



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, ADMINISTRATIVAS
Y TURISMO

Trabajo de fin de carrera titulado:

“ESTUDIO DE LA IMPORTACIÓN DE REPUESTOS
AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS VOLKSWAGEN DESDE
LA REPÚBLICA POPULAR CHINA PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LAS DISTRIBUIDORAS DEL SECTOR
SUR DEL D. M. DE QUITO. AÑO 2013.”

Realizado por:

Daniela Alejandra Vergara Guerrero

Director:

Ing. Patricio Villavicencio Msc.

Como requisito para la obtención del título de:

INGENIERA EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

Quito, julio 2014

ÍNDICE DE CONTENIDOS

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN -----	11
1.1 El problema de investigación -----	11
1.1.1 Planteamiento del problema -----	11
1.1.1.1 Diagnóstico del problema -----	14
1.1.1.2 Pronóstico-----	16
1.1.1.3 Control pronóstico -----	20
1.1.2 Formulación del problema -----	20
1.1.3 Sistematización del problema -----	20
1.1.4 Objetivo general -----	21
1.1.5 Objetivos específicos -----	21
1.1.6 Justificaciones -----	21
1.2 Marco teórico -----	23
1.2.1 Estado actual del conocimiento sobre el tema -----	25
1.2.2 Adopción de una perspectiva teórica -----	26
1.2.3 Marco Conceptual -----	26
1.2.4 Hipótesis-----	27
1.2.5 Identificación y caracterización de variables-----	27
2 CAPITULO II: MÉTODO -----	28
2.1 Nivel de Estudio -----	28
2.2 Modalidad de la Investigación -----	28
2.3 Método -----	28
2.4 Población y Muestra -----	29
2.4.1 Universo de estudio -----	29
2.4.2 Prueba Piloto -----	30
2.5 Selección de instrumentos de investigación -----	31
2.6 Validez y confiabilidad de los instrumentos -----	32
2.7 Operacionalización de Variables -----	32
2.8 Procesamiento y Análisis de Datos -----	33
CAPÍTULO III: RESULTADOS -----	34
3 LEVANTAMIENTO DE DATOS -----	34
3.1 Análisis PEST -----	34
3.1.1 Factor Político-----	34
3.1.2 Factor Económico -----	35
3.1.2.1 Organismos Controladores -----	37
3.1.2.2 Relación comercial Ecuador-China-----	38
3.1.3 Factor Social y Cultural -----	40
3.1.4 Factor Legal -----	41
3.1.4.1 Normativa Legal para Importación -----	42
3.1.4.2 Barreras de entrada-----	45
3.1.4.3 Requisitos de etiquetado, empaque y embalaje-----	45
3.1.4.4 Regulaciones de la Aduana-----	46

3.1.1.	Análisis del Microambiente -----	49
3.1.2.1.	Competencia -----	49
3.1.2.2.	Elección del proveedor-----	50
3.1.2.3.	Clientes-----	55
3.1.4.5	Análisis del sector automotriz -----	58
3.1.4.6	Flujo del proceso de importación -----	59
3.1.4.7	Flujo del proceso de comercialización y ventas -----	63
3.1.4.8	Flujo del proceso de distribución-----	64
3.1.2.	Investigación Primaria-----	65
3.1.3.1.	Encuesta -----	65
3.2.	Presentación y análisis de los Resultados-----	67
3.2.1.	Conclusiones del levantamiento de información -----	76
3.2.2.	Análisis de la demanda -----	77
3.2.3.	Análisis de la oferta -----	77
3.2.4.	Demanda insatisfecha-----	78
3.3.	APLICACIÓN PRÁCTICA -----	78
3.3.1.	Proceso de la liquidación de la importación-----	78
3.3.2.	Liquidación final pago de tributos-----	85
3.3.1.	Análisis FODA-----	86
3.3.1.01.	Fortalezas: -----	86
3.3.1.02.	Debilidades: -----	87
3.3.1.03.	Oportunidades:-----	88
3.3.1.04.	Amenazas: -----	88
3.3.2.	Análisis estratégico-----	89
3.3.3.	LAS 5 FUERZAS DE PORTER -----	91
3.3.3.1.	Amenaza de entrada de nuevos competidores -----	91
3.3.3.2.	Rivalidad entre los competidores -----	92
3.3.3.3.	Poder de negociación de los proveedores -----	92
3.3.3.4.	Poder de negociación de los compradores-----	92
3.3.3.5.	Amenaza de ingreso de productos sustitutos-----	92
3.3.4.	Marketing Mix (4 P'S) -----	93
3.3.4.1.	Producto-----	93
3.3.4.2.	Precio-----	96
3.3.4.3.	Plaza -----	97
3.3.4.4.	Promoción -----	97
3.3.5.	PLAN DE ACCIÓN -----	98
3.3.5.1.	Nombre de la empresa-----	98
3.3.5.2.	Descripción de le empresa-----	98
3.3.5.3.	Tipo de Empresa-----	99
3.1.2.4.	De las Generalidades y Naturaleza Jurídica-----	99
3.3.5.4.	Nacionalidad y domicilio -----	102
3.3.5.5.	Objeto-----	102

3.3.5.6.	Plazo -----	105
3.3.5.7.	Capital -----	105
3.3.5.8.	Constitución, aprobación inscripción-----	107
3.3.5.9.	Administración y representación legal -----	107
3.3.5.10.	Contabilidad y resultados -----	108
3.3.5.11.	Disolución y liquidación -----	108
3.3.6.	Localización de la empresa -----	109
3.3.7.	Análisis Financiero -----	110
3.3.7.1.	Presupuesto de inversión-----	110
3.3.7.2.	Activos fijos Tangibles-----	110
3.3.7.3.	Adecuaciones -----	110
3.3.7.4.	Muebles y enseres -----	111
3.3.7.5.	Equipos de oficina -----	111
3.3.7.6.	Equipos de computación -----	111
3.3.7.7.	Inversión en adquisición de repuestos e importación -----	112
3.3.7.8.	Herramientas e insumos-----	115
3.3.7.9.	Depreciaciones-----	115
3.3.7.10.	Capital de Trabajo-----	118
3.3.7.11.	Mano de Obra-----	118
3.3.7.12.	Gasto de Ventas -----	120
3.3.7.13.	Gastos administrativos -----	120
3.3.7.14.	Resumen Capital de trabajo -----	121
3.3.7.15.	Inversión Total-----	121
3.3.8.	Financiamiento-----	122
3.3.8.1.	Egresos -----	124
3.3.8.2.	Ingresos -----	124
3.3.8.3.	Punto de Equilibrio -----	125
3.3.8.4.	Estados financieros -----	127
3.3.8.5.	Balance General -----	127
3.3.8.6.	Estado de resultados -----	128
3.3.8.7.	Flujo Neto de Caja -----	128
3.3.9.	Evaluación Financiera -----	129
3.3.9.1.	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) -----	129
3.3.9.2.	Valor Actual Neto (VAN) -----	130
3.3.9.3.	Tasa Interna de Retorno (TIR)-----	131
3.3.9.4.	Periodo Real de Recuperación de Capital -----	132
3.3.9.5.	Viabilidad del proyecto -----	133
4.	CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN -----	134
5.1.	Conclusiones -----	134
5.2.	Recomendaciones -----	135
	BIBLIOGRAFÍA -----	136
	ANEXOS -----	139

DECLARACION JURAMENTADA

Yo, DANIELA ALEJANDRA VERGARA GUERRERO, con cédula de identidad # 172368394-0, declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado de calificación profesional; y, que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido en la ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

Daniela Alejandra Vergara Guerrero

C.C.: 172368394-0

DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

**“ESTUDIO DE LA IMPORTACIÓN DE REPUESTOS
AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS VOLKSWAGEN DESDE
LA REPÚBLICA POPULAR CHINA PARA LA
COMERCIALIZACIÓN DE LAS DISTRIBUIDORAS DEL
SECTOR SUR DEL D. M. DE QUITO. AÑO 2013”**

Realizado por:

DANIELA ALEJANDRA VERGARA GUERRERO

Como requisito para la obtención del título de:

**INGENIERO COMERCIAL CON MENCIÓN EN NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

Ha sido dirigido por el profesor

PATRICIO VILLAVICENCIO

Que considera que constituye un trabajo original de su autor

**PATRICIO VILLAVICENCIO
DIRECTOR**

LOS PROFESORES INFORMANTES

Los profesores informantes:

RODRIGO SÁENZ

ALEXANDRA FERNÁNDEZ

Después de revisar el trabajo presentado,

Lo han calificado apto para su defensa oral ante

El tribunal examinador

Rodrigo Sáenz

Alexandra Fernández

Quito, 27 de junio del 2014

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo de investigación a Dios, quien me ha guiado e iluminado en mi diario vivir, a mis padres que han sido un apoyo incondicional en mi vida, los cuales me han inculcado los mejores valores para llegar a ser una persona de bien, gracias a ustedes por toda su ayuda.

A mis hermanos Andrés y Anita, gracias porque sé que siempre puedo contar con ustedes en todos los momentos de mi vida.

AGRADECIMIENTOS

A mi director de tesis Patricio Villavicencio, gracias por su tiempo, ayuda, consejos Y apoyo para poder terminar con éxito este documento.

A mis revisores, los profesores Rodrigo Sáenz y Alexandra Fernández; que por medio de sus sugerencias y enseñanzas, me supieron otorgar sus conocimientos para el cumplimiento de este logro profesional.

A la Universidad Internacional SEK, gracias por todo este tiempo compartido, por todas las enseñanzas que me han brindado para en el futuro ser un gran líder profesional.

RESUMEN

El presente trabajo estará enfocado al surgimiento de una empresa dedicada a la importación de repuestos automotrices marca Volkswagen. Esta idea se obtuvo, puesto que se ha visto una demanda bastante elevada, pero con poca oferta para este tipo de repuestos, en el sector sur de Quito. Para este inconveniente, la futura empresa, ha determinado realizar un plan de importación referente a los repuestos, para ofrecer a los consumidores variedad y disponibilidad en stock de las partes y piezas de recambio a precios competitivos. De acuerdo al estudio financiero realizado, se determinó que este es un proyecto factible, ya que en la evaluación realizada se han cumplido los tres criterios; siendo la Tasa Interna de Retorno (TIR) mayor a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR), el Valor Actual Neto (VAN) mayor a cero y el Periodo Real de Recuperación (PRC) menor a cinco años.

Para finalizar, la empresa importadora automotriz DALVEG, se desenvolverá con éxito en todas sus actividades comerciales y financieras, con el objetivo de que el sector Sur tenga grandes posibilidades de crecimiento comercial; y, así esta nueva organización llegue a ser líder dentro del sector automotriz.

Palabras Claves: Sector Sur de Quito, Importadora Automotriz DALVEG, sector automotriz, marca Volkswagen, piezas de recambio.

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

1.1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1 Planteamiento del problema

El título de la investigación es: “ESTUDIO DE LA IMPORTACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS VOLKSWAGEN DESDE CHINA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS DISTRIBUIDORAS DEL SECTOR SUR DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO PARA EL AÑO 2013.”

El problema planteado para la presente investigación es “La creciente demanda y poca oferta de repuestos automotrices para vehículos Volkswagen que no permiten que se incremente la competitividad y que se reduzcan los costos en el sector sur del Distrito Metropolitano de Quito.

De acuerdo a los siguientes objetivos, lineamientos y políticas del Plan Nacional para el Buen Vivir (PNBV) se sustenta la presente investigación:

Objetivo 6 Del Plan Nacional del Buen Vivir

Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas.

Política 6.5.

Impulsar las actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo. (SENPLADES, 2009-2013)

Lineamientos 6.5. (b).

Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que estimulen y protejan a los sectores de la economía social y solidaria, e industrias nacientes. (SENPLADES, 2009-2013).

La SENPLADES (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo), busca generar más plazas de trabajo en el sector automotriz, y como se ha investigado en los últimos años ha existido un crecimiento en el mismo. Según datos de PROECUADOR, el sector automotor en el Ecuador ha tenido una participación muy importante para la economía del país por los ingresos que genera, se estima que el aporte al Fisco del sector por los impuestos aplicados a esta industria bordea los USD 400 millones (ECUADOR, 2011) según reportes del Ministerio de Relaciones Exteriores Comercio e Integración en esta industria también ha existido un crecimiento en plazas de trabajo, por ejemplo en el año 2010 se generó 25.000 puestos de trabajo en las actividades del sector, con los siguientes porcentajes; el 30% se concentra en ensamblaje de vehículos y el 70% en el área de comercialización. Este crecimiento está dado por tres factores claves: la recuperación de grandes productores, el dinamismo del mercado chino, y el crecimiento global de firmas Premium.

Objetivo 11 del Plan Nacional del Buen Vivir

Establecer un sistema económico, social, solidario y sostenible

Política 11.1.

Impulsar una economía endógena para el Buen Vivir, sostenible y territorialmente equilibrada que propenda a la garantía de derechos y a la transformación, diversificación y especialización productiva a partir del fomento a las diversas formas de producción. (SENPLADES, 2009-2013).

Lineamientos 11.1. (a).

Fomentar la producción nacional vinculada a la satisfacción de necesidades básicas para fortalecer el consumo doméstico y dinamizar el mercado interno. (SENPLADES, 2009-2013)

Lograr que la industria automotriz sea más dinámica, mediante una investigación de mercado, conociendo las necesidades del mismo y aprovecharlas en su totalidad.

Lineamientos 11.1. (f).

Impulsar las importaciones indispensables para los objetivos del Buen Vivir, especialmente las de insumos para la producción, y desincentivar las que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (SENPLADES, 2009-2013)

Generar más ingresos al país mediante la importación de repuestos automotrices de la marca Volkswagen, impulsando el desarrollo de la industria automotriz y generando empleo.

Política 11.2.

Impulsar la actividad de pequeñas y medianas unidades económicas asociativas y fomentar la demanda de los bienes y servicios que generan. (SENPLADES, 2009-2013).

Con el plan de importación y comercialización de repuestos automotrices de la marca Volkswagen se impulsará a las pequeñas y medianas empresas a lograr una distribución de repuestos más sustentable, mediante los pedidos de compra que estos realicen a la empresa propuesta.

Lineamientos 11.2. (b).

Impulsar las pequeñas y medianas unidades productivas para el fortalecimiento y complementariedad territoriales, tanto a nivel nacional como en esquemas de integración regional. (SENPLADES, 2009-2013).

De esta manera se logrará fortalecer el mercado de repuestos automotrices Volkswagen a nivel nacional, ofreciendo los repuestos de manera rápida y eficaz cubriendo todo el mercado nacional y para en un futuro poder introducirnos en las principales provincias del país.

Política 11.6.

Diversificar los mecanismos para los intercambios económicos, promover esquemas justos de precios y calidad para minimizar las distorsiones de la intermediación, y privilegiar la complementariedad y la solidaridad.(SENPLADES, 2009-2013).

Lineamientos 11.6. (a).

Impulsar las redes de comercialización.(SENPLADES, 2009-2013) Lo que se busca es poder encontrar los canales de distribución para que la mercadería llegue al consumidor final de una manera rápida y oportuna, utilizando las herramientas necesarias del marketing para poder lograr este objetivo de manera eficaz.

Política 11.7.

Promover condiciones adecuadas para el comercio interno e internacional, considerando especialmente sus interrelaciones con la producción y con las condiciones de vida. (SENPLADES, 2009-2013).

Lineamientos 11.7. (a).

Manejar eficiente y transparentemente los servicios aduaneros para facilitar el comercio de exportación y de importación.(SENPLADES, 2009-2013)

Se busca manejar un eficiente control en las importaciones, conociendo las regulaciones y los tributos en general.

1.1.1.1 Diagnóstico del problema**CAUSA 1:**

Desconocimiento del proceso de negociación con la República Popular China, debido principalmente a situaciones como el idioma, la cultura y la confianza, ya que estos tres puntos son claves para poder establecer una negociación exitosa.

La economía China evoluciona y crece de manera impresionante, teniendo una fuerte influencia en los países latinoamericanos, debido al volumen de productos primarios que importa desde estas economías. De igual manera los productos de procedencia china han tenido un efecto, tanto en los consumidores así como en los productores nacionales debido a los beneficios que hoy en día ofrecen los productos Chinos optimizando costos y recursos.

China es considerada a la fecha la segunda economía más grande del mundo en términos de Producto Interno Bruto (PIB) al tipo de cambio oficial. El Economist Intelligence Unit estima que durante los próximos cinco años, el crecimiento del PIB real de China llegará a estar entre el 8 y 9 por ciento, logrando que la continua demanda china sea un componente clave del crecimiento mundial y un importante mercado para las exportaciones hacia América Latina. La Comisión Económica para América Latina y el Caribe de las Naciones Unidas (CEPAL) estima que para el año 2015, el comercio entre América Latina y China llegará a superar a la Unión Europea, convirtiéndose en el segundo mayor mercado exportador de la región, detrás de Estados Unidos. Además, se estima que para el año 2020, China comprará cerca del 20 por ciento del total de las exportaciones (South, 2011)

CAUSA 2:

Otra de las causas que motivan al presente estudio es la carencia de un estudio de mercado que proporcione información relacionada a las necesidades de los consumidores, para llegar a determinar si el mercado está o no satisfecho.

