, según tabla XII. Incluyendo la explicación de la clasificación de los porcentajes.

El análisis porcentual se realiza de acuerdo a experiencia en la materia, para este caso expertos en temas de implementación de nuevos negocios así como elementos del Cuerpo de Bomberos Municipales. Los puntos mencionados anteriormente, se muestran en la tabla XII a modo de resumen.

Tabla XII. Escala porcentual de evaluación

Porcentaje (%)	Clasificación
1 a 15	Excelente
16 a 40	Muy Buena
41 a 60	Buena
61 a 70	Regular
71 a 100	Mala
0	Muy Mala

Fuente: elaboración propia

En donde

- Excelente: Cuando no se ha detectado ningún incumplimiento de especificaciones y bases establecidas anteriormente, durante el período evaluado. 1% al 15 % (40 puntos)
  - Muy buena: Cuando los cumplimientos y especificaciones establecidos están entre el 16 % y el 40 % (35 puntos).
  - Buena: Cuando los cumplimientos y especificaciones están entre el 41% y el 60% (30 puntos).
  - Regular: Cuando los cumplimientos y especificaciones están entre el 61 % y el 70 %. (20 puntos).
  - Mala: Cuando los cumplimientos y especificaciones están entre el 71 % y el 100 %. (10 puntos).
  - Muy mala: Cuando los incumplimientos y especificaciones no se aplican ni respetan las bases y/o condiciones del presente pliego. (0 punto).
- 
- Criterio 2, capacidad de parqueo  
La capacidad de parqueo será proporcionada por los diferentes centros comerciales que se encuentren dentro de los pre-seleccionados. La

existencia de estacionamiento para motocicletas y bicicletas son elementos clave, esto como consecuencia del incremento en la utilización en estos medios de transporte.

Tabla XIII. Valores de criterio del servicio

Clasificación	Ponderación
Excelente.	40
Muy Buena.	35
Buena.	30
Regular.	20
Mala.	10
Muy Mala.	0

Fuente: elaboración propia

- Criterio 3, precio

El precio en cuanto al alquiler será proporcionado por los centros comerciales. Esto se evaluará en el sentido de si el alquiler es por mes, por trimestre, por año, opción de compra, incluye servicios, entre otros.

#### Elección de Plaza

De acuerdo con las evaluaciones expuestas en la tabla XIII, se puede concluir lo siguiente:

- La mejor opción en cuanto a acceso al comercial, es C.
- La mejor opción en cuanto a capacidad de parqueo, es C.
- La mejor opción en cuanto a precio, es B y C.

Tabla XIV. Tabla de ponderación

FACTORES	PESO RELATIVO	ALTERNATIVAS						
		A%	B%	C%	A	B	C	
Acceso al comercial	40	0.35	0.7	0.2	14	28	8	<b>50</b>
Capacidad de parqueo	25	0.65	0.5	0.1	16.25	12.5	2.5	<b>31.25</b>
Precio	35	0.1	0.1	0.25	3.5	3.5	8.75	<b>15.75</b>
					<b>33.75</b>	<b>44</b>	<b>19.25</b>	

Fuente: elaboración propia

Para registro, las opciones son las siguientes:

- A: Centro Comercial Peri Roosevelt
- B: Centro Comercial Metro Sur
- C: Centro Comercial Metro Norte

✓ Promoción:

De acuerdo con la utilización de medios de comunicación y promoción que actualmente se utilizan para nuevos productos, incluyendo en ellos las redes sociales, se recomienda hacer uso de los métodos tradicionales, iniciando con los siguientes:

- Radio
- Periódico
- Vallas Publicitarias

Se recomienda además incluir anuncios en redes sociales acompañados de personajes conocidos, de prestigio, para darle valor al producto.

## 10. CONCLUSIONES

- Se diseñó de una propuesta para la implementación de una empresa de venta y distribución de extintores. Para este caso se muestra la constitución de una empresa por medio de la figura de Sociedad Anónima.
- Se mostraron los pasos necesarios para la creación de una empresa, incluyendo los solicitados por parte del Registro Mercantil así como las propuestas de la mezcla de mercado.
- Se definieron las necesidades de los extintores de acuerdo a la cantidad de incendios reportados por cuerpos de bomberos, definiendo sus causas, así como las medidas de mitigación.
- Se analizaron las ventajas y desventajas de la distribución o venta de extintores, enumerando los lugares estratégicos de colocación, la cultura de utilización de elementos de seguridad en hogares y en vehículos y la cantidad de dinero que la población está dispuesta a pagar por estos productos.