Conocer las necesidades del mercado objetivo de acuerdo a factores como: precio, tiempo, stock y calidad, y de esta manera determinar las falencias que existe en la competencia y poder posicionarnos en el mercado, generando aceptación en los futuros clientes.

CAUSA 3:

La falta de conocimiento al momento de impulsar redes de comercialización del producto es otra de las causas que afectan a la presente investigación, porque se debe

tener una visión clara de la cantidad de productos que vamos a ofrecer al mercado, para así poder contar con la inversión necesaria para cubrir dicha demanda, evitando problemas futuros en cuanto a costos, tiempo, etc.

Por esta razón se debe planificar cuál va hacer la inversión para el pedido a realizar, y de esta manera poder ofrecer un producto atractivo al público objetivo.

Si existe un buen manejo y control en la comercialización de los productos se podrá lograr un buen posicionamiento de mercado, brindando calidad en los productos con un stock amplio y a precios accesibles.

1.1.1.2 Pronóstico

El crecimiento de las importaciones en el sector automotriz es una de las principales acciones que afectan de manera directa la presente investigación y por esta razón se dará a conocer cómo éstas han influenciado en el país en los últimos años.

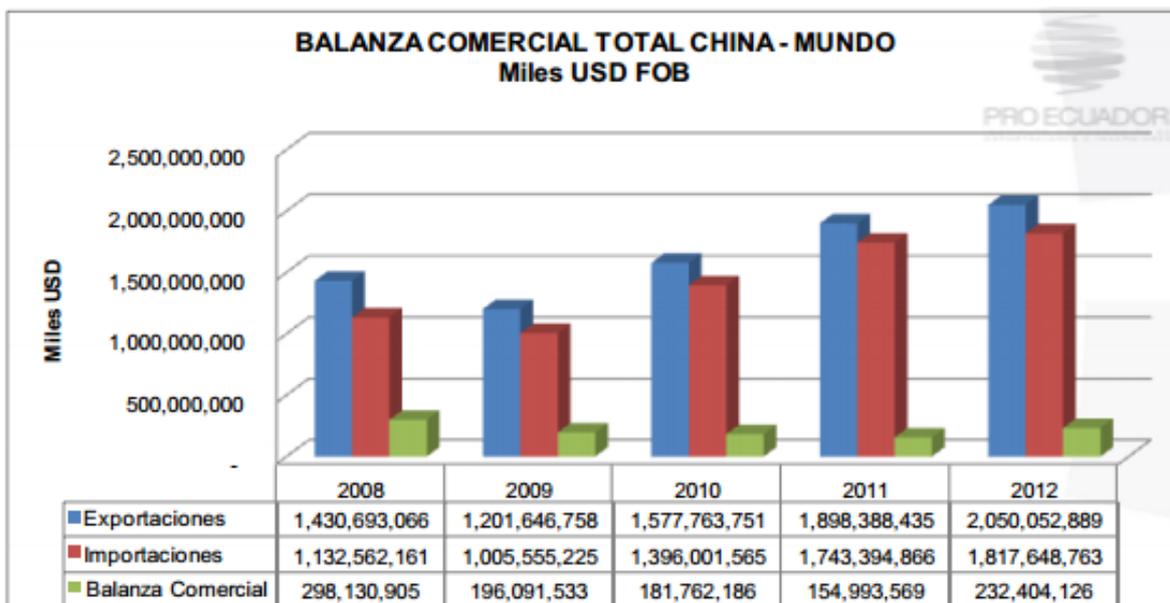
En el año 2011 una serie de medidas gubernamentales causaron variaciones en las condiciones del mercado automotor nacional. Ante la preocupación del déficit comercial de USD 1.978,9 millones registrado en el año 2010 el gobierno nacional implementó un registro de importadores con el propósito de restringir un 20% la importación de vehículos armados respecto al monto importado en el año 2010. Posteriormente en el mes de agosto se reemplazó el registro de importadores con un régimen de licencias previas de importación con el objetivo de frenar las importaciones de las empresas que excedieron su monto de importación de 80%, ocasionando que varias empresas reduzcan de forma significativa su actividad comercial al no contar con vehículos suficientes para atender la demanda del último trimestre del año.

En el mes de noviembre entró en vigencia la novena reforma tributaria misma que incorporó varios cambios en materia impositiva como el incremento del Impuesto a la Salida de Divisas que pasó del 2 al 5% generando un efecto inflacionario en la economía nacional y obligando a los importadores de vehículos y demás productos a ajustar sus niveles de precios. Esta reforma gravó también con IVA e ICE a los vehículos híbridos con precio de venta superior a USD 35.000 dejando de lado la

iniciativa de fomentar la demanda de vehículos más eficientes y amigables con el medio ambiente y contradiciendo totalmente el supuesto carácter ambiental de la Ley de Fomento Ambiental y Optimización de los Recursos del Estado puesto se gravó a los vehículos híbridos equipados con tecnología innovadora y menos contaminante con IVA (12%) e ICE (hasta 32%) encareciéndolos al punto de ser inviable su comercialización en el mercado nacional.(AEADE, 2012)

La operatividad de la presente propuesta está ligada de manera directa con las disposiciones del Gobierno, en cuanto a tributos, aranceles y nuevas reformas en general, que afectan a las importaciones del país. También juega un papel muy importante la relación actual que tiene Ecuador con China, en este punto se puede decir que China es considerada una de las más importantes potencias mundiales después de Estados Unidos, con una industria desarrollada y preparada para la competencia global. Una de las características principales de China es ser el mayor exportador mundial, los productos chinos con mayor exportación están relacionados a la industria de la metalmecánica que son: teléfonos móviles, máquinas y unidades de memoria y esto le ha permitido a China tener balanzas comerciales positivas en los últimos cinco años; por lo que a continuación se presentan cifras reales indicando cómo este país ha ido evolucionando en cuanto a sus importaciones y exportaciones con el resto del mundo respecto al año 2012.

Figura N° 1. Balanza comercial total China-Mundo en miles de USD



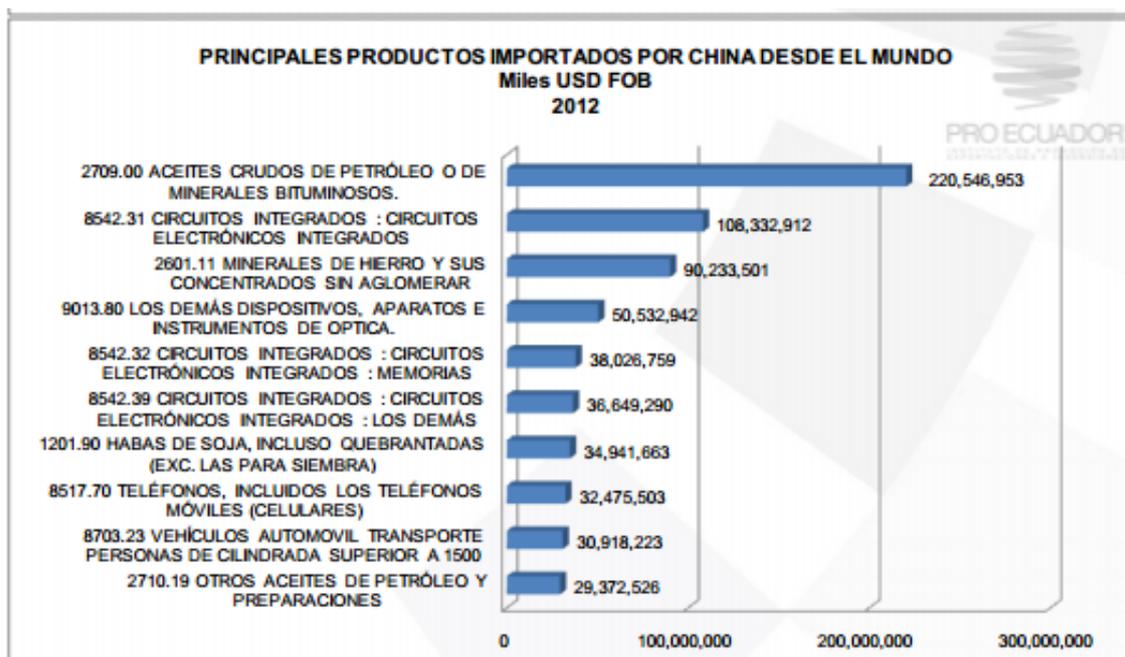
Fuente: PRO-ECUADOR

Figura N° 2. Principales productos exportados por China al mundo en miles de USD



Fuente: PRO-ECUADOR

Figura N° 3. Principales productos importados por China desde el mundo en miles de USD



Fuente: PRO-ECUADOR

Como se observa en la figura 1, tanto las exportaciones como las importaciones de China han sido crecientes en todos los periodos, menos en el año 2009, ya que en este año existió una caída debido a la crisis mundial.

Es importante mencionar que en el sector automotriz de China, la producción de piezas de vehículos están destinadas a la exportación, siendo este país uno de los principales exportadores mundiales, la transferencia de tecnología al producir partes originales para mercados americanos y europeos lo ubica como número uno del mundo, sacando ventaja notable de establecer clústeres productivos de automóviles en todas las zonas donde existen fábricas de automóviles.

En la actualidad China ha brindado al Ecuador financiamiento para proyectos de obras civiles, inversiones financieras y en actividades de explotación petrolera.

1.1.1.3 Control pronóstico

Las posibles soluciones para esta investigación serían:

- Estar informado de las nuevas reformas, medidas arancelarias, y demás normativa de comercio exterior, establecidas por parte del gobierno contando con el personal necesario que se encargue de estar al día en conocimientos sobre el tema y en los pagos tributarios correspondientes.
- Estudiar y analizar las relaciones comerciales ECUADOR-CHINA.
- Evaluar el mercado automotriz del sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito.
- Establecer estrategias al momento de impulsar canales de distribución y comercialización.

1.1.2 Formulación del problema

¿Cuáles son los factores que inciden en el ESTUDIO DE LA IMPORTACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA VEHÍCULOS VOLKSWAGEN DESDE LA REPÚBLICA POPULAR CHINA PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE LAS DISTRIBUIDORAS DEL SECTOR SUR DEL D. M. DE QUITO. AÑO 2013

1.1.3 Sistematización del problema

¿De qué manera obtener la información necesaria y relevante con la cual se pueda dar sustento técnico y teórico a la investigación?

¿Cómo se puede determinar la demanda y oferta actuales de repuestos automotrices en el sector sur de Quito?

¿Cómo se puede determinar los recursos necesarios para la operatividad de la empresa importadora, además de determinar los requisitos legales y administrativos para la importación de repuestos automotrices desde China?

¿En qué forma se puede determinar la viabilidad económica de la propuesta?

1.1.4 Objetivo general

Realizar un estudio para la importación de repuestos automotrices para vehículos Volkswagen desde la república popular de China para la comercialización de las distribuidoras del sector sur del D. M. de Quito. Año 2013

1.1.5 Objetivos específicos

- Determinar las bases teóricas y metodológicas que darán sustento técnico a la investigación además de un diagnóstico de la situación actual.
- Realizar un análisis de mercado que determine el requerimiento de repuestos en el mercado objetivo.
- Determinar el requerimiento de recursos necesarios para el funcionamiento de la empresa importadora de repuestos.
- Determinar la viabilidad financiera del proyecto propuesto por medio de un estudio financiero y su respectiva evaluación.

1.1.6 Justificaciones

Según datos de la AEADE (Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador), las empresas ensambladoras del Ecuador produjeron 75743 vehículos en el año 2011, los vehículos de fabricación obtuvieron el 42% de participación en el mercado, y para el 2011 existió un 44% de participación por lo que se observa que existe un incremento entre el año 2010 y 2011. De acuerdo a una apreciación visual se observó que en el Sur de Quito existe gran circulación de vehículos Volkswagen y poca oferta de repuestos automotrices, por lo que se indica que existe factibilidad para la implementación de este proyecto.

Adicionalmente es necesario conocer las necesidades específicas que se desea cubrir en el mercado objetivo, ofreciendo repuestos que cumplan altos estándares de calidad a precios competitivos con el mercado actual. Para obtener mejores resultados se realizará una segmentación de mercado, conociendo cual va hacer nuestro mercado meta; teniendo como segmentación el siguiente concepto “proceso de subdividir un mercado

en subconjuntos distintos de clientes que se comportan de la misma manera o que presentan necesidades similares. Cada subconjunto se puede concebir como un objetivo que se alcanzará con una estrategia distinta de comercialización” (Asociation, 2005)

La segmentación se realizará por características demográficas y geográficas.

- Demográficas: el producto estará destinado a usuarios de vehículos Volkswagen.
- Geográficas: la empresa se enfocará en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito,

Este estudio se enfocará en el sector Sur del D.M de Quito, en el cual existe más circulación del efectivo, lo que hace que este nicho sea activo y próspero para iniciar una actividad económica.

De acuerdo a una observación personal de manera rápida, se pudo evaluar que en este sector existe una gran demanda de vehículos Volkswagen y poca oferta de repuestos, y al momento solo existen tres distribuidores importantes los cuales son: AUTOMIL, VW PARTS y VW VOLKSWAGEN, lo cual hace que sea factible introducirnos en el mercado.

También se observó que existen talleres automotrices, los cuales van a ser nuestros potenciales clientes para el presente estudio a través de alianzas estratégicas; analizando a estos talleres se pudo apreciar que los actuales distribuidores que existen en el sur de Quito no cumplen a cabalidad con los pedidos de repuestos, lo cual ocasiona inconformidades y pérdida de tiempo para el cliente.

Con todos los puntos anteriormente mencionados se realizará una justificación práctica, ya que se van a implementar técnicas de administración y comercialización de repuestos automotrices Volkswagen para que exista un buen desempeño de la empresa, generando utilidad y rentabilidad.

1.2 MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del presente estudio se tomará como base las siguientes teorías, libros e informes:

Teoría del Desfase Tecnológico

Esta teoría fue expuesta por Postner y parte sobre las diferencias tecnológicas entre los países. Ella explica que los bienes y los procesos productivos van cambiando con el pasar del tiempo y no tiene lugar simultáneamente en todos los países. Por ello, estas diferencias en el desarrollo tecnológico entre los países conceden ventajas comparativas en el comercio internacional. Los países que tienen una más alta capacidad de innovación tienen una ventaja frente al resto y exportarán dichos productos. (Czinkota, 2007)

La razón para buscar la innovación por parte de una determinada empresa o país, viene dada porque una vez que existe la ventaja tecnológica, estos pueden vender a un precio medio más reducido que su competencia, obteniendo mejores ganancias y ganando el mercado. Esta situación va a durar un tiempo, hasta que dicha innovación se difunda y la producción se extienda a otros países. (Czinkota, 2007)

Se ha escogido esta teoría dado que el tema trata sobre un producto industrial competitivo, y dado que la demanda interna en el ámbito automotriz es suficientemente grande para establecer transacciones de comercio internacional. Los productos estudiados son una innovación para obtener mejores resultados en la mecánica automotriz, sector cuyas regulaciones van avanzando con el pasar del tiempo. Por su parte, el proveedor del producto tiene una ventaja tecnológica en este ámbito, obteniendo una buena oportunidad de mercado para la importación del mismo.

La Riqueza de las Naciones “Adam Smith”. Teoría de la Ventaja Absoluta. Esta teoría nos habla del beneficio del comercio que existe entre países. Define que un país tiene una ventaja absoluta sobre otro en la producción de un bien, cuando es más eficiente, es decir: requiere de menos recursos por unidad para su producción que el otro país. (Smith, 1776).

Principios de Política Económica “David Ricardo”. Teoría de la Ventaja Absoluta. Extiende la teoría de los beneficios del comercio a situaciones donde un país tiene ventaja absoluta en ambos bienes. De acuerdo con Smith dicho país probablemente no resulte beneficiado con el comercio exterior. Estos beneficios se obtienen cuando el país con ventaja absoluta en ambos bienes se especializa en producir aquel con mayor eficiencia relativa (menor costo de oportunidad), es decir el bien en el que tiene ventaja comparativa. (Ricardo, 1817).

Negocios Internacionales “Charles Hill”- Capítulo 15. Instrumentos financieros para el desarrollo de exportaciones e importaciones. Nos indica los compromisos que generalmente se establecen a través de un documento para que no exista desconfianza, tanto para el importador como para el exportador.

Negocios Internacionales “Charles Hill”. Pág. 121. Una Visión de la Transición China. Nos habla de cómo la China puede convertirse en una gran potencia por las ventajas comparativas y competitivas, también nos indica que su población ha dejado de ser rural para convertirse en urbana y esto viene dado por la globalización. Es un capítulo interesante el cual nos ayuda a conocer de mejor manera el desarrollo de la economía China y cómo esta ha ido surgiendo con la globalización.

Algunas teorías e instrumentos para el análisis de la competitividad “Juan Caro Troncoso” Capítulo V. Desarrollo Sostenible y Competitividad. Nos indica que la competitividad depende de la combinación de algunos factores como oferta, demanda, precio, y cómo podemos establecer precios para llegar a ser competitivos en el mercado.

Conocimiento para Innovar “Ángel L. Arbonés”. Nos explica cómo sacar provecho de la capacidad y el talento intelectual que existe en los individuos, también cómo desenvolvemos de mejor manera con la empresa, etc. Mediante ejemplos claros este libro realiza explicaciones para un mejor entendimiento.

Sistema de Gestión Integral. “Federico Alonso Atehortúa Hurtado” Pág. 71. Michael Porter. Cadena de Valor se refiere a la cantidad de clientes que están dispuestos a pagar

para que una empresa los provea. Este libro nos ayudará a conocer a qué se refiere la cadena de valor, los procesos que esta lleva, y cómo implementarla.

1.2.1 Estado actual del conocimiento sobre el tema

Se planteará las principales teorías de los diferentes autores de comercio exterior, negocios internacionales, marketing, innovación, competitividad y sistemas de gestión. Entre los principales autores se mencionan los siguientes:

- Adam Smith
- David Ricardo
- Charles Hill
- Juan Caro Troncoso
- Ángel L. Arbonés
- Federico Alonso Atehortúa Hurtado

Para obtener mejores resultados se analizaron los principales lineamientos teóricos en los siguientes aspectos:

- Teorías principales del comercio internacional
- Instrumentos financieros para el desarrollo de exportaciones e importaciones
- Evolución de la República Popular China
- Desarrollo de la competitividad
- Aprovechar el talento intelectual = Innovación
- Procedimientos de la cadena de Valor.
- Crecimiento porcentual del sector automotriz en la ciudad de Quito en el año 2012
- Determinar las principales distribuidoras de repuestos automotrices Volkswagen en el sur de Quito.

1.2.2 Adopción de una perspectiva teórica

De acuerdo a lo mencionado anteriormente, se ha decidido adoptar las teorías de Charles Hill y Federico Alonso Atehortúa Hurtado, las cuales se ajustan a los requerimientos de la presente investigación compartiendo conocimientos claros y necesarios para la misma.

1.2.3 Marco Conceptual

Focus Group: es un método o forma de recolectar información necesaria para una investigación, que consiste en reunir a un pequeño grupo de personas (generalmente de 6 a 12 personas) con el fin de entrevistarlas y generar una discusión en torno a un producto, servicio, idea, publicidad, etc. (Crece negocios.com, 2013).

Comercialización: Por comercialización se refiere al conjunto de actividades desarrolladas con el objetivo de facilitar la venta de una determinada mercancía, producto o servicio, es decir, la comercialización se ocupa de aquello que los clientes desean. (ABC, 2010).

Competitividad: La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo y la productividad de los otros oferentes del mercado (Económica, 2011).

Globalización: La globalización es una interdependencia económica creciente del conjunto de países del mundo, provocada por el aumento del volumen y la variedad de las transacciones transfronterizas de bienes y servicios, así como de los flujos internacionales de capitales, al tiempo que la difusión acelerada de generalizada de tecnología. (Económica, 2011).

Comercio Internacional: hace referencia al movimiento que tienen los bienes y servicios a través de los distintos países y sus mercados. Se realiza utilizando divisas y está sujeto a regulaciones adicionales que establecen los participantes en el intercambio y los gobiernos de sus países de origen. (Aduanas, 2012)

1.2.4 Hipótesis

La elaboración de un estudio para la importación de repuestos automotrices de vehículos Volkswagen desde la República Popular China para la comercialización de las distribuidoras del sector Sur del D.M. de Quito, permitirá conocer las necesidades insatisfechas y ofrecer repuestos de calidad que cubran dichas necesidades.

1.2.5 Identificación y caracterización de variables

Variable Dependiente: Importación de repuestos automotrices Volkswagen.

Variable Independiente: Comercialización de repuestos VW en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito.

2 CAPITULO II: MÉTODO

2.1 NIVEL DE ESTUDIO

Investigación Descriptiva

“Describe en detalle una situación o proceso, limitándose a señalar exclusivamente algunas características del grupo de elementos estudiados” (Andino, 2013, pág. 29).

Esta investigación será descriptiva, ya que se requiere conocer los intereses y necesidades específicas que tiene un grupo de personas en general, para este caso el grupo a investigar es el sector sur de la ciudad de Quito, conociendo sus gustos y preferencias para brindar un producto que sea aceptado por los mismos. De acuerdo a esta investigación se van a establecer estrategias para que el producto tenga una buena aceptación en el mercado y exista un buen posicionamiento en el mismo.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

Proyecto de Desarrollo

“Se encarga de la investigación de temáticas basadas en necesidades particulares de organizaciones o grupos sociales. Su resultado es una propuesta práctica de aplicación específica, con viabilidad de ser ejecutado” (Andino, 2013, pág. 30).

Se ha escogido implementar un proyecto de desarrollo, ya que dentro de esta investigación se conseguirá elaborar una propuesta viable, conociendo de mejor manera al mercado Sur de Quito, para poder aplicar estrategias de mercado y ser una empresa rentable.

2.3 MÉTODO

En el proceso de investigación científica, en el cual se utilizan diversos métodos, según la ciencia de que trate y de acuerdo con las características concretas del objeto de estudio. Estos métodos están destinados a describir la verdad o confirmarla, mediante

conclusiones ciertas y firmes. El método a aplicar en el siguiente estudio es el Método Inductivo

Método Inductivo

“La inducción es un procedimiento por medio del cual se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, siendo esto clave para la formulación de hipótesis” (Andino, 2013, pág. 30).

Para la siguiente investigación se ha realizado este método de la siguiente manera:

- 1.- Observación: Consiste en observar hechos, fenómenos o problemas de toda índole que hay en el entorno. Se escoge uno y se lo plantea dando inicio al proceso de investigación.
- 2.- Experimentación: Consiste en manipular una o más variables para determinar qué cambios se producen en este fenómeno o problema que se está investigando.
- 3.- Comparación: Consiste en establecer semejanzas y diferencias con hechos o fenómenos de igual naturaleza.
- 4.- Abstracción: Por medio de esta, se separan los rasgos comunes o semejantes descubiertos en la experimentación o información.
- 5.- Generalización: Se formula el concepto, regla, teoría basada en la abstracción. Estos conceptos, reglas y teorías, sirven para todos los casos.

2.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

2.4.1 Universo de estudio

Conforme a los datos obtenidos y basados en el cálculo anteriormente realizado, se tiene una población universo de 7.906 vehículos Volkswagen matriculados en la ciudad de Quito.

2.4.2 Prueba Piloto

El método que se utilizará en este proyecto es la modalidad de muestreo probabilístico que básicamente es el procedimiento por el cual se da a cada persona o elemento del universo una posibilidad igual de ser seleccionado en la muestra, además representa la modalidad más conocida y que alcanza mayor rigor científico.

Garantiza la igualdad de probabilidades de elección de cualquier elemento y la independencia de selección de cualquier otro. En este procedimiento se extraen al azar un número determinado de elementos, 'n', del conjunto mayor 'N' o población, para ello se realizará una prueba piloto, en la cual se aplicarán 30 encuestas, resultados que determinarán una tendencia sobre la aceptación o no del producto y con lo cual se podrá realizar posteriormente el cálculo de la muestra definitiva.

En el proceso del muestreo aleatorio se utilizara la fórmula de cálculo del tamaño de la muestra conociendo la población, en este caso la población son todas las empresas constructoras, se utilizará un margen de error del 5%, y un nivel de confianza del 95%.

$$n_0 = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra.

z = Valor de la curva de distribución normal.

p = Proporción de éxito en la aceptación del producto.

$$p = \frac{x}{n}$$

q = Proporción sin éxito en la aceptación del producto.

$q = 1 - p$

e = Error muestral permitido.

El error muestral permitido, determinará en sí la veracidad del tema de investigación, mientras menor sea el error muestral significa que la muestra será más grande, y con ello el estudio tendrá mayor significancia o validez, ya que sus resultados al ser mayores los entes encuestados se aproximarán más a la realidad.

La prueba piloto como la encuesta será aplicada a propietarios de vehículos Volkswagen en el interior de las principales estaciones de servicio del sur de la ciudad de Quito, sin distinción de su modelo o año de fabricación; con la aleatoriedad se garantiza un grupo no homogéneo en cuanto a características y preferencias de consumo, por ende un mejor panorama de decisión para el proyecto.

Con la prueba piloto se pretende estimar la proporción “p” que es la probabilidad de éxito de la entrada del producto, de tal manera que en la prueba piloto se realizarán 30 encuestas previas.

2.5 SELECCIÓN DE INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN

Para el desarrollo de este proyecto se utilizará como instrumentos de apoyo las siguientes técnicas.

Fuentes primarias.- Las fuentes primarias son:

Encuesta

Consiste en obtener información de los sujetos de estudio, proporcionados por ellos mismos, sobre opiniones, conocimientos, actitudes o sugerencias. Hay dos maneras de obtener información: la entrevista y el cuestionario. “En la entrevista, las respuestas son formuladas verbalmente y se necesita del entrevistador; en el procedimiento denominado cuestionario, las respuestas son formuladas por escrito y no se requiere la presencia del entrevistador”

Observación

Es el registro visual de lo que ocurre en una situación real, clasificando y consignando los acontecimientos pertinentes de acuerdo con algún esquema previsto y según el

problema que se estudia. Es un método que permite obtener datos tanto cuantitativos como cualitativos. La determinación de qué se va a observar estará determinada por lo que se está investigando, pero “generalmente se observan características y condiciones de los individuos, conductas, actividades y características o factores ambientales”

Fuentes secundarias.- Las fuentes secundarias se realizarán directamente de los registros existentes en textos sobre el tema, y de información estadística de los organismos gubernamentales y no gubernamentales pertinentes.

2.6 VALIDEZ Y CONFIABILIDAD DE LOS INSTRUMENTOS

Antes de utilizar los instrumentos de investigación ya mencionados, se tendrá que validar la confiabilidad de estos instrumentos. En el caso de las encuestas y entrevistas se van a realizar pruebas piloto, para determinar si el instrumento que se está utilizando es el adecuado.

2.7 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Entre las variables más significativa para esta investigación tenemos las siguientes:

VARIABLES	DIMENSIONES	INDICADORES
VI: Importación de repuestos automotrices Volkswagen.	<ul style="list-style-type: none"> • Sistema de importación a aplicar • Tareas a realizar por personal competente. • Estrategia de evaluación de control. 	<ul style="list-style-type: none"> • Eficiencia del sistema. • Rendimiento de personal. • Indicadores financieros.

<p>VD: Comercialización de repuestos VW en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Conocimientos de ventas • Apoderamiento del mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad de ventas • Satisfacción del cliente
--	--	--

2.8 PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE DATOS

Para el desarrollo de esta investigación se van a utilizar las siguientes herramientas:

- Tablas y Datos en Microsoft Excel
- Redacción en Microsoft Word
- Google Maps (Ubicación de la zona)
- Presentación en Power Point

CAPÍTULO III: RESULTADOS

3 LEVANTAMIENTO DE DATOS

3.1 ANÁLISIS PEST

Es una herramienta de análisis del entorno EXTERNO de una empresa, analiza los puntos básicos obteniendo información valiosa, para comprender los factores que influyen en el crecimiento o declive de un mercado.

El análisis del macro entorno está conformado por fuerzas que rodean a la empresa o negocio propuesto; se puede mencionar las políticas gubernamentales, tendencias sociales, y en general fuerzas que de una u otra forma pueden afectar significativamente y de las cuales se puede aprovechar las oportunidades que presentan.

3.1.1 Factor Político

El Presidente de la República Eco. Rafael Correa tiene dentro de sus políticas económicas, la reestructuración del sector público, mantener en baja el riesgo país e impulsar políticas de empleo para superar el déficit y mejorar así las condiciones de vida del país, además es partidario de una política económica soberana sin intromisiones de organismos internacionales, específicamente el Fondo Monetario Internacional (FMI) y el Banco Mundial (BM).

El mandatario del país está reestructurando el sector público y promueve la regionalización del país para descentralizar y mejorar las políticas sociales con el propósito de brindar una mejor asistencia a los sectores más pobres de Ecuador.

Como parte de su nueva política, el Eco. Rafael Correa está racionalizando las finanzas públicas exponiendo que el principal problema del país no es su inflación, ni es el riesgo país, sino la incapacidad de generar empleo productivo.

Para el gobierno, el subempleo constituye otro tema grave y ha señalado que no escatimará energía y recursos para resolver estos flagelos, que son parte causal de la emigración.

En uno de sus discursos, el Presidente de la República Eco. Rafael Correa dijo “luego de 30 años el ingreso de los grupos más poderosos se está cerrando y las políticas públicas persiguen desde el 15 de enero del 2007 aplacar la desigualdad”. El Eco. Rafael Correa ha mantenido altos niveles de popularidad en sus años de Gobierno.

Del resumen de las políticas económicas del Gobierno del Economista Rafael Correa se puede decir que para pensar en un país diferente se tiene que construir un Ecuador donde se practiquen valores fundamentales como la democracia, la solidaridad, la justicia, la ética y en especial la equidad en los ámbitos: social, económica, ambiental, étnica, de género, etc.

En cuanto a importaciones el gobierno ha incrementado los impuestos y aranceles a la importación de productos terminados, además de limitar en cuanto a cantidad de importación, todo ello como una política que impulse la producción nacional; si bien es cierto esto representa una amenaza para la propuesta, la producción nacional no es competitiva en cuanto al sector automotriz se refiere y por el momento la importación de repuestos es la mejor opción para cubrir la demanda local.

3.1.2 Factor Económico

El sector automotor tiene un papel vital dentro de la economía de un país, se estima que la producción mundial de automóviles en el año 2011 superará los 75.3 millones de unidades, lo cual significará un crecimiento del 6.2% con respecto al año 2010. (PROECUADOR, 2011).

Dentro de los factores económicos regulatorios que van a determinar en este proyecto, se tiene los siguientes:

- **PIB**

Es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio.

La actividad comercial en la economía nacional, constituye sostenidamente entre los años 2005 – 2010 entre el 14% y el 15% del Producto Interno Bruto según los datos publicados en el Informe Cuentas Nacionales No 75 del Banco Central del Ecuador, y con la proyección de las cifras hasta el año 2015 permite pronosticar que el sector continuará creciendo.

El sector automotor tiene una participación importante en la economía del país debido a los ingresos que genera en todas las actividades económicas directas e indirectas que involucra.

Sólo en el caso de impuestos se estima que son de alrededor de USD 400 millones, además de su impacto en la generación de empleo en las diferentes partes de su cadena, desde el ensamble hasta la distribución y venta (PROECUADOR, 2011).

- **INFLACIÓN**

La inflación está definida como el incremento sostenido del nivel de precios en el transcurso del tiempo, se la puede medir por medio del índice de precios al consumidor en el área urbana (IPCU), a partir de una canasta de bienes y servicios demandados por los consumidores de estratos medios y bajos, establecida a través de una encuesta de ingresos y gastos de los hogares; el índice de inflación tiene una incidencia directa con cualquier tipo de negocio o empresa ya que afecta directamente en los costos y gastos y por ende en el precio del producto o servicio que éstas ofrecerán al consumidor final.

Como se puede apreciar en la Tabla N° 3.1., la inflación desde el año 2005 al 2012 se ha mantenido en un margen de entre 3 y 5%, con excepción del año 2008 que presentó un incremento promedio de 8,82%

Tabla N° 2.1. Inflación Anual

INFLACIÓN ANUAL	
AÑOS	INFLACIÓN ANUAL %
2005	3,14
2006	2,87
2007	3,32
2008	8,82
2009	4,31
2010	3,31
2011	4,46
2012	4,94

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)

Elaborado por: Daniela Vergara

3.1.2.1 Organismos Controladores

Dentro de los organismos controladores, que se va a tener para la aplicación del presente proyecto está, el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE), es el organismo encargado de controlar los aranceles e impuestos, que debe pagar el importador, para el ingreso de las mercancías.

Es importante mencionar, que para el desarrollo de este proyecto, en el área de las importaciones, se va a utilizar el sistema ECUAPASS, con el que cuenta la SENAE, este sistema consiste en los siguientes 4 pasos:

1. Administración de usuarios
2. Tramites operativos
3. Servicio de información
4. Servicio personalizado.

En referencia al primer punto (administración de usuarios) es una funcionabilidad que permite al Operador de Comercio asignar claves de acceso a cada uno de los usuarios que conformen su equipo de trabajo, de esta manera se puede controlar y revisar el ingreso y ejecución de actividades que cada usuario haya efectuado, entre otras bondades.

En cuanto a la elaboración de Trámites Operativos, dentro de ECUAPASS se podrá procesar todo tipo de trámite Aduanero y el PLUS que ahora encontramos es la integridad que mantendrá el sistema con otras entidades públicas a fin de crear la tan sonada Ventanilla Única, lo que permitirá que el usuario final optimice sus tiempos y sobre todo recursos.

Sobre el tema de Servicios de Información, este punto trata sobre las interacciones que las empresas tendrán dentro de ECUAPASS, sobre lo cual se podrá conocer Estadísticas, Record de la empresa, etc. Al contar con la plataforma sobre la cual está desarrollada ECUAPASS, podrán disponer de otro tipo de servicio al cliente, como chat en línea, acceso remoto, etc.