## 11. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que, al momento de decidirse por este modelo de negocio, se tome en cuenta la educación en cuanto al uso y limitantes que tiene el inhibidor de fuego, considerándosele a este punto uno de los más importante en el sentido de que es un dispositivo con operación diferente a los extintores usados normalmente.
- Los pasos mostrados en este documento, para la implementación de una empresa de venta y distribución, en cuanto a la obtención de una patente de comercio, son válidos para el año de su presentación. Se recomienda que los mismos sean investigados para asegurarse que no han cambiado y que eso represente un atraso en la ejecución de los pasos mostrados.
- Se recomienda que la comunicación en el uso de los extintores sea dirigida a la mayor cantidad de personas del área metropolitana, incluyendo a los paramédicos de los diferentes cuerpos de bomberos que atienden en el área descrita. Esto para tanto las personas particulares y los bomberos tengan conocimiento de su uso y de las posibles consecuencias por si se diera a dar un mal uso de estos.
- Se recomienda que se tengan varios tipos de canales abiertos para escuchar y así entender las necesidades e inquietudes de los usuarios con respecto a los usos que se tiene con los inhibidores de fuego. Una página electrónica que permita conocer inmediatamente lo que los clientes desean y poder contestarlo casi en la misma velocidad, con el objetivo de darles seguimiento y minimizar la posibilidad de publicidad negativa.

## 12. REFERENCIAS

Acuerdo gubernativo No. 509-2001. (2001). Recuperado de <http://www.mspas.gob.gt>

Antecedentes históricos del extintor. (2017). Recuperado de <http://www.extinson.com/historia-del-extintor/>

Alelú Hernández, Marta., y Cantín García, Sandra. (2017). Estudio de encuestas. Recuperado de <https://www.uam.es>

Ballesteros Román, Alfonso J. (2001). Comercio Exterior.

Bueno Sanchez, Eramis. (2003). La investigación científica: Teoría y metodología.

Cortés Cortés, Manuel., y Iglesias León, Miriam. (2004). Generalidades sobre metodología de la investigación.

Decreto Número 57-2000. (2000). Recuperado de <http://www.wipo.int>

Durán Juvé, Dunia., Llopart Pérez, Xavier., y Redondo Durán, Rafael. (1999) La dirección y el control estratégico: su aplicación en los recursos humanos.

Gonzalez López, Isabel. (2011). Gestión del comercio exterior de la empresa. Manual teórico y práctico.

Guía de empresas. (2017). Recuperado de <http://www.registromercantil.gob.gt>

Guía para grupos focales. (2017). Recuperado de <http://ww2.educarchile.cl>

Guía registral sociedades mercantiles. (2017) Recuperado de <http://www.registromercantil.gob.gt>

Gramajo Monterroso, Noel Joel, (2011). Manual del curso de seguridad e higiene industrial. Guatemala USAC.

Kotler, Philip. (2012). Los 10 pecados capitales del marketing.

Kotler, Philip. (2012). Principios de marketing.

La norma OHSAS 18001. Una herramienta para la gestión de la seguridad y salud ocupacional. Recuperado de <http://www.isotools.com.co>

Licenciatura Nacional de Tucumán. Formación en la lucha contra incendios. (2017). Recuperado de [www.licenciatura.unt.edu.ar](http://www.licenciatura.unt.edu.ar)

Lorenzo, Jorge. (2017) Introducción a los grupos focales. Recuperado de <https://ansenuza.unc.edu.ar>

Martinez García, Alicia., Ruiz Moya, Carmen., y Escrivá Monzó, Joan. (2014). Marketing en la actividad comercial.

Maya, Esther. (2014). Métodos y técnicas de investigación.

Monteferrer Tirado, Diego. (2013). Fundamentos de Marketing.

Nelson, Carl A. (2014). Manual de importaciones y exportaciones: cómo llevar su negocio a otros mercados.

Pérez, David. Pérez Martínez, Isabel, (2006). El producto. Concepto y desarrollo. Escuela de Organización Industrial, Madrid España. Consultado julio 2017.

Porter, Michael. (1980). Estrategia competitiva.