Además al alcance del sistema ECUAPASS, el uso de TOKEN que ahora deberán disponer las empresas para sus respectivas declaraciones. Este dispositivo alberga la identificación o firma digital del Operador o declarante, el cual reemplazará al actualmente usado Correo Seguro; representando mayor confiabilidad en las operaciones o transacciones que efectúe el usuario final. (Comercio Exterior.com.ec, 2012)

El Servicio de Rentas Internas (SRI), es el organismo encargado de recolectar el pago de impuestos para el estado. De esta manera, se tiene una relación directa con este organismo, ya que en un futuro se deben pagar impuestos, realizando las respectivas declaraciones mensuales del IVA, y las declaraciones anuales del impuesto a la renta.

3.1.2.2 Relación comercial Ecuador-China

Otro punto importante que se debe mencionar en este análisis económico es la relación actual que tiene Ecuador con China, ya que China es considerada una de las más importantes potencias mundiales después de Estados Unidos, con una industria desarrollada y preparada para la competencia global. Una de las características principales de China es ser el mayor exportador mundial, lo cual le ha convertido en tener balanzas comerciales positivas con la mayoría de países, generando alianzas comerciales y siendo el máximo acreedor a nivel mundial.

La Inversión Extranjera Directa (IED), que China ha aportado al Ecuador en los últimos cinco años ha sido de gran ayuda para poder desarrollar una economía activa en los diferentes sectores económicos, por lo cual a continuación se muestra un imagen para un mejor conocimiento.

Tabla N° 2.3. Flujo de la Inversión Extranjera Directa de China al Ecuador

FLUJO DE IED DE CHINA EN ECUADOR POR SECTORES						
Miles USD						
	2007	2008	2009	2010	2011	2012 II T
Agricultura, silvicultura, caza y pesca	-	3	64	12	47	8
Comercio	(1,551)	71	349	196	1,433	344
Construcción	3	5	1	7	25	1
Explotación de minas y canteras	85,389	46,440	55,528	44,691	78,484	44,139
Industria manufacturera	-	-	4	25	137	65
Servicios comunales, sociales y personales	-	-	-	0.3	-	-
Servicios prestados a las empresas	2	19	351	-	2	44
Electricidad, gas y agua						1
Transporte, almacenamiento y comunicaciones	997	-	-	28	-	1
Total	84,840	46,538	56,297	44,960	80,128	44,602

Fuente: PROECUADOR, 2011

Desde el 2008 hasta el 2011, el gobierno ha concretado once medidas gubernamentales según el sector automotriz, lo que ha afectado las ventas. Desde el gobierno se justifica la medida por dos razones: la primera para disminuir la contaminación; y la segunda, porque pese a la ayuda no se aminoraron los precios, ni se aumentó la producción local.

Desde el año 2008, el gobierno estableció el Impuesto a los Consumos Especiales (ICE), que cambió de un 5.15% fijo que pagaban los vehículos, a una tabla del 5 al 35% en función del precio de venta al público, 8 meses después esta tabla fue modificada para vehículos con incrementos porcentuales de 5 puntos. En este mismo año se registró una venta record de 112.000 vehículos, en el año 2009 para equiparar la balanza comercial, el gobierno decide poner una salvaguarda y restringir la importación en un 35%, pero en junio del mismo año, se reemplaza esta restricción por un arancel del 12%, luego se aplica otra salvaguardia cambiaria generando menor importación de vehículos desde Colombia, esto ocasionó que las ventas de vehículos para el año 2009 cayeran a 92.000 unidades.

Para este año se implementó un nuevo sistema; cada compañía importadora debía registrarse al COMEX, con la finalidad de controlar y restringir, de acuerdo al caso, la importación de los vehículos. El 12 de marzo, en este registro se incluyó la importación de CDK (automotores desarmados además de neumáticos, y materiales de reencauche). Además, se creó un comité interinstitucional que puede suspender los registros a los importadores. Todas estas medidas, según la Asociación Ecuatoriana Automotriz (AEA), provocaron que en el Ecuador se pague el 89% más del valor de un vehículo, solo en impuestos. A ellas se añade ahora, el llamado ‘impuesto verde’, que se pagará una vez al año. Para el cálculo de este tributo, se medirán tres factores: cilindraje, antigüedad y avalúo.

Las medidas impuestas por el gobierno en los últimos años para la importación de vehículos han sido drásticas; porque no solamente se están frenando las importaciones en cupos de dólares, sino que ahora se establece cupos en dólares y en unidades, lo cual limita aún más las importaciones.

3.1.3 Factor Social y Cultural

Según los datos estadísticos presentados por el Banco Central del Ecuador, se puede apreciar en la Tabla N° 2.4., prácticamente de junio de 2012 a junio de 2013 Ecuador ha presentado las cifras más bajas en cuanto a desempleo, incluso se ubica entre los países con tasa de desempleo más baja, lo cual refleja el producto de la masiva inversión social realizada por el Gobierno, con una reducción de 2 puntos porcentuales aproximadamente cada año.

Tabla N°2.4. Desempleo

TASA DESEMPLEO	
MES	%
Junio-30-2013	4.89 %
Marzo-31-2013	4.64 %
Diciembre-31-2012	5.00 %
Septiembre-30-2012	4.60 %
Junio-30-2012	5.19 %
Marzo-31-2012	4.88 %
Diciembre-31-2011	5.07 %
Septiembre-30-2011	5.52 %
Junio-30-2011	6.36 %
Marzo-31-2011	7.04 %
Diciembre-31-2010	6.11 %
Septiembre-30-2010	7.44 %
Junio-30-2010	7.71 %
Marzo-31-2010	9.09 %
Diciembre-31-2009	7.93 %
Septiembre-30-2009	9.06 %
Junio-30-2009	8.34 %
Marzo-31-2009	8.60 %

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2013)

Elaborado por: Daniela Vergara

3.1.4 Factor Legal

Antes de crear una empresa, es necesario conocer el tipo societario que más se ajusta a las necesidades del emprendedor.

Según la Superintendencia de Compañías, existen varios criterios generales para la evaluación, los cuales serán de gran ayuda para tomar una correcta decisión, los cuales se detallan a continuación:

- Número de socios
- Cuantía de capital
- Requisitos de constitución
- Obligaciones fiscales
- Régimen de seguridad social
- Contratación laboral
- Responsabilidad frente a terceros

- Tipos de forma jurídicas dependiendo de las características particulares.
- Entre otros

Según la ley de compañías: “El contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por disposiciones de la Ley de Compañías, por las del código de comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del código civil del Ecuador. La sociedad es un sujeto de derecho, es una persona jurídica distinta de los socios que la conforman.” (COMPAÑÍAS, 2012).

3.1.4.1 Normativa Legal para importación

Por otra parte se deben tomar en cuenta las normativas legales que rigen en el Ecuador sobre las importaciones.

En el Ecuador cualquier persona natural o cualquier persona jurídica que tenga registro único de contribuyentes (RUC) habilitado por el Servicio de Rentas Internas, pueden registrarse como importadores en el Banco Central del Ecuador, previo el cumplimiento de los requisitos que constan en el reglamento de comercio exterior.

- **Declaración y visto Bueno**

Los importadores deben declarar al BCE las importaciones a consumo, previo al embarque de las mercancías.

- **Servicio de Corresponsalía**

Cuando se habla de los servicios de corresponsalía significa que la declaración se la podrá realizar en los bancos corresponsales de comercio exterior o electrónicamente a través del Internet. El BCE o sus bancos corresponsales se encargan de otorgar el visto bueno, hasta el día hábil siguiente al de su presentación y el incumplimiento de esto obliga al reembarque inmediato de la mercancía importada.

- **Servicio Electrónico**

Cuando se utiliza el servicio electrónico de concesión de visto bueno, el Banco Central conferirá las respectivas claves de acceso, para lo cual los importadores deben presentar una solicitud por escrito, en el formato diseñado para el efecto. La utilización de la clave será de su exclusiva responsabilidad. Los importadores deben comprometerse formal y expresamente, bajo las penalidades de la Ley, a no dar uso ilegal o indebido del servicio electrónico o de claves.

- **El visto bueno**

El visto bueno tendrá un plazo de validez indefinido, será válido para un solo embarque y la importación realizada a su amparo no estará sujeta a límite de tolerancia, de modo que todo valor y/o cantidad que exceda lo declarado no será considerado como desprovisto de visto bueno, excepto en el caso de mercancías sujetas a licencias de importación de acuerdo a las resoluciones del COMEXI.

El Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador (SENAE)

Podrá autorizar embarques parciales con cargo al visto bueno, cuando se trate de importaciones de plantas completas, maquinarias, aparatos o mercancías de gran volumen que requieran varios envíos; o por falta de espacio en las naves o aeronaves lo cual deberá ser certificado por el representante de la empresa transportadora.

El documento Único de Importación (DUI)

El DUI es un documento de acompañamiento a la declaración aduanera única (DAU). En el formulario A se declara una sola partida. En el formulario B varias partidas arancelarias, pero siempre contando con un A. Es un documento electrónico que se envía a la aduana por intermedio del SICE Sistema Informático Comercio Exterior.

- Verificación previa a la concesión del visto bueno
- Verificación de la identidad del importador

- Consulta en el sistema si el importador se encuentra autorizado o no autorizado.
- Constatar que la descripción arancelaria de la mercancía sea correcta
- Revisar si la partida declarada está prohibida de importar o si está sujeta a autorización previa.
- Verificar que el DUI haya sido llenado correctamente.

Elaboración de la licencia de importación

En el Ecuador esta licencia se conoce como el Documento Único de Importación DUI, mismo que es el documento oficial que deben utilizar los importadores antes de realizar su importación.

Formularios

El formulario A sirve para traer un solo producto o manejar un solo ítem, lo que llaman los técnicos una sola partida arancelaria. Ejemplo Televisores.

El formulario B sirve para manejar varios ítems adicionales, por ejemplo si va a importar: TV, equipos de sonido, DVD, Walkman, Discman, se puede utilizar un formulario A y un B. El formulario B tiene cuatro espacios, significa que se puede colocar cuatro partidas o subpartidas arancelarias. Lo importante es conocer que se puede utilizar tantos formularios A como partidas requiera y si se utiliza los formularios B también se debe utilizar siempre un A.

Aprobación de la licencia de importación:

La aprobación de la licencia de importación se refiere al visto bueno en el DUI debido a que todos los importadores que traen más de 4000 dólares deben obtener el visto bueno en su licencia antes de embarcar las mercancías, caso contrario se cae en contrabando y la solución a este problema sería el reembarque en forma obligatoria.

Existen varias circunstancias por la que podría ser negado el visto bueno. (Estrada, 2004)

- Por inconformidad del número de RUC, cedula o catastro
- Cuando el importador se encuentra inhabilitado en el sistema
- Si no coincide la subpartida arancelaria con la descripción arancelaria detallada en el DUI y/o con la mercancía descrita en la nota de pedido.
- Si corresponde a una subpartida arancelaria prohibida de importar.
- Cuando el importadora al presentar el DUI no haya incluido la nota de Pedido y/o las autorizaciones previas.
- Si las firmas que aparecen en las autorizaciones previas no corresponden a las de los funcionarios competentes.
- Si el DUI no ha sido llenado correctamente o si los datos del DUI y de los documentos presentados no coinciden.

3.1.4.2 Barreras de entrada

Al existir un mercado creciente por ende una demanda creciente del producto que ofrecerá la empresa, no existen mayores barreras para el ingreso del producto en el plano de mercado o marketing, sino más bien las barreras que se identifican son de carácter normativo o reglamentario, los cuales se mencionan a continuación.

- Elevados aranceles
- Largos trámites para obtener licencias y permisos
- Límite de cupos en importación

3.1.4.3 Requisitos de etiquetado, empaque y embalaje

Es muy importante conocer dentro del campo del comercio exterior, la importancia que tiene para el traslado de las mercancías, los buenos empaques y embalajes. Las mercancías deben llegar a su destino final en perfectas condiciones para su uso o consumo.

Lo primero que debe hacerse, antes de seleccionar un envase o embalaje, es plantearse qué tipo de protección necesita el producto; los que están compuestos por diversos materiales requerirán protección frente a diferentes eventualidades.

El embalaje sirve para proteger el producto o conjunto de productos que se importen, durante todas las operaciones de traslado, transporte y manejo; de manera que lleguen a manos del destinatario sin que se hayan deteriorado o desperdiciado, desde que salieron de las instalaciones en que se realizó la producción o acondicionamiento.

Es posible elegir entre una gran variedad de embalaje, sus proveedores pueden asesorar sobre cuál es el apropiado, al igual que organizaciones internacionales como ICHCA, ISO, OACI, IATA y CCI.

3.1.4.4 Regulaciones de la Aduana

Para desaduanizar la mercancía son necesarios los siguientes documentos:

Original o copia del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de porte

- Factura comercial
- Original del Documento Único de Importación (DUI)
- Documento que sustente el cumplimiento de las normas técnicas INEN.

Certificado de Origen para acogerse a los beneficios arancelarios de la CAN

Los aranceles a la importación en Ecuador son de carácter ad-valorem y la banda oscila entre el 0 y el 35% que se calcula sobre el valor CIF. La tarifa del IVA es del 12%. Las importaciones de alimentos básicos, medicinas, libros y cierto tipo de maquinaria no pagan IVA. Existen otros gravámenes adicionales, cuyo detalle es el siguiente:

- FODINFA (Fondo para la infancia) 0,50% CIF
- ICE (Impuesto a los consumos especiales, que grava a los licores, cigarrillos, vehículos, perfumes)
- Cuota redimible en favor de la CORPEI, equivalente al 0,25 por mil del valor FOB de toda importación.

Para poder identificar si el producto a exportar actualmente cuenta con algún beneficio arancelario deberá acceder a la web <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/arancel/index.jsp>

Paso 1: Portal principal del Arancel Nacional Integrado

Paso 2: Ingresar la partida arancelaria o la descripción del producto

Paso 3: Elegir la partida arancelaria;

Paso 4: Convenios;

Paso 5: Preferencias Internacionales.

3.1.4.4.1 Partida arancelaria

A continuación se presentan las partidas arancelarias que se han clasificado en el arancel nacional de importación, correspondiente al presente proyecto.

Tabla 2.3

No.	PARTIDA ARANCELARIA
1	4016930000
2	8483500000
3	8409999900
4	8409917000
5	8409999900
6	8413190000
7	8409993000
8	9032100000
9	8708910000
10	8421230010
11	8421310000
12	8413919000
13	4016930000
14	8482100000
15	8409995000
16	8409917000
17	3926903000
18	8708802000
19	8708501900
20	8708409000
21	8708302900
22	8708299000
23	8511909000
24	8536109000
25	8511909000
26	8415109000
27	8536209000

Elaborado por: Daniela Vergara
Fuente: Arancel Nacional de Importación

3.1.1. Análisis del Microambiente

3.1.2.1. Competencia

Como se puede apreciar en la tabla 2.4, existen algunos comercializadores de repuestos Volkswagen en la ciudad de Quito, a continuación se detalla su ubicación:

Tabla N° 2.4. Competidores

IMPORTADORES DE REPUESTOS AUTOMOTRICES MARCA VOLKSWAGEN		
AÑO - 2014		
No.	EMPRESA	UBICACIÓN
1	AUTOREPUESTOS V.W.	Los Álamos E10-214 Y Av. Eloy Alfaro.
2	AUTOBRASIL S.A.	Hermanos Utreras N51-94 y Gonzalo Zaldumbide
3	CAR SHOPPING S.A.	Av. 6 de Diciembre N44-318 y Abdón Calderón
4	DALBRAS	Av. Gral Rumiñahui 12-77 y Geovanny Farina.
5	AUTOPARCAM	José Luis Tamayo N24-283 y Lizardo García
6	IMPORTADORA ALVARADO S.A.	Av. 10 de Agosto
7	RINTER AUTOPARTES	Bartolomé Sánchez N72-191 y Antonio Besantes
8	REPRESENTACIONES A Y C	Av. 6 de diciembre N50-208 y Rafael Bustamante
9	TRUCK PLAZA	Av. Eloy Alfaro y cale 40
10	ATV REPUESTOS Y SERVICIOS S.A.	Pedro de Alvarado N 56-17 y pasaje B

Elaborador por: Daniela Vergara

De acuerdo a la tabla anterior, se puede observar que los mencionados importadores y distribuidores de repuestos VW, se ubican en el sector centro- norte de la ciudad, por lo que es favorable introducir el proyecto en el Sur de Quito.

Otro de los puntos a favor que tiene el presente proyecto, es que en la actualidad no existe una empresa importadora especializada en la distribución y venta de repuestos automotrices VW en dicho sector.