Porter, Michael. (2008). *The Five Competitive Forces That Shape Strategy*

Reglamento general sobre seguridad y seguridad en el trabajo. (1957). Instituto Guatemalteco de Seguridad Social. Recuperado de [http://www.igssgt.org/ley\\_acceso\\_info](http://www.igssgt.org/ley_acceso_info)

Reglamento técnico centroamericano RTCA. RTCA 65.03.44:07. Plaguicidas. Plaguicidas de uso domésticos y de uso profesional. Requisitos de registro. Recuperado de <http://asp.salud.gob.sv/>

Reglamento técnico centroamericano RTCA 71.03.37:07 productos higiénicos. Recuperado de <http://asp.salud.gob.sv/>

Sáenz Campos., y Tinoco Mora. (1999). Introducción a la investigación científica.

Schettini, Patricia., Cortazzo, Inés. (2015). Análisis de datos cualitativos en la investigación social.

Shaikh, Anwar. (2009). Teorías del comercio internacional.

## 13. ANEXOS

### 13.1. Encuesta

ENCUESTA PARA CONOCER EL % DE CONOCIMIENTO DEL PRODUCTO EN EL ÁREA METROPOLITANA DE LA CIUDAD DE GUATEMALA		
		
	SÍ	NO
1. ¿Ha usado alguna vez un extintor?		
2. ¿Ha recibido alguna capacitación en uso de extintores?		
3. ¿Sabe en dónde venden extintores?		
4. ¿Tiene por lo menos un extintor en su casa?		
5. ¿Tiene por lo menos un extintor en su vehículo?		
	EDAD	
	ZONA	

Fuente: elaboración propia

### 13.2. Procedimiento de registro de una Sociedad Anónima en el Registro Mercantil

RESPONSABLE	PROCEDIMIENTO	TIEMPO
Usuario o gestor	<p>En la web del Registro Mercantil: <a href="http://www.registromercantil.gob.gt">www.registromercantil.gob.gt</a> se encuentra una Solicitud para inscripción de sociedades Mercantiles "forma SATRM-2" se llena e imprime sin ningún costo.</p> <p>Se dirige al Banco del sistema ubicado en el primer nivel del Registro Mercantil y cancela el arancel de la inscripción de sociedades mercantiles.</p> <p><b><u>El arancel para inscripción de una sociedad es: si el capital es de Q.5. 000.00 hasta Q.299, 999.99 no paga nada en concepto de arancel, así mismo, no paga por la inscripción de primera empresa ni por la inscripción de primer auxiliar. Únicamente paga Q.15.00 del pago por el Edicto que se emite.</u></b></p> <p><b><u>Si el capital autorizado es de Q.300, 000.00 o más paga Q.8.50 por millar y no podrá exceder de Q.35, 000.00 el cobro del arancel. En el caso que el capital sea Q.300, 000.00 o más paga por la inscripción de primera empresa Q.100.00 y por inscripción de primer auxiliar Q.125.00 más Q.15.00 del pago por el Edicto que se emite.</u></b></p>	<p><b><u>30 minutos</u></b></p> <p><b><u>1 hora</u></b></p>
Receptor de <b><u>Ventanilla de Recepción y entrega de documentos del Departamento de Sociedades Nuevas</u></b>	<p>Una vez cancelado el arancel de la inscripción de la sociedad, el usuario se dirige a la <b><u>Ventanilla de Recepción y entrega de documentos del Departamento de Sociedades Nuevas</u></b> y presenta los documentos <b><u>y las solicitudes</u></b> de inscripción de sociedades mercantiles. La documentación se presenta en un folder tamaño oficio con pestaña, el cual deberá contener lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b><u>Dos Solicitudes</u></b> de inscripción de sociedades; Mercantiles. SATRM-2;</li> <li>• Original y fotocopia <b><u>del testimonio de la</u></b> escritura de constitución de la sociedad y el original y fotocopia del acta de nombramiento del representante legal;</li> <li>• Recibo de pago</li> <li>• Contrato de arrendamiento <b><u>o carta de promesa de arrendamiento ( solo si el recibo de agua, luz o teléfono no está a nombre de los socios o representante legal.</u></b></li> <li>• Recibo de agua, luz o teléfono.</li> <li>• DPI copia y original de la persona que comparezca en el formulario de inscripción de sociedad.</li> </ul> <p>El receptor <b><u>Ventanilla de Recepción y entrega de</u></b></p>	<b><u>1 hora</u></b>

Fuente: Tomado de página web de Registro Mercantil.

[http://www.registromercantil.gob.gt/infopublica/instructivos/7\\_INSCRIPCION\\_DE\\_SOCIEDADES\\_NUEVAS,\\_VERSION\\_4.pdf](http://www.registromercantil.gob.gt/infopublica/instructivos/7_INSCRIPCION_DE_SOCIEDADES_NUEVAS,_VERSION_4.pdf)

	<b>documentos del Departamento de Sociedades Nuevas</b> verifica la documentación y requisitos y si todo esta correcto le asigna un número de expediente y le emite una contraseña al usuario, <b>escanea el expediente y envía el expediente al encargado de asignarlo de manera digital.</b>	<b>30 minutos</b>
<b>Jefe del Departamento</b>	<b>Le envía el expediente digital al encargado de asignar el expediente y este asigna a un asesor jurídico para su calificación .</b>	<b>1 hora</b> <b>1 hora</b>
<b>Asesor Jurídico</b>	<b>Se asigna al asesor jurídico para calificar el testimonio de la escritura de constitución de la sociedad, califica la solicitud de inscripción</b> ya calificado <b>se traslada</b> a SAT, pues se encuentra dentro de las <b>mismas</b> instalaciones del <b>Departamento de Inscripción de Sociedades Nuevas del</b> Registro Mercantil, como consecuencia de un convenio que se firmó entre ambas instituciones. En la solicitud de inscripción de sociedades que se baja de la web del Registro <b>Mercantil</b> se encuentra también una parte para ser llenada con datos para la <b>SAT</b> , ya que el objetivo del convenio que se menciona es que las inscripciones de una sociedad se hagan simultáneamente en el Registro Mercantil y SAT.	<b>30 minutos</b> <b>30 minutos</b>
SAT	Después de haber sido calificada por el <b>asesor jurídico</b> y si fue aprobada <b>por éste</b> , se traslada el expediente a SAT <b>califica ( aprueba o rechaza), asigna un número de NIT a la sociedad, emite RTU, habilitación de libros, acreditación de imprenta</b> , luego es trasladado al operador de Sociedades.	<b>4 horas</b>
<b>Operador registral</b>	El operador califica si el formulario de solicitud de inscripción de la sociedad está correcto si tiene algún previo el usuario tendrá que subsanarlo para la inscripción. El expediente puede ser suspendido por los siguientes motivos de rechazo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• El departamento que indica en la solicitud de inscripción es diferente al domicilio que aparece en la escritura de constitución;</li> <li>• El capital autorizado, suscrito o pagado es diferente al que aparece en la solicitud de inscripción y en escritura de constitución;</li> <li>• <b><u>El nombre comercial no es el mismo de la escritura de la constitución de sociedad;</u></b></li> <li>• Cualquier otro que en solicitud de inscripción se indique pero al revisar la escritura de constitución es diferente.</li> </ul> Cada uno de los procesos queda en un historial en la bitácora electrónica que puede ser observado interna o externamente por los usuarios vía Internet.  Si el documento esta correcto o ya cumplió con los requisitos	<b>4 horas</b>

	de rechazo se inscribe y se emite el Edicto de inscripción provisional.	
<b><u>Registrador Mercantil</u></b>	Recibe el edicto y firma electrónicamente el edicto una vez emitido y firmado pasa al Diario Oficial a través de un <b><u>sistema de registro electrónico</u></b> , se publica hasta que lo solicita el usuario.	<b><u>30 minutos</u></b>
<b><u>Receptor de la ventanilla de Recepción de entrega de documentos del Departamento de Sociedades Nuevas</u></b>	<b><u>En el ventanilla</u></b> , se recibe el edicto vía electrónica en el donde se imprime y se entrega al usuario para su publicación	<b><u>1 hora</u></b>
<b><u>Operador registral</u></b>	<b><u>Una vez emitido el edicto se envía el expediente al operador de auxiliares de comercio</u></b> , lo revisa, califica e inscribe el nombramiento del representante legal y lo envía a firma del Registrador Mercantil.	<b><u>4 horas</u></b>
<b><u>Registrador Mercantil</u></b>	Firma el nombramiento y lo envía <b><u>a la Ventanilla de Recepción y entrega de documentos del Departamento de Sociedades Nuevas</u></b> , para ser entregado al usuario.	<b><u>30 minutos</u></b>
<b><u>Receptor de la ventanilla de Recepción de entrega de documentos del Departamento de Sociedades Nuevas</u></b>	Entrega al usuario el nombramiento de representante legal.	<b><u>30 minutos</u></b>
Usuario o gestor	El usuario pasa a recoger a <b><u>ventanilla de Recepción de entrega de documentos del Departamento de Sociedades Nuevas</u></b> el edicto, para su publicación en el Diario Oficial.  Pasados 8 días de la publicación del edicto en el Diario Oficial y si no hay ninguna persona individual o jurídica que se opone a la inscripción, se procede a la inscripción definitiva de la sociedad, para lo cual, el interesado deberá solicitar la inscripción por medio de un memorial, debiendo acompañar lo siguiente:  1. <b><u>Original de la Publicación del edicto- la hoja completa.</u></b> 2. <b><u>El original del Testimonio de la escritura pública de sociedad;</u></b> 3. <b><u>Fotocopia del Nombramiento del Representante</u></b>	<b><u>1 hora</u></b>  <b><u>8 días (periodo de oposición)</u></b>  <b><u>1 hora</u></b>