Es importante mencionar que en el sur de Quito existe un mercado automotor muy amplio y dinámico, en el cual existen almacenes multi-marcas, los mismos que ofrecen repuestos automotrices de varias marcas como: Chevrolet, Hyundai Nissan, Renault, etc.,. Al ser almacenes MULTIMARCAS, no son competencia directa para el proyecto, por lo que evaluando al sector el único competidor directo que se va a tener es la empresa AUTOMIL, la cual cuenta con más de 5 años en el mercado, siendo comercializadores especializados en la línea Volkswagen, la ventaja que se tendría

sobre esta empresa, es que al ser importadores directos de la línea VW, se ofrecerán repuestos automotrices a precios más competitivos y de esta manera la empresa llegará posicionarse en el mercado de manera rápida y eficaz.

3.1.2.2. Elección del proveedor

Mediante una feria que brindó la Cámara de Comercio de Quito (CCQ), el día 30 de junio del año 2013, se pudo conocer a las mejores empresas chinas dedicadas a la producción de repuestos automotrices, de las cuales se han tomado 3 empresas para realizar una selección del futuro proveedor

PROVEEDOR NO. 1

DEMAX ENTERPRISE CO., LTD



Dirección: AF-5 NO. 151 Minsheng E. Road Sec 5. Zhujiang Road, E&T Development Zone, Qingdao, China

Teléfono: 886-2-27479099

Fax: 886-2-27479097

Gerente de Exportación: Señora. Leticia Lien.

E mail: demax@seed.net.

Perfil de la empresa:

Demax Co., Ltd. es una empresa exportadora de piezas de partes de repuestos para automóviles, camiones y remolques. Creemos que nuestros precios competitivos, la calidad del producto, el conocimiento profesional y la eficiencia personal van a satisfacer a nuestros clientes.

Tipo de negocio: exportación, fabricación, oem / odm

Exportación: como productos principales tenemos a las piezas del motor, juntas de motor, sellos de aceite, contradictorio caucho, piezas del chasis, piezas de frenos, etc ... para automóviles y camiones.

Ventajas competitivas: control del pozo y de la alta calidad, entrega pronto, el diseño y la insignia del cliente, ofrecemos precios competitivos, en una variedad de diseño, se aceptan órdenes pequeñas

PROVEEDOR NO. 2**DETOTI CORPORATION**

Dirección: No. 3-1, 2nd Fl, Alley 5, Lane 217, Chung Hsiao East Road, Sec 3.

Teléfono: 886-2-275212214

Fax: 886-2-27760140

Gerente de Exportación: Señor. Billy Wu

E mail: sales1@detoti.com

Perfil de la empresa:

Detoti Corporation ofrece una amplia gama de empaquetadura de motores de alta calidad, también ofrece repuestos para vehículos comerciales, y accesorios para los mismos, somos uno de los proveedores líderes que participan en la distribución de la calidad del OEM para vehículos de pasajeros y vehículos comerciales, nuestras piezas son fabricadas con la mejor calidad y cumplen o exceden el estándar OEM bajo certificación ISO/TS16949, también estamos ampliando nuestra distribución para llegar a los mercados que antiguamente no estaban disponibles, nuestra principal estrategia es la satisfacción máxima del cliente. Nuestro éxito continuo se basa en estar constantemente trabajando hacia un desarrollo máximo de la tecnología, garantizando así un rendimiento del motor lo más alto posible.

La cooperación entre Detoti y nuestros clientes se basa en la calidad. Esto significa que nuestros clientes obtienen exactamente lo que necesitan, ya que Detoti se enfoca en la calidad, garantía de entrega, y el pensamiento innovador.

PROVEEDOR No. 3**OSSCA CO., LTD**

Dirección: No.1, Dapeng Road, Ouhai Economic Development Zone, Wenzhou, China, 325014

Teléfono: 0086-577-86732000

Fax: 0086-577-86733000

Gerente de Exportación: Señor. Kevin Chen

E mail: ossca@wz.zj.cn / ossca@ossca.com

Web site: www.ossca.com

Perfil de la empresa:

OSSCA PARTS (CHINA) CO., LTD., es uno de los principales fabricantes y exportadores en China, que se especializa en el campo de piezas de auto partes, con 2 fábricas y 300 empleados. En el principio de la "Innovación y el foco principal en la satisfacción de los clientes ", hemos mejorado continuamente la calidad de nuestros productos y servicios por más de 10 años. Nuestras piezas de automóvil se venden bien en los mercados de ultramar, con buena reputación. Podemos ofrecer a nuestros clientes más de 10.000 tipos de piezas de automóviles a precios competitivos. Nuestras piezas son aplicables para Volkswagen, Mercedes- Benz, BMW, Peugeot, Renault, Toyota,

Nissan, Kia , Daewoo y otros europeos, americanos, los coches japoneses . Todos ellos se exportan a Europa, América, Asia, África y otras regiones en el mundo. Tanto la empresa como a nuestros proveedores utilizan la tecnología de tratamiento de avanzada, así como el equipo de producción y pruebas de primera clase para producir piezas de automóviles de alta calidad. Hemos establecido un sistema completo y perfecto de garantía de calidad y obtenido la certificación ISO9001, QS9000 y TS16949 certificados.

Hemos establecido un centro de inspección de calidad y equipado con dispositivos de prueba avanzada y de inspección para garantizar la estabilidad de nuestros productos. Además, la compañía construyó un centro de investigación y desarrollo.

Todos los productos tienen que ser enviados a nuestros almacenes para la re- inspección y volver a embalar. También hemos mejorado nuestras instalaciones logísticas y hemos ampliado nuestra capacidad de almacenaje de 8.000 metros cuadrados para garantizar nuestra entrega rápida de las mercancías.

Estamos buscando la mejora continua y nos dedicamos a ser la opción preferida de los clientes a través de la entrega de productos de alta calidad y ofreciendo los mejores servicios.

EVALUACIÓN DEL MEJOR PROVEEDOR

Para evaluar al mejor proveedor de repuestos automotrices Volkswagen ubicado en China, se realizó la siguiente matriz:

Evaluación del mejor proveedor en China			
CARACTERÍSTICAS	DEMAX ENTERPRISE CO., LTD	DETOTI CORPORATION	OSSCA CO., LTD
Normas de Calidad	X	X	X
Experiencia en el mercado	X		X
Especialización en el producto			X
Tiempos de Entrega		X	X
Variedad en stock			X
Garantías en los productos	X	X	X
Total	3	3	6

Elaborado por: Daniela Vergara

Los resultados obtenidos fueron a favor del proveedor OSSCA CO., LTD., ya que esta empresa cuenta con el cumplimiento en las normas de calidad, ofreciendo productos garantizados, teniendo experiencia en el sector automotriz, al ser una empresa que solo se dedica a la exportación de partes y piezas de vehículos, más no de camiones o transporte pesado, otra característica importante que sobresale es el amplio stock que maneja el proveedor OSSCA, en cuanto a repuestos automotrices para vehículos VW, y la especialización en la marca.

Por todas estas razones OSSCA ha sido designado el futuro proveedor de este proyecto.

3.1.2.3. Clientes

El mercado de repuestos Volkswagen está enfocado al sector sur de la ciudad de Quito, ya que en dicho sector estará ubicada la empresa importadora y comercializadora de repuestos, no obstante existe la posibilidad que clientes de toda la ciudad acudan a la comercializadora para adquirir los repuestos que necesiten; ello depende de la cobertura que se dé a la publicidad promocional y a los precios competitivos con los que se vendan los repuestos.

Con el fin de determinar el mercado específico de la empresa, se ha considerado la participación de la marca Volkswagen en el parque automotor de la ciudad de Quito, dicha información se ha obtenido del anuario de transporte 2012.

En el año 2012, se matricularon en el país 1.509.458 vehículos, 91.119 más que en el 2011, correspondiendo a la provincia del Guayas con el mayor número 399.516, en segundo lugar se ubica la provincia de Pichincha con 347.694 vehículos, cifras que en conjunto representan el 50% del total de automotores existentes en el país, le sigue en importancia Manabí con 119.886 vehículos, Azuay con 92.590 y Tungurahua con 70.497.

Del total de vehículos que circulan en el país, se determina que el 95,2% son automotores de uso particular, los de alquiler representan el 3,3% los que pertenecen al Estado el 1,2% y los de uso Municipal, el 0,4%. Un año atrás, en el 2011, la distribución por uso, fue en su orden: 96%, 3%, 1% y 0.3%.

De otra parte se observa, que del total de vehículos que fueron matriculados en el 2012, los que más sobresalen son los automóviles y las motocicletas con el 33.3% y 19.6% respectivamente; valores que en conjunto representan el 52.9% del total de automotores a nivel nacional.

Según el modelo, 469.024 vehículos, es decir el 31%, tienen más de 10 años, pues corresponden a modelos que van de los años 2002 hacia atrás. De estos sobresalen las marcas Chevrolet, Toyota, Nissan y Ford con el 55%.

Los vehículos que tienen de uno a de diez años (modelos 2003 a 2013), representan el 69% del total; con lo cual se determina que en nuestro país, el parque automotor está compuesto, en mayor proporción por vehículos que no sobrepasan los diez años.

Cabe destacar, que del total de vehículos matriculados, el 53% son vehículos que apenas tienen entre uno y seis años de uso. (Modelos 2007-2013) (INEC, 2012).

Tabla N° 2.6. Número de vehículos matriculados según su marca

MARCA	TOTAL	MODELO											
		2002 Y ANTERIORES	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
NIMBUS	1.132	0	0	0	0	0	58	204	273	570	25	2	0
NISSAN	73.812	38.042	1.238	1.541	1.757	1.804	2.617	2.359	3.955	4.030	6.668	7.273	2.528
ORO MOTO	5.219			26	380	219	834	1.052	1.111	69	696	832	0
PEGASO	2.420	21	0	0	0	0	97	1.388	885	1	28	0	0
PEGASSO	1.928	1	0	0	0	0	0	45	229	747	438	465	3
PEUGEOT	7.726	1.847	281	646	977	1.306	830	633	576	110	250	230	40
QINGQI	3.322	2	13	85	165	200	260	413	173	265	877	765	104
QMC	11.285	0	0	228	105	416	937	1.611	747	821	2.472	3.861	87
RANGER	11.314	8	150	420	193	830	1.667	159	883	3.880	396	2.683	45
RENAULT	22.486	2.168	968	953	1.064	1.088	1.528	1.583	2.165	1.824	4.281	3.785	1.079
SANYA	1.733	0	6	5	28	67	160	190	250	297	649	81	0
SHINERAY	28.046	0	4	237	500	1.321	2.070	2.284	2.441	4.036	7.874	6.853	426
SKODA	9.791	4.086	489	613	340	617	601	748	519	504	658	433	183
SUKIDA	8.213	0	38	101	92	21	0	0	421	1.207	2.145	3.281	907
SUZUKI	107.157	24.508	687	933	1.763	5.062	5.125	8.398	13.292	13.289	12.763	18.853	2.484
TEKNO	5.977	0	0	0	81	663	818	1.117	223	1.089	1.214	772	0
THUNDER	4.084	0	0	0	0	0	21	97	100	234	979	2.541	112
TOYOTA	107.555	51.885	2.973	3.117	3.853	4.597	6.191	7.668	7.579	6.341	4.888	4.972	3.491
TRAXX	12.281	0	0	75	0	287	1.430	2.698	1.572	3.716	1.164	1.339	0
TUNDRA	9.919	0	0	0	0	0	0	0	0	1.240	1.805	6.562	312
UM	4.097	0	0	0	0	0	0	0	0	22	1.291	2.609	175
VOLKSWAGEN	34.372	14.798	2.599	1.943	3.486	1.620	973	885	1.742	655	3.224	2.045	402
VOLVO	1.579	1.238	36	30	29	59	43	62	17	22	15	28	0
YAMAHA	13.104	3.964	309	648	607	1.848	504	305	1.276	577	1.559	1.323	184
OTRAS MARCAS	45.852	10.475	911	1.134	1.978	3.408	4.149	6.526	4.590	2.989	3.978	4.644	1.070

Elaborador por: Daniela Vergara

Elaborador por: (INEC, 2012)

Según los datos estadísticos del (INEC, 2012), la participación en el parque automotor de la ciudad de Quito es del 23%, de tal manera que dicho porcentaje será traducido a la participación observada en la tabla 2.6 de vehículos Volkswagen existentes a nivel nacional.

Tabla N° 2.7. Número de vehículos VW matriculados en Quito

AÑO	TOTAL
AUTOS VW PAÍS	34.372
% PARTICIPACIÓN QUITO (23%)	7.906

Elaborador por: Daniela Vergara

Fuente: (INEC, 2012)

Como se puede observar en la tabla 2.7, hasta el año 2013 existe un total de 7.906 vehículos de marca Volkswagen matriculados en la ciudad de Quito, y son específicamente autos de años de fabricación desde 2013 hacia atrás los que actualmente requerirían mayor cantidad de repuestos por su tiempo de uso, de tal manera que el presente análisis representa además la demanda potencial.

En resumen, se puede considerar las siguientes características para la determinación de los clientes potenciales:

UBICACIÓN	QUITO-SUR
MARCA	VOLKSWAGEN
AÑO FABRICACIÓN	2013 O POSTERIOR

3.1.4.5 Análisis del sector automotriz

Las importaciones del sector automotriz en el Ecuador son reguladas por el COMEX (Comité de Comercio Exterior), siendo este sector muy sensible a las políticas gubernamentales, las mismas que son emitidas por el gobierno a través de los tributos ocasionando que los precios de los vehículos aumenten.

Existe muy poca información acerca de las importaciones y sus respectivas erogaciones a las cuales se incorporan a los costos del bien importado, esto afecta directamente al consumidor final ya que este es quien cancela los precios ofertados por los importadores.

La importancia del estudio de los tributos del comercio exterior hace posible planificar y presupuestar mercancías que se pueden importar, y cubrir las formalidades; evitando multas e intereses innecesarios incluso la retención de mercaderías.

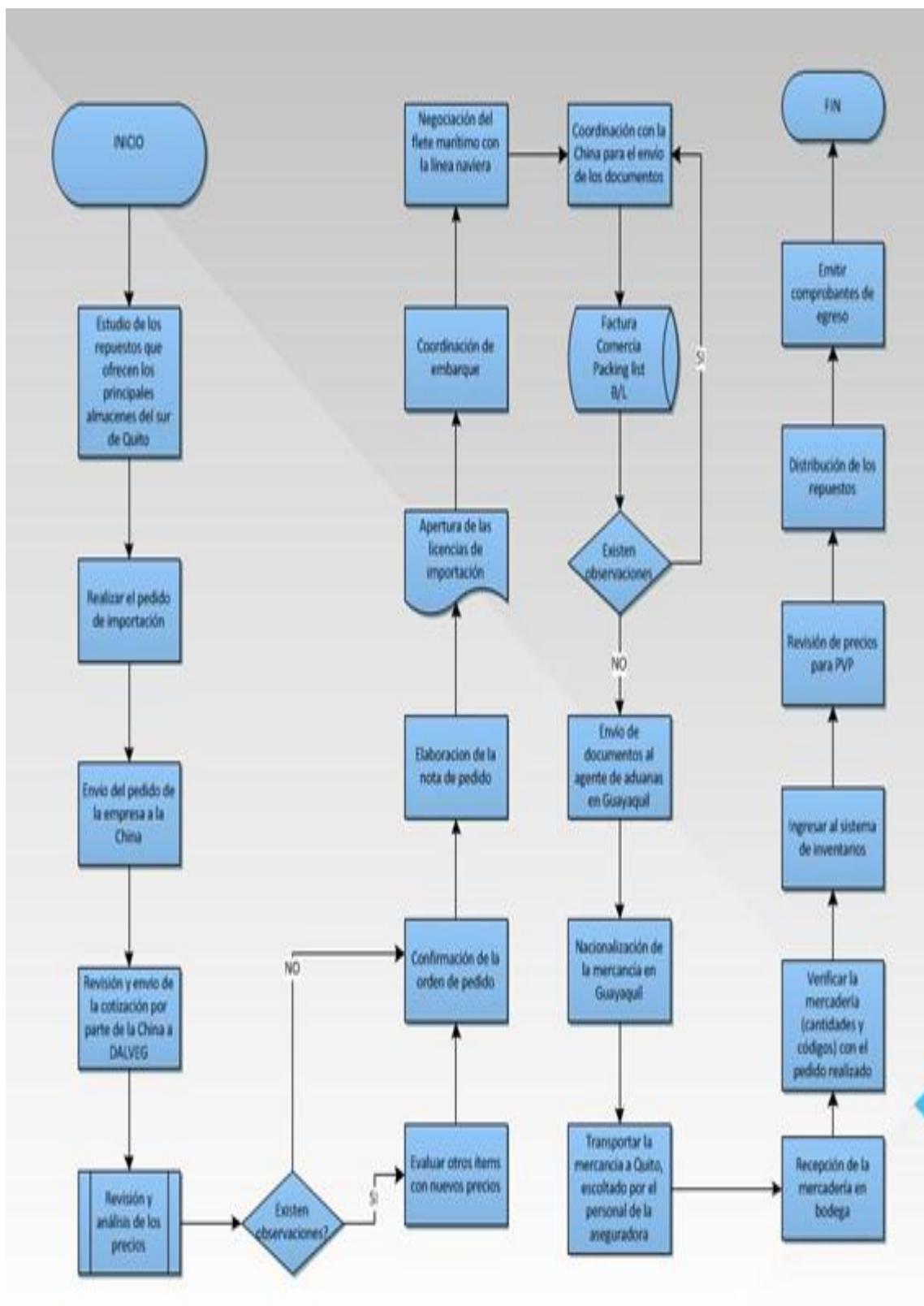
Para estar al tanto del sector automotriz, es necesario conocer los productos ofertados, así como el mercado y los agentes que interviene en este sector. Partiendo de que los vehículos para ser comercializados en el Ecuador deben ser previamente importados por CBU (Importación de vehículos completos) o CKD (Importación por partes a ser ensambladas), con ello se debe cancelar los tributos como el Ad-valorem, el ICE, y el IVA; todos estos se incorporan al precio de venta al público y por ende al consumidor final.

La importancia del sector automotor en el desarrollo del país es reconocida por su influencia en varios entornos. El sector genera una importante contribución a la economía del Estado en aranceles, impuestos y además por la mano de obra que emplea a un gran número de personas.

3.1.4.6 Flujo del proceso de importación

El proceso de importación de repuestos automotrices es el que dará sustento a todas sus operaciones, por lo cual representa el proceso base; a continuación se muestra el flujo del proceso mencionado, que además integra la distribución y venta de los repuestos

Figura N°3.2. Flujo importación



Elaborado por: Daniela Vergara

Los procesos anteriormente ilustrados, reflejan las actividades que se realizarán para gestionar el pedido, la apertura de licencias de importación, y el ingreso de la mercancía a la bodega de la empresa.

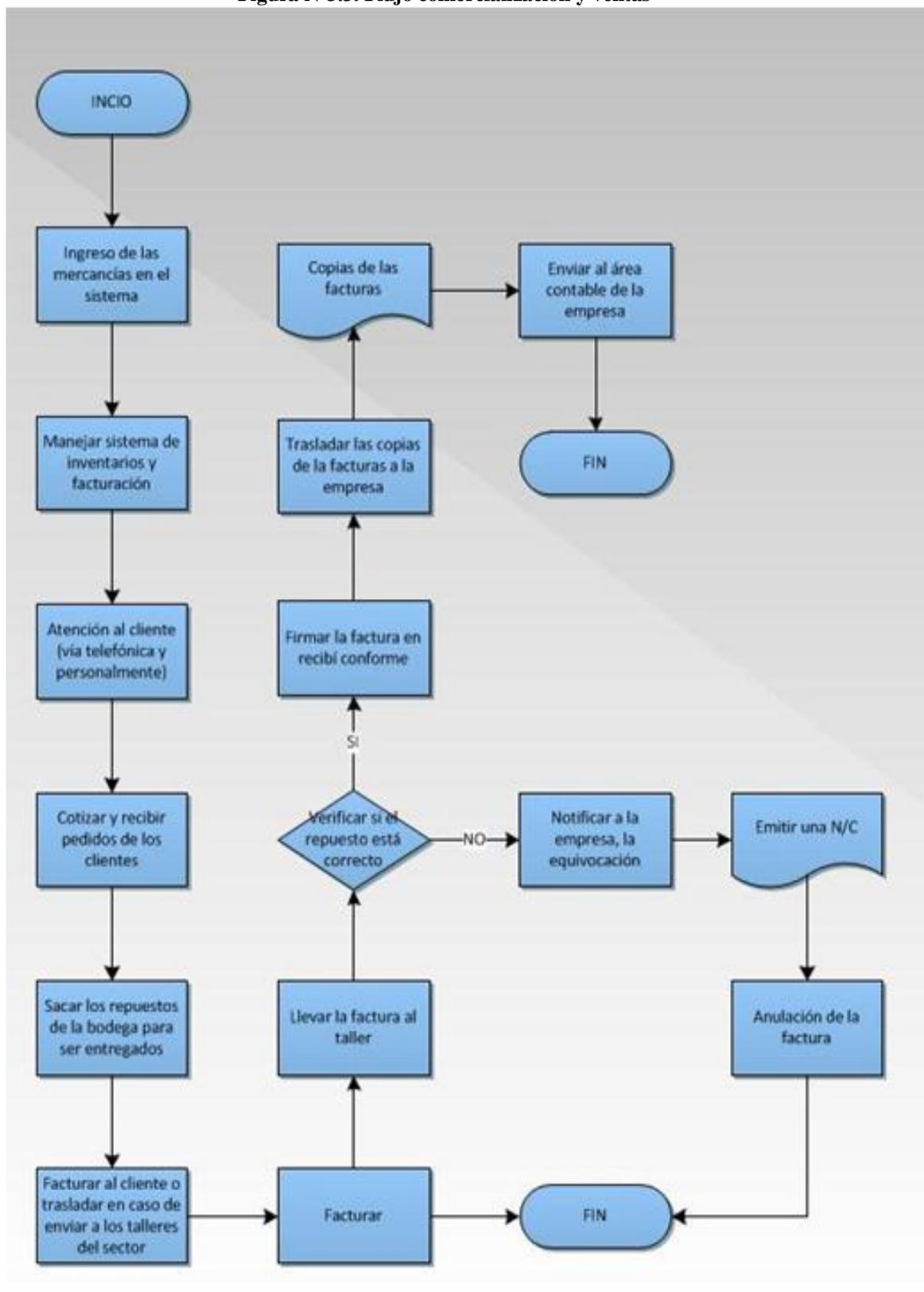
A continuación se detalla cada proceso:

1. Estudio de los repuestos que ofrecen los principales almacenes en el sur de Quito: para realizar un pedido de importación óptimo, es necesario conocer los repuestos que actualmente está ofreciendo la competencia, es decir determinar sus faltantes en cuanto a repuestos que demanda el mercado objetivo, además de indagar en cuanto a precios, estadísticas, etc.
2. Realizar el pedido de importación: teniendo una idea clara de que es lo que los consumidores necesitan, se puede elaborar y realizar el pedido con la ayuda de un catálogo, el cual se maneja por códigos y gráficos, para una mejor descripción.
3. Envío del pedido a China: una vez listo el pedido, se procederá a enviar el pedido mediante correo electrónico al proveedor en China.
4. Revisión y envío de la cotización por parte de China a DALVEG: con la respuesta del proveedor, se evaluará los precios, cantidades, códigos, y el stock disponible por parte del proveedor. Si no existe ninguna observación por parte de la empresa DALVEG, se procederá confirmar el pedido.
5. Confirmación de la orden de pedido: la empresa DALVEG, al no tener ninguna observación, confirma la orden de pedido.
6. Apertura de licencia de importación: se comisionará al personal capacitado, encargado para la apertura de licencias en los trámites correspondientes en este proceso; para lo cual se adjuntará además el formulario para la importación, mismo que se puede observar en el Anexo A.
7. Coordinación de embarque: se realizará cotizaciones con varias navieras.

8. Negociación de flete marítimo con la naviera: en este proceso, se debe confirmar con la naviera el tiempo de tránsito, confirmando fechas de salida y las tarifas.
9. Coordinación con el proveedor en China, para el envío de los documentos originales: el proveedor ubicado en China, debe enviar a la empresa DALVEG, la factura comercial, packing list y el B/L, para luego proceder con los trámites correspondientes.
10. Envío de documentos al agente de aduanas en Guayaquil: se envían los documentos de acuerdo al día en que la naviera confirme la orden de llegada del buque a Ecuador. Se considera que el buque se demora aproximadamente 30 días en tránsito.
11. Nacionalización de las mercancías en Guayaquil: con todos los documentos en regla, con un agente afianzado se procederá a la desaduanización de las mercancías, para que puedan ser transportadas a la ciudad de Quito, con el personal del seguro que se haya solicitado anteriormente.
12. Recepción de la mercadería en la bodega en Quito: se receptorá la mercancía de acuerdo con la nota de pedido, comprobando cantidades, códigos y que todo se encuentre en regla.
13. Ingresar al sistema de inventarios: se procederá al ingreso de la mercancía con la descripción y código según corresponda.
14. Revisión de precios para precios de venta al público: se analizaran los costos de importación, los precios de la competencia y de acuerdo a un margen de utilidad se podrán establecer precios de venta al público.
15. Distribución de repuestos: se distribuirá los repuestos automotrices de la marca Volkswagen a los puntos de venta ubicados en el sur de Quito, y clientes en general.
16. Emitir comprobantes de egreso: cada empresa o persona natural, deberá recibir su factura al momento de realizar la compra.

3.1.4.7 Flujo del proceso de comercialización y ventas

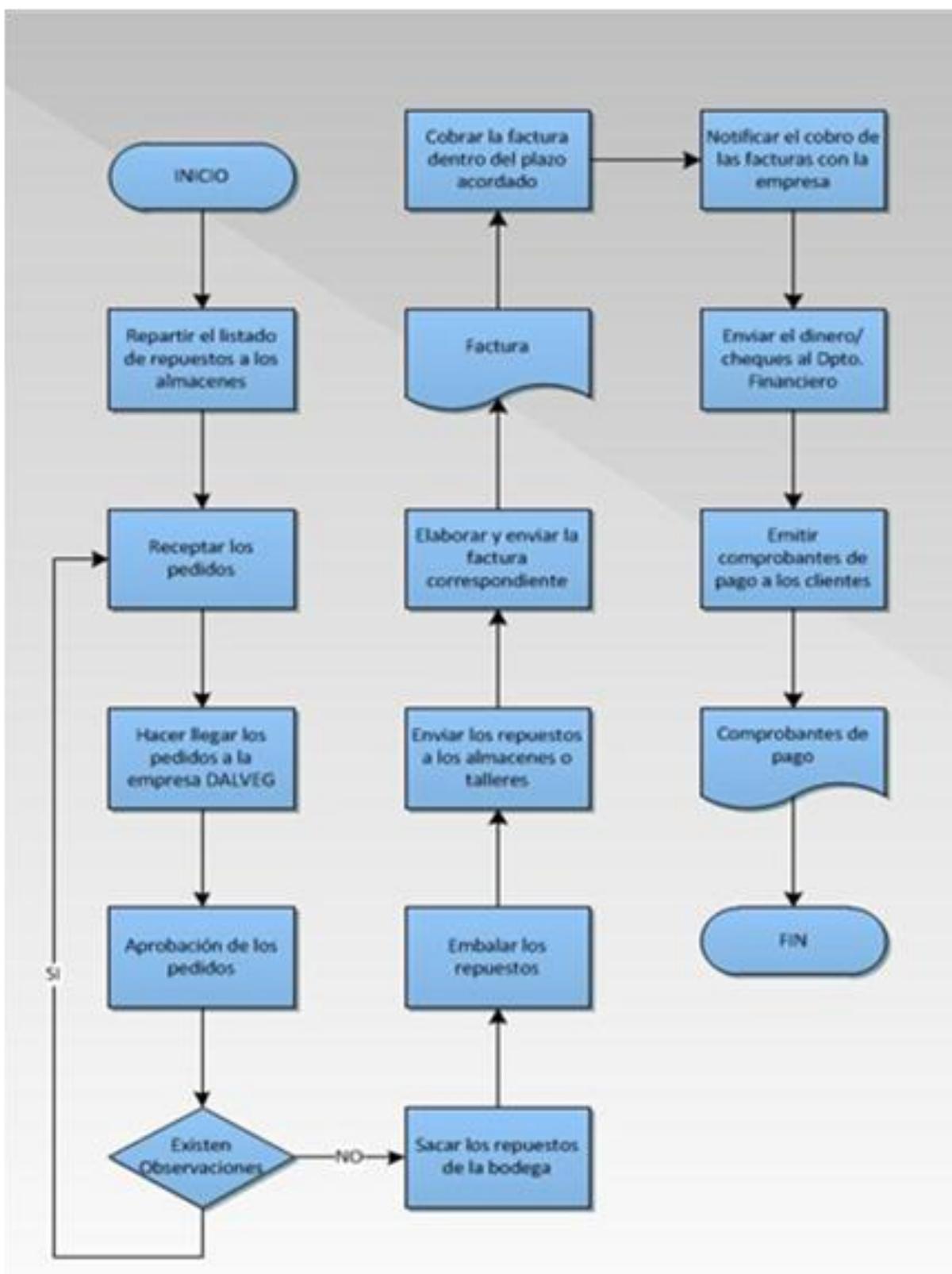
Figura N°3.3. Flujo comercialización y ventas



Elaborado por: Daniela Vergara

3.1.4.8 Flujo del proceso de distribución

Figura N°3.4. Flujo de distribución



Elaborado por: Daniela Vergara

Para conocer de mejor manera a la futura organización, se han elaborado estos diagramas de flujo, conociendo cada una de las funciones que se van a realizar, con la finalidad de contribuir al cumplimiento de los objetivos de la organización, teniendo eficacia en los procesos a desarrollar, optimizando tiempo y recursos.

3.1.2. Investigación Primaria

3.1.3.1. Encuesta

Esta encuesta ayudará a conocer cuántas personas, ubicadas en el Sur de Quito, están dispuestas adquirir repuestos genéricos para vehículos Volkswagen.

Para la elaboración de esta propuesta, en el sector Sur de Quito, fue necesario elaborar un diseño de encuesta, la cual ayudó a recopilar información acerca del problema de investigación.

Para obtener los resultados de las encuestas, se determinaron los siguientes aspectos:

- **Identificación de la población:**

Las encuestas se realizaron a usuarios de vehículos Volkswagen ubicados, en el Sur del D.M de Quito.

Es importante mencionar que estas encuestas fueron realizadas en estaciones de servicios y en parqueadero de centros comerciales del sector antes mencionado, ya que en estos lugares existe más circulación de dichos vehículos.

- **Realizar prueba piloto:**

Por medio de la prueba piloto se pretende estimar la proporción “p” que es la probabilidad de éxito de la entrada del producto, es así que en la prueba piloto se realizaron 30 encuestas previas, con lo cual se determinó que “p” es del 90%, quiere decir que el 90% de los encuestados respondieron positivamente. Por lo tanto la probabilidad de fracaso “q” es “1-p”, es decir 10%.

$$n_0 = \frac{z^2 \times p \times q}{e^2}$$

$$n_0 = \frac{1,96^2 \times 0,9 \times 0,1}{0,05^2}$$

$$n_0 = 138,29$$

- **Diseño de la Muestra:**

Posterior a la prueba piloto se determinó el número definitivo de la muestra de la encuesta, con lo cual se pretende determinar el grado de aceptación que tienen los propietarios de vehículos Volkswagen hacia los repuestos de procedencia China, además información adicional sobre los productos, lo cual influirá de manera positiva para promocionarlos.

$$n = \frac{n_0 \times N}{n_0 + (N - 1)}$$

Dónde:

N es el universo observado, que en este caso es de 7.906 vehículos Volkswagen matriculados en la ciudad de Quito.

Resultado:

$$n = \frac{138,29 \times 7.906}{138,29 + (7.906 - 1)}$$

$$n = 135,93 \cong 136$$

De tal manera que se realizaron 136 encuestas a propietarios de vehículos Volkswagen.

- **Diseño de la encuesta**

El cuestionario que se utilizó está diseñado con base en los objetivos que persigue la investigación y las necesidades de información específicas, para conocer el comportamiento de la demanda, sus preferencias, necesidades, deseos y expectativas acerca de los productos que se ofrecerán en la presente propuesta.

Se utilizan técnicas de escalas comparativas y no comparativas con preguntas de tipo cerrado y de selección múltiple, la cual se puede observar en el Anexo A.

- **Análisis**

Después de concluir con las encuestas, se procedió a realizar la tabulación de las mismas, en donde ya se puede encontrar datos reales que ayudan a la propuesta en pie.

3.2. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Para el levantamiento de datos se ha realizado la aplicación de la encuesta, cada una con sus respectivas respuestas, y realizando un análisis de cada pregunta.

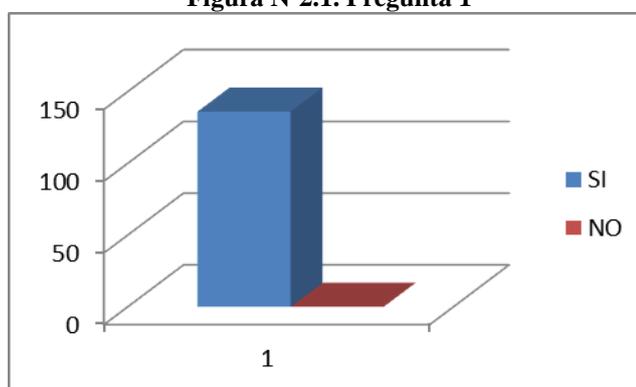
Pregunta 1

Tabla N°2.8. Pregunta 1

1. ¿Su vehículo Volkswagen ha requerido mantenimiento técnico y dentro de ello el cambio de algún componente por un repuesto?		
SI	136	100%
NO	0	0%
TOTAL	136	100%

Elaborado por: Daniela Vergara

Figura N°2.1. Pregunta 1



Elaborado por: Daniela Vergara

La primera pregunta de la encuesta hace referencia al uso o requerimiento de repuestos que han tenido los vehículos, dónde la totalidad supo expresar que en algún momento han realizado alguna sustitución o repuesto de algún componente del vehículo.