	<p><b>Legal.</b></p> <p>4. <u>Original y copia de las aportaciones no dinerarias del documento que los respalde y que este a nombre de la sociedad.</u></p>	<p><u>3 días para inscribir una sociedad provisional</u></p>
<u>Operador Registral</u>	<p>Una vez publicado el edicto, después de 8 días hábiles de oposición se procede a la inscripción definitiva de la sociedad.</p> <p>Emite la patente de sociedad y envía el expediente al encargado de empresas.</p>	<p><u>2 horas</u></p> <p><u>5 horas</u></p>
<u>Operador Registral</u>	<p>Recibe el expediente y emite la patente de la envía a firma del Registrador Mercantil .</p>	<p><u>5 horas</u></p>
<u>Registrador Mercantil</u>	<p>Recibe todo el expediente y firma la patente de empresas <u>y sociedad</u> y junto con el testimonio original la envía a <u>Ventanilla de Recepción y entrega de documentos del Departamento de Sociedades Nuevas</u> por medio de una hoja de control.</p>	<p><u>1 horas</u></p>
<u>Receptor de la ventanilla de Recepción de entrega de documentos del Departamento de Sociedades Nuevas</u>	<p><u>Recibe las patentes y el testimonio de la escritura pública de constitución de a sociedad y se la entrega al usuario.</u></p> <p><u>El usuario con la fotocopia de la patente de sociedad, el nombramiento y copia del DPI, pasa a SAT para ratificación de la inscripción de la sociedad.</u></p>	<p><u>1 hora 30 minutos</u></p> <p><u>1 hora 30 minutos</u></p>
<u>Notario o representante legal de la sociedad</u>	<p><u>Entrega fotocopia de la patente de sociedad, la razón del nombramiento y DPI para la actualización de la sociedad ante la SAT.</u></p> <p><u>En el caso que sea solicitado por un tercero deberá acudir a cualquier agencia con el formulario 362 con los documentos antes relacionados.</u></p>	<p><u>1 hora 30 minutos</u></p>
<u>Receptor de la ventanilla de Recepción de entrega de documentos del Departamento de Sociedades Nuevas</u>	<p><u>Envía el expediente al Departamento de escaneo para que sea escaneado</u></p>	<p><u>2 horas</u></p>
<u>Asesor Técnico del Departamento de Archivo General</u>	<p>Recibe el expediente lo escanea y lo archiva para su resguardo y consultas .</p>	<p><u>1 día</u></p>
Total de días.	<p>Dependiendo del tiempo que el Diario de Centroamérica publique el edicto y el tiempo en que el usuario tarde en ingresar la solicitud de inscripción definitiva.</p>	<p><u>15 días hábiles.</u></p>