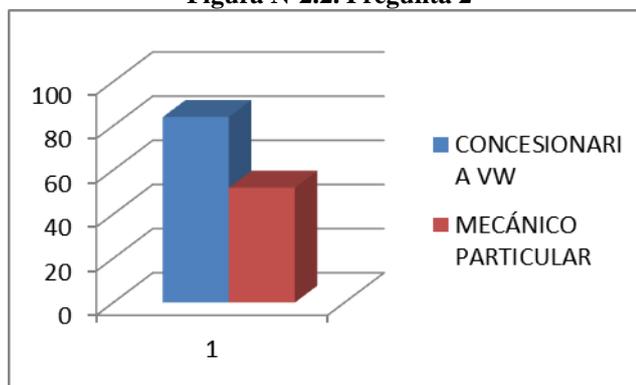
Pregunta 2

Tabla N°2.9. Pregunta 2

2. ¿Los mantenimientos mecánicos y cambios de repuestos usted lo realiza en una concesionaria Volkswagen o en su mecánico particular?		
CONCESIONARIA VW	84	62%
MECÁNICO PARTICULAR	52	38%
TOTAL	136	100%

Elaborado por: Daniela Vergara

Figura N°2.2. Pregunta 2



Elaborado por: Daniela Vergara

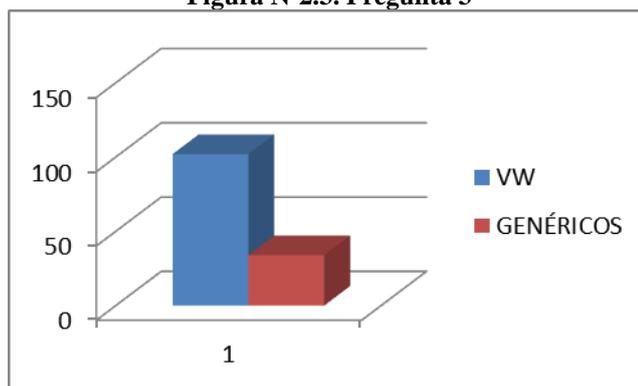
En la pregunta 2 se puede observar que un 62% de los propietarios de vehículos se inclinan a realizar sus mantenimientos en concesionarios de la marca, ello puede deberse a la confianza que se deposita en dichos lugares por la utilización de repuestos originales ya que son garantizados.

Pregunta 3

Tabla N°2.10. Pregunta 3

3. ¿Cuándo su vehículo VW requiere algún repuesto, usted adquiere repuestos originales VW o adquiere repuestos genéricos?		
VW	102	75%
GENÉRICOS	34	25%
TOTAL	136	100%

Elaborado por: Daniela Vergara

Figura N°2.3. Pregunta 3

Elaborado por: Daniela Vergara

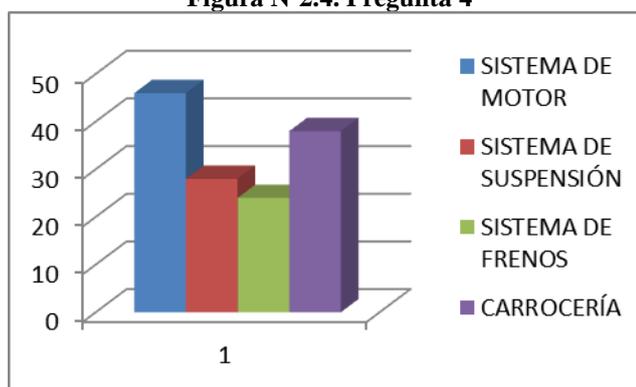
Con los resultados de la pregunta 3, se puede evidenciar que incluso las personas que realizan sus mantenimientos en mecánicos particulares, optan por adquirir sus repuestos en el concesionario.

Pregunta 4

Tabla N°2.11. Pregunta 4

4. ¿Cuáles considera usted que son los tipos de repuestos que requiere su vehículo con mayor frecuencia?		
SISTEMA DE MOTOR	46	34%
SISTEMA DE SUSPENSIÓN	28	21%
SISTEMA DE FRENOS	24	18%
CARROCERÍA	38	28%
TOTAL	136	100%

Elaborado por: Daniela Vergara

Figura N°2.4. Pregunta 4

Elaborado por: Daniela Vergara

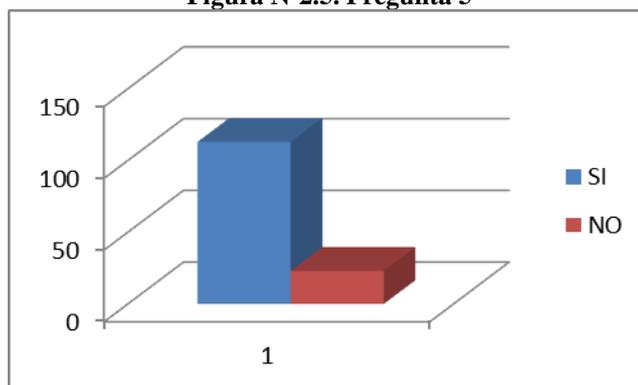
Como se puede observar en los resultados, en un mayor porcentaje existe el requerimiento de repuestos de sistemas de motor y carrocería, no obstante la demanda de los demás tipos de repuestos para los sistemas restantes es muy elevada.

Pregunta 5

Tabla N°2.12. Pregunta 5

5. ¿Si una empresa comercializadora de repuestos genéricos VW le ofreciera repuestos con características similares a un repuesto original, en factores como calidad, garantía, durabilidad y a un menor costo, estaría usted dispuesto a adquirir repuestos genéricos?		
SI	113	83%
NO	23	17%
TOTAL	136	100%

Elaborado por: Daniela Vergara

Figura N°2.5. Pregunta 5

Elaborado por: Daniela Vergara

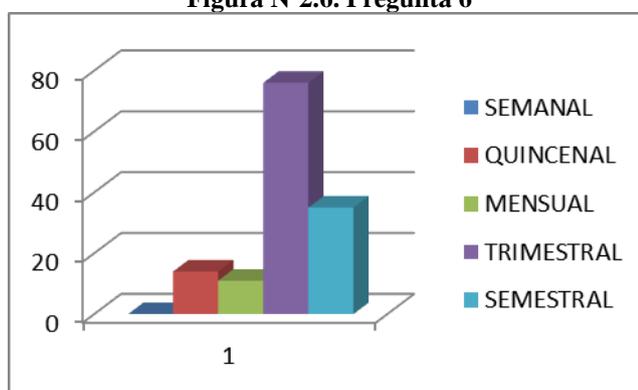
La pregunta 5, se ha considerado como pregunta determinante ya que da la pauta sobre el interés que tienen los consumidores de los repuestos, de tal manera que éstos en un 83% estarían dispuestos a adquirir repuestos de la empresa propuesta siempre y cuando se les de repuestos de calidad, garantizados y a precios más convenientes.

Pregunta 6

Tabla N°2.13. Pregunta 6

6. ¿Cada qué tiempo considera usted que requiere su vehículo algún tipo de repuesto?(Incluye filtros de aceite y combustible)		
SEMANTAL	0	0%
QUINCENAL	14	10%
MENSUAL	11	8%
TRIMESTRAL	76	56%
SEMESTRAL	35	26%
TOTAL	136	100%

Elaborado por: Daniela Vergara

Figura N°2.6. Pregunta 6

Elaborado por: Daniela Vergara

La mayor cantidad de encuestados consideran que existe necesidad de algún tipo de repuesto en períodos de entre 3 a 6 meses de uso del vehículo.

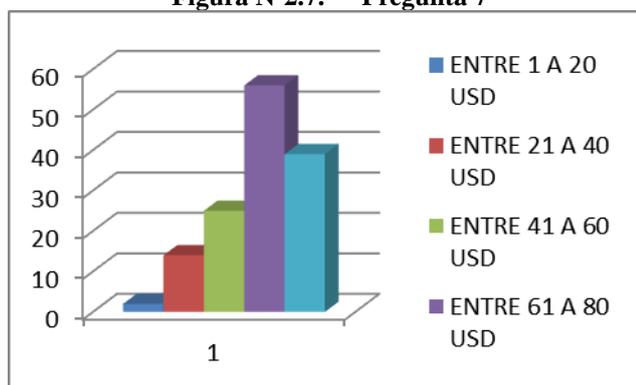
Pregunta 7

Tabla N°2.14. Pregunta 7

7. ¿En qué rango de gasto se ubicaría su vehículo en cada mantenimiento?		
ENTRE 1 A 20 USD	2	1%
ENTRE 21 A 40 USD	14	10%
ENTRE 41 A 60 USD	25	18%
ENTRE 61 A 80 USD	56	41%
MÁS DE 81 USD	39	29%
TOTAL	136	100%

Elaborado por: Daniela Vergara

Figura N°2.7. Pregunta 7



Elaborado por: Daniela Vergara

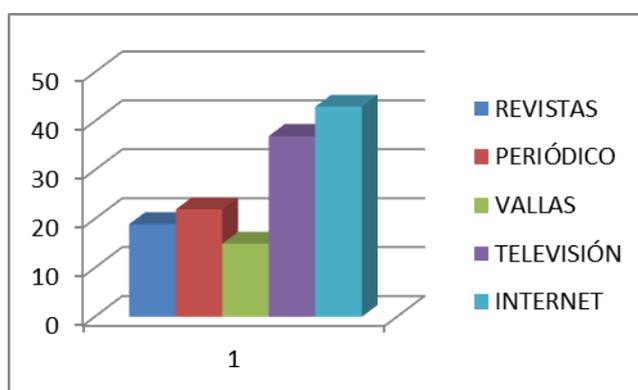
De la experiencia vivida por los propietarios, es claro que su nivel de gasto en cada mantenimiento del vehículo supera los 60 dólares.

Pregunta 8

Tabla N°2.15. Pregunta 8

8. ¿Por qué medio de comunicación preferiría usted conocer acerca de la venta y características de los repuestos que ofrecerá la empresa importadora y comercializadora de repuestos?		
REVISTAS	19	14%
PERIÓDICO	22	16%
VALLAS	15	11%
TELEVISIÓN	37	27%
INTERNET	43	32%
TOTAL	136	100%

Elaborado por: Daniela Vergara

Figura N°2.8. Pregunta 8

Elaborado por: Daniela Vergara

Es evidente que el medio de comunicación de mayor auge es el internet, por lo cual la gente tiene preferencia en cuanto a recibir información por ese medio, seguido por la televisión y el periódico que son medios de difusión masiva.

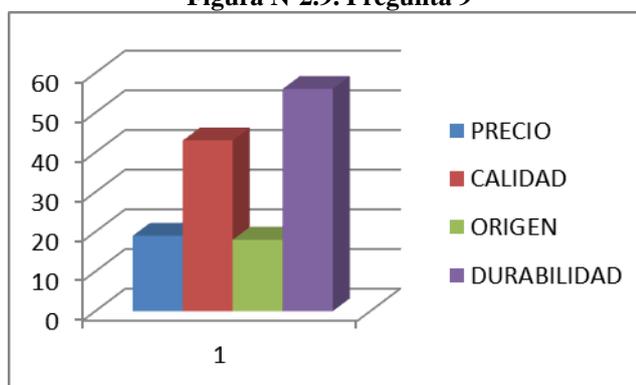
Pregunta 9

Tabla N°2.16. Pregunta 9

9. ¿Cuáles son los atributos determinantes que usted valoraría más en un producto de esta naturaleza?		
PRECIO	19	14%
CALIDAD	43	32%
ORIGEN	18	13%
DURABILIDAD	56	41%
TOTAL	136	100%

Elaborado por: Daniela Vergara

Figura N°2.9. Pregunta 9



Elaborado por: Daniela Vergara

Es evidente que para este tipo de productos la característica más valorada es la durabilidad, ya que de ello dependerá la frecuencia de mantenimientos, después de ello la calidad del producto lo cual tiene una estrecha relación con la durabilidad; en fin está claro que mientras predominen estos dos aspectos la procedencia del producto y el precio son secundarios.

3.2.1. Conclusiones del levantamiento de información

Después de realizar las encuestas a los potenciales consumidores, se determinó que los mismos tienen una actual preferencia a realizar sus mantenimientos vehiculares en los concesionarios de la marca Volkswagen, ello por la seguridad en cuanto a los repuestos originales que ofrecen y su garantía, no obstante, la gente en un futuro estaría dispuesta a cambiar por repuestos genéricos siempre y cuando se ofrezcan repuestos de calidad y con garantía de durabilidad; esto daría una gran oportunidad para el crecimiento y expansión de la empresa propuesta.

3.2.2. Análisis de la demanda

Es importante mencionar, que al no existir datos históricos indicando la participación que tienen los repuestos genéricos VW, para poder proyectar la demanda y la oferta, se ha realizado este análisis mediante los resultados de las preguntas No. 3 y No. 5 de la encuesta.

La demanda potencial de repuestos, se ha determinado en base a la aceptación demostrada por los consumidores, la cual se puede observar en la encuesta realizada en la pregunta No. 5., de tal manera que a continuación se presenta la tabla con la demanda actual y proyectada por medio del índice de crecimiento del parque automotor en la ciudad de Quito, que según datos del Municipio de Quito ascendió en 2013 al 11%. (Pérez, 2013)

Tabla N°2.17. Demanda proyectada

DEMANDA PROYECTADA	
AUTOS VW EN QUITO	7.906
% ACEPTACIÓN PROPUESTA	83%
DEMANDA ACTUAL 2013	6569
% CREC. PARQUE AUTOMOTOR	11%
2014	7291
2015	8093
2016	8983
2017	9972
2018	11068
2019	12286

Elaborado por: Daniela Vergara

3.2.3. Análisis de la oferta

Al no existir datos históricos en cuanto a utilización de repuestos genéricos Volkswagen, se ha determinado la oferta en base a la pregunta No.3 de la encuesta. En esta se afirma que sólo el 25% de los propietarios optan por adquirir repuestos genéricos, por lo que el 75%, sobrante sería el mercado objetivo al cual se enfocará el planteamiento de esta propuesta.

Tabla N°2.18. Oferta proyectada

OFERTA PROYECTADA		
AUTOS VW EN QUITO	7.906	
% UTILIZ. REP. GENÉRICOS	25%	
DEMANDA ACTUAL 2013	1976	
% CREC. PARQUE AUTOMOTOR	11%	
	2014	2194
	2015	2435
	2016	2703
	2017	3000
	2018	3330
	2019	3697

Elaborado por: Daniela Vergara

3.2.4. Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha representa al mercado que aún no está cubierto o insatisfecho, de tal manera que al observar la siguiente tabla con datos de oferta y demanda, anteriormente realizados, se puede evidenciar que existe una demanda insatisfecha muy elevada por cubrir, esto en relación al crecimiento de vehículos marca Volkswagen; lo cual favorecerá a las intenciones de la presente propuesta.

Tabla N°2.19. Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2014	7291	2194	5097
2015	8093	2435	5658
2016	8983	2703	6280
2017	9972	3000	6971
2018	11068	3330	7738
2019	12286	3697	8589

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3. APLICACIÓN PRÁCTICA

3.3.1. Proceso de la liquidación de la importación

Para conocer de mejor manera cómo se debe elaborar todo el proceso para la declaración de impuestos y la liquidación de la mercadería se deben seguir los siguientes pasos:

1. Clasificar los 111 ítems, de acuerdo a su funcionamiento dentro de la partida arancelaria correspondiente.
2. Elaborar la nota de pedido, en la cual debe constar: cantidades, precio unitario precio total de la mercadería en valor FOB. Y de acuerdo a las partidas que se van colocando, se debe ir revisando en el sistema del ECUAPASS, si las partidas tienen restricciones o no (Anexo).
3. Elaborar la lista de empaque o Packing List, aquí debe constar: cantidad, peso neto y el peso bruto de los repuestos en kilogramos.
4. Con todos estos pasos en un archivo en Excel se procede a unificar toda la información y llenar los campos que solicita el archivo, luego este archivo se exporta en el sistema ECUAPASS, y este calcula el valor de impuestos que se debe pagar para liquidar la mercadería.