<u>Jefe del departamento de Sociedades Nuevas</u>	<u>Asigna a los asesores jurídicos quienes califican el testimonio de la escritura constitutiva de la sociedad y el formulario de inscripción. Aprueban o suspenden el expediente. Si hubo un rechazo se notifica por medio de correo electrónico del notario que se registró.</u>	<u>4 horas</u>
<u>Operador de SAT</u>	<u>El expediente pasa a SAT automáticamente. Procede a calificación revisa y emite el RTU y el NIT provisional. Si rechaza se notifica por medio de correo electrónico del notario que se registró para que se subsane el error, el cual se debe de corregir y enviar por esta misma vía.</u>	<u>2 horas</u>
<u>Operador registral</u>	<u>Operador encargado de sociedades, emite el edicto e inscribe el nombramiento y emite la razón del nombramiento y lo envía para firma del Registrador Mercantil.</u>	<u>2 horas</u>
<u>Registrador Mercantil</u>	<u>Lo recibe y firma y lo envía de manera electrónica al operador de sociedades,</u>	<u>30 minutos</u>
<u>Asesor Técnico del departamento de Sociedades</u>	<p><u>Recibe la razón del nombramiento, edicto impreso y RTU, habilitación de libros, acreditación de imprenta y envía correo electrónico notificando que ya tiene inscripción provisional la sociedad y que ya se pueden recoger los documentos siguientes:(RTU, edicto y razón de nombramiento).</u></p> <p><u>El usuario debe de presentar los siguientes documentos: original y copia del primer testimonio de la escritura constitutiva de la sociedad, original y copia del acta de nombramiento de representante legal, boletas de pago en un folder tamaño oficio, solicitud de inscripción impresa, original y copia de las aportaciones no dinerarias del documento que los respalde y que este a nombre de la sociedad.</u></p> <p><u>Una vez presentado estos documentos se arma el expediente físico con las copias y los originales y se le devuelven al notario.</u></p>	<u>30 minutos</u>
<u>Usuario</u>	<p><u>El usuario publica el edicto, y se espera 8 días a partir del día siguiente de la publicación para ver si no hay oposición.</u></p> <p><u>Pasado los días de oposición envía un correo a mi negocio.gt solicitando la inscripción definitiva y escanea la publicación del edicto.</u></p>	<u>8 días ( período de oposición)</u>

<u>Asesor Técnico del Departamento de Sociedades</u>	<u>Recibe escaneada la publicación del edicto trasladada el expediente al operador de sociedades.</u>	<u>30 minutos</u>
<u>Operador registral</u>	<u>Recibe y emite patente de sociedad y razón de inscripción definitiva y emite patente de empresa . Y traslada al Registrador Mercantil para firma.</u>	<u>4 horas</u>
<u>Registrador Mercantil</u>	<u>Recibe el expediente y firma las patentes y razón de inscripción definitiva y lo devuelve al Departamento de Sociedades.</u>	<u>1 hora 30 minutos</u>
<u>Asesor Técnico del Departamento de Sociedades Nuevas</u>	<u>Recibe el expediente, y en caso que se haya solicitado stickers para autorización de libros se traslada el expediente a la ventanilla de libros para que se emitan los mismos.</u>  <u>Luego se envía un correo al notario indicando que ya se inscribió definitivamente la sociedad y que debe de presentar al Asesor Técnico de Sociedades la publicación original del edicto y la copia de la razón del nombramiento del representante legal.</u>	<u>40 minutos</u>  <u>30 minutos</u>
<u>Notario</u>	<u>Se presenta al Departamento de sociedades y se le entrega: la razón de inscripción definitiva de la sociedad, la patente de sociedad y empresa y stickers de autorización de libros.</u> <u>El notario firma una hoja de control que se le entregó los documentos.</u>  <u>El notario tiene que presentar una copia de la patente de sociedad y razón del nombramiento de representante legal. Los cuales son enviados a SAT.</u>	<u>40 minutos</u>
<u>SAT</u>	<u>Recibe la razón de nombramiento y la patente de sociedad para hacer la inscripción definitiva de la sociedad.</u>	<u>2 horas</u>
<u>Asesor Técnico del Departamento de Sociedades Nuevas</u>	<u>Descarga el expediente y lo envía al departamento Archivo General.</u>	<u>40 minutos</u>
<u>Asesor Técnico del Departamento de Archivo General</u>	<u>Recibe el expediente lo escanea y lo para archiva para su resguardo y consultas.</u>	<u>7 horas</u>
<u>Total de días</u>		<u>12 días hábiles</u>

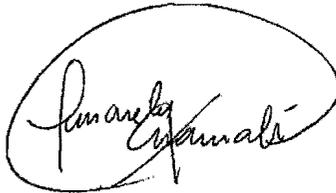
## GLOSARIO

**ENCOVI**

Encuesta Nacional de Condiciones de Vida

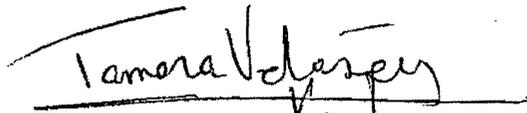
**SAT**

Superintendencia de Administración Tributaria



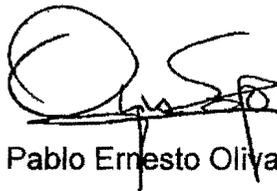
Arely Yanett Chamalé Marroquín

**AUTOR**



MSc. Tamara Ileana Velásquez Porta

**DIRECTORA**



MA. Pablo Ernesto Oliva Soto

**DECANO**