Una vez listo todos estos datos, se procede a subir en el sistema del ECUAPASS, la información tanto del importador como del proveedor de la siguiente manera:

portal.aduana.gob.ec

Trámites Operativos > 1.1.1 Documentos Electrónicos > Declaración de Importación

Menu izquierdo

Mi menu 1 2 3 4 5 6

Declaración de Importación

Información de general

* A01. Código del declarante	01901307	* A03. Aduana	[028] GUAYAQUIL - MARITIMO
* A04. Código de Régimen	[10] IMPORTACION A CONSUMO	* A05. Tipo de despacho	[0] DESPACHO NORMAL
A06. Numero de despacho parcial		* A07. Tipo de pago	[A] PAGO NORMAL

Información de importador

* B01. Nombre	VERGARA BARROS MIGUEL ANGEL		
* B02. Tipo de documento	[001] RUC	1706656624001	
* B04. Ciudad	QUITO	B05. Dirección	VERSALLES N2168 Y LAS CASAS
B06. Teléfono	022527775		
* B07. CIUU	[5190] VENTA AL POR MAYOR DE OTROS PRODUCTOS		

Información del declarante

* B08. Tipo de documento	[001] RUC	1707990881001	
* B10. Código del declarante	01901307	* B11. Apellidos/nombres	TREJO MIGUEL ANGEL
B12. Dirección	AV AMAZONAS N25 23 Y COLON EDIFI		

Comun Valor Item Documentos



Información de carga

* C01. País de procedencia	[CN] CHINA
* C02. Código de endoso	[00] SIN ENDOSE - DOC DE IDENTIDAD EN DOC DE TRANSP. ES DEL CONSIGNATARIO FINAL
C03. Consignatario	LATINTERNACIONAL CIA. LTDA.
* C04. Número de carga	CEC2014CSVU516130550009
C05. Documento de transporte	MIA1405503-4

Valores totales

* D01. FOB	\$ 44,165.600	D02. Flete	\$ 0
D03. Seguro	\$ 139.500	D04. Ajustes	\$ 0
D05. Otros ajustes	\$ 0	* D06. Valor en aduana	\$ 46,655.100
* D07. Items declarados	111	* D08. Peso neto (kilos)	2,766.950
* D09. Cantidad de unidades físicas	8,990.00000	* D10. Cantidad de unidades comerciales	8,990.000
* D11. Total en tributos			\$ 9,187.490

Total en tributos

Resultado : 6

No	E01. Concepto	E02. Monto	E03. Liberacion/suspension	Monto de pago
1	ARANCEL ADVALOREM	\$ 2,971.050	\$ 0	\$ 2,971.050
2	ANTIDUMPING	\$ 0	\$ 0	\$ 0
3	FONDINFA	\$ 233.260	\$ 0	\$ 233.260
4	ICE ADVALOREM	\$ 0	\$ 0	\$ 0
5	IVA	\$ 5,983.180	\$ 0	\$ 5,983.180
6	SALVAGUARDIA	\$ 0	\$ 0	\$ 0



Comun Valor Item Documentos



Resultado : 1

General - informacion de factura

N01. No.	N02. Número de factura	N03. Fecha de factura	N13. Valor en factura	N14. Precio real pagado O por pagar	N15. Moneda	N16
1	DV2014OSSCA001	16/06/2014	\$ 46,515.600	\$ 46,515.600	DOLAR ESTADOUNIDENSE	

General - informacion de factura

* N02. Número de factura	DV2014OSSCA001	* N03. Fecha de factura	16/06/2014
N13. Valor en factura	\$ 46,515.600	N14. Precio real pagado O por pagar	\$ 46,515.600
* N15. Moneda	[USD] DOLAR ESTADOUNIDENSE	N16. Tipo de cambio	\$ 1.0000
N17. Fecha de aplicacion del tipo de cambio	18/06/2014		

Informacion de valor

* S01. Base imponible	\$ 46,655.100	* S02. FOB	\$ 44,165.600
* S03. Flete	\$ 0	* S04. Seguro	\$ 139.500
S05. Otras adiciones totales	\$ 0	S06. Total de deducciones	\$ 0

Datos del proveedor

Proveedor

* N04. Nombre/razon social	OSSCA AUTO PARTS IMP EXP CO LTD	* N05. Condicion del proveedor	[1] FABRICANTE
* N06. Dirección de trabajo	COMPLEX BUILDING NO 1 DAPENG ROAD OUH	* N07. Ciudad	WENZHOU
* N08. Pais	[CN] CHINA	* N09. Teléfono	089800318
N10. FAX		* N11. Correo electronico	JJPAT0Z@HOTMAIL.COM
N12. Pagina web			

Información de transacción

* P01. Naturaleza	[11] COMPRA/VENTA A PRECIO FIRME, PARA SU EXPAL PAIS		
* P02. Termino de negociacion	[CFR] COSTO Y FLETE		
* P03. Lugar de entrega	GUAYAQUIL	P04. Numero de contrato de venta/endoso u otro documento	
P05. Fecha de contrato de venta/endoso	19/06/2014	* P06. Forma de envio	[2] ENVIO UNICO
* P07. Forma de pago	[01] GIRO DIRECTO	P08. Medio de pago	--Selección--

Intermediario - informacion de valor

* Q01. Nombre	NO INTERMEDIARIOS	Q02. Domicilio	
Q03. Ciudad			
Q04. Pais de residencia	--Selección--	Q05. Tipo	--Selección--
Q06. Teléfono			
Q07. FAX		Q08. Correo electronico	
Q09. Tipo de restriccion	--Selección--		
Q10. Condicion o contraprestacion	--Selección--		

Requisitos Y vinculacion

R02~R08	<input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	* R01. Vinculacion con el proveedor	[0] NO RELACION
* R02. Existencia de valor criterio	[N] NO	N18. Numero de declaracion de referencia	
* R03. Influencia de la vinculacion en el precio	[N] NO	* R04. Derechos de licencias pagadas	[N] NO
* R05. Reversiones al vendedor	[N] NO	* R06. Restricciones para el importador (art. 1 gatt)	[N] NO
* R07. Condiciones O contraprestaciones	[N] NO	* R08. Valor de condicion O contraprestacion	[N] NO

Agregar Modificar Eliminar

Detalle de resolucion aduanera

Resultado : 0

T01. No.	T02. Fecha	T03. Tipo de resolucion	T04. Número de resolución

T02. Fecha		T03. Tipo de resolucion	--Selección--
T04. Número de resolución			

Agregar Modificar Eliminar

Cálculo de Impuestos Guardar temporal Traer Enviar certificado

Resultado : 111

Muestra

Exportar Excel

Importar Excel

H01. Número de ítem	H02. Subpartida	Código complementario	H04. Código suplementario	H05. Subpartida (naldisa)	H06. Descripción	H21.
1	4016930000	0000	0000		EMPAQUE TAPA VALVUL	CHINA
2	4016930000	0000	0000		EMPAQUE CABEZOTE	CHINA
3	4016930000	0000	0000		EMPAQUE CABEZOTE	CHINA
4	4016930000	0000	0000		EMPAQUE CABEZOTE	CHINA
5	4016930000	0000	0000		EMPAQUE CABEZOTE	CHINA
6	8483500000	0000	0000		BANDA DE DISTRIBUCI	CHINA
7	8483500000	0000	0000		POLEA TENSORA	CHINA
8	8483500000	0000	0000		POLEA TENSORA	CHINA
9	8483500000	0000	0000		POLEA TENSORA	CHINA
10	8409999900	0000	0000		DESFOGUE DE MOTOR	CHINA
11	8409917000	0000	0000		CARTER DE ACEITE	CHINA
12	8409917000	0000	0000		CHAQUETAS DE BIELA	CHINA
13	8409917000	0000	0000		CHAQUETAS DE BIELA	CHINA

Información de ítem

* H02. Subpartida	4016930000	* Código complementario	0000
* H04. Código suplementario	0000	H05. Subpartida (naldisa)	
* H06. Descripción	EMPAQUE TAPA VALVULAS	* H21. País de origen	[CN] CHINA
* H07. Estado	[1] NUEVO	* H08. Tipo de tratamiento	[1] NORMAL
* H09. Tipo de mercancía	PARTES Y ACCESORIOS PARA VEHICULO	* H10. Peso neto	11.280
* H11. Ubicación geográfica	[17001] QUITO	H12. Clase	
* H13. Modelo	SIN MODELO	H42. Marca comercial	SIN MARCA
H14. Año de fabricación	2014	* H15. Otras características	FLANGE FOR CRANKSHAFT
H16. Código de producto		H44. Bien de capital	[N] NO

Unidades Y cantidades

* H17. Tipo de unidades físicas	[11] NUMERO DE UNIDADES	* H18. Cantidad de unidades físicas	40.00000
* H19. Tipo de unidad comercial	[PZA] PIEZAS	* H20. Cantidad de unidades comerciales	40.000
H22. País de embarque	--Selección--		

Información de valor por ítem

H37. Precio neto	\$ 189.580	H27. Pagos indirectos	\$ 0
H28. Descuentos retroactivos	\$ 0	H29. Otros pagos	\$ 0
H24. Adiciones O deducciones	\$ 9.580	* H26. FOB unitario	\$ 4.500000
* H32. Valor en aduana por producto	\$ 4.753750	* H25. FOB - ítem	\$ 180.000
* H23. Gastos de transporte - ítem	\$ 0	H30. Gastos de seguro - ítem	\$ 0.570
H31. Base imponible - ítem	\$ 190.150	* H33. Método de valor	[1] PRIMER METODO: VALOR DE TRANSACC
H34. Número de factura	DV2014OSSCA001	* H35. Nombre/razón social del proveedor	OSSCA AUTO PARTS IMP Y EXP CO LTD
H36. Dirección del proveedor	COMPLEX BUILDING NO 1 DAPENG ROAD OUHA	H38. Pago total O por pagar	\$ 189.580

Adiciones Y deducciones

Resultado : 0

J01. No.	J02.Codigo de adiciones/deducciones	J03. Adiciones-valor

* J02. Codigo de adiciones/deducciones	--Selección--	* J03. Adiciones-valor	\$ 0
--	---------------	------------------------	------

Codigos exoneratorios

H39. TPCI	<input type="text"/>	<input type="button" value="Q"/>	<input type="button" value="Q"/>	H40. TPNG	<input type="text"/>	<input type="button" value="Q"/>	<input type="button" value="Q"/>
H41. TPNE	<input type="text"/>	<input type="button" value="Q"/>	<input type="button" value="Q"/>	H43. Tipo de margen	<input type="text"/>		

Informacion de vehiculo

* H45. Número de chasis	<input type="text"/>	* H46. Número de motor	<input type="text"/>
* H47. Tipo de carroceria	--Selección--	* H48. Color	--Selección--
* H49. Combustible	--Selección--	H50. Cilindraje	<input type="text"/>
H51. Capacidad maxima	<input type="text"/>	* H52. Tipo de transmision	--Selección--
* H53. Traccion	--Selección--	* H54. Subcategoria	<input type="text"/>
* H55. Descripcion comercial	<input type="text"/>	* H56. Tonelaje	0.00

**Detalle de valor de estimacion**

Resultado : 0

I01. No.	I02. Estimacion

* I02. Estimacion	--Selección--
-------------------	---------------

Autoliquidacion por item

Resultado : 6

No	K01. Tributo	K02. Tasa arancelaria	K03. Monto	K04. Liberacion/suspension	Monto de pago
1	ARANCEL ADVALOREM	0%	\$ 47.540	\$ 0	\$ 47.540
2	ANTIDUMPING	0%	\$ 0	\$ 0	\$ 0
3	FONDINFA	0%	\$ 0.950	\$ 0	\$ 0.950
4	SALVAGUARDIA	0%	\$ 0	\$ 0	\$ 0
5	ICE ADVALOREM	0%	\$ 0	\$ 0	\$ 0
6	IVA	0%	\$ 28.640	\$ 0	\$ 28.640

K01. Tributo	--Selección--	K02. Tasa arancelaria	0%
K03. Monto	\$ 0	K04. Liberacion/suspension	\$ 0
Monto de pago			\$ 0



Detalle de despacho precedente

Resultado : 0

L01. No.	L03. Aduana	L04. Año de la orden	L02. Código de régimen	L05. Secuencial	L06. Número de ítem

* L03. Aduana	--Selección--	* L04. Año de la orden	
* L02. Código de régimen	--Selección--	* L05. Secuencial	
* L06. Número de ítem			

Agregar Modificar Eliminar



Observacion por - ítem

Resultado : 0

M01. No.	M02. Concepto	M03. Descripción

* M02. Concepto	--Selección--	* M03. Descripción	
-----------------	---------------	--------------------	--

Agregar Modificar Eliminar

Cálculo de Impuestos Guardar temporal Traer Enviar certificado

Comun Valor Ítem Documentos



Documento de acompañamiento

Resultado : 2

Muestra Exportar Excel Importar Excel

G01. No.	G02. Número de documento	G03. Tipo de documento	G04. Entidad emisora	G05. Fecha de emision	G06. Fecha de fi
1	DV2014OSSCA001	FACTURA COMERCIAL	OSSCA AUTO PARTS IMP E	16/06/2014	19/06/2014
2	1 214	POLIZA SEGURO	SEGUROS ATLAS	02/06/2014	19/06/2014

* G02. Número de documento		* G03. Tipo de documento	--Selección--
* G04. Entidad emisora		* G05. Fecha de emision	20/06/2014
* G06. Fecha de fin	20/06/2014	G07. Cantidad	0.000
G08. Unidad de medida	--Selección--	* G09. Número de ítem	--Selección--
G10. Monto	\$ 0	G11. Línea O posición	
Documento adjunto		Subir archivo Borrar Archivo	

Agregar Modificar Eliminar

Cálculo de Impuestos Guardar temporal Traer Enviar certificado

3.3.2. Liquidación final pago de tributos

Como se puede observar en la siguiente imagen, este es el último paso para desaduanizar la mercadería, aquí nos indica que el valor total a pagar es de \$9187.490 para la liquidación.



Fecha : 20/06/2014

liquidación

CONTRIBUYENTE:

Número de la liquidación	.5901307	Tipo de identificación	RUC	Número de identificación	1706656624001
Nombre o Razón Social	VARGAS BARROS MIGUEL ANGEL	Ciudad	QUITO	TELEFONO	59322527775
Dirección	VERSALLES N2168 Y LAS CASAS				

LIQUIDACION ADUANERA:

CONCEPTO	Liquidación de Aduana	Valor liberado	Valor a Pagar	Valor Garantizado	Diferencia a pagar no garantizada
A. Derechos arancelarios					
ARANCEL ADVALOREM	2971,050	0	2971,050		
ARANCEL ESPECIFICO	0	0	0		
ANTIDUMPING	0	0	0		
B. Impuestos					
FONDIRFA	233,260	0	233,260		
ICE ADVALOREM	0	0	0		
ICE ESPECIFICO	0	0	0		
IVA	5983,180	0	5983,180		
C. Tasas					
Tasas de Vigilancia Aduanera	0	0	0		
D. Recargos Arancelarios					
SALVAGUARDIA	0	0	0		
SALVAGUARDIA ESPECIFICA	0	0	0		
E. Intereses					
F. Multas					
G. Otros					
TOTAL:	9187,490	0	9187,490	0	

Fecha/Hora de liquidación	20/06/2014	Fecha máxima de pago	26/06/2014	Banco	BANCO DEL PICHINCHA
Número de Garantía		Valor cobrado	9187,490		

Observación:

--

3.3.1. Análisis FODA

Los elementos internos que se deben analizar durante el análisis FODA corresponden a las fortalezas y debilidades que se tienen respecto a la disponibilidad de recursos de capital, personal, activos, calidad de producto, estructura interna y de mercado, percepción de los consumidores, entre otros.

El análisis interno permite fijar las fortalezas y debilidades de la organización, realizando un estudio que permite conocer la cantidad y calidad de los recursos y procesos con que cuenta el ente.

Para realizar el análisis interno de una corporación o proyecto deben aplicarse diferentes técnicas que permitan identificar dentro de la organización qué atributos le permiten generar una ventaja competitiva sobre el resto de sus competidores.

En el análisis del ambiente interno se identifican las fortalezas y debilidades que afectan directamente al proyecto.

3.3.1.01. Fortalezas:

Las Fortalezas son todos aquellos elementos internos y positivos que diferencian al programa o proyecto de otros de igual clase.

Tabla N° 3.8. Fortalezas

N°	FORTALEZAS
Fortaleza 1	Producto con estándares de calidad
Fortaleza 2	Precio competitivo
Fortaleza 3	Canales de distribución accesibles al consumidor

Elaborador por: Daniela Vergara

3.3.1.02. Debilidades:

Las Debilidades se refieren, por el contrario, a todos aquellos elementos, recursos, habilidades y actitudes que la empresa ya tiene y que constituyen barreras para lograr la buena marcha de la organización. También se pueden clasificar: Aspectos del Servicio que se brinda, Aspectos Financieros, Aspectos de Mercado, Aspectos Organizacionales, Aspectos de Control.

Tabla N°. 3.9. Debilidades

N°	DEBILIDADES
Debilidad 1	Falta de experiencia en el mercado
Debilidad 2	Falta de liquidez y solvencia económica
Debilidad 3	Sin posicionamiento en el mercado

Elaborador por: Daniela Vergara

- **Ambiente externo**

La organización no existe ni puede existir fuera de un ambiente, fuera de ese entorno que le rodea; así que el análisis externo permite fijar las oportunidades y amenazas que el contexto puede presentarle a una organización.

El proceso para determinar esas oportunidades o amenazas se puede realizar estableciendo los principales hechos o eventos del ambiente que tiene o podrían tener alguna relación con la organización. Estos pueden ser:

- De carácter político
- De carácter económico
- De carácter social
- De carácter legal
- De carácter tecnológico

A continuación se identificó las Oportunidades y Amenazas que afectan directamente a la organización que se plantea en el proyecto.

3.3.1.03. Oportunidades:

Las oportunidades son aquellos factores, positivos, que se generan en el entorno y que, una vez identificados, pueden ser aprovechados.

Tabla N°. 3.10. Oportunidades

N°	OPORTUNIDADES
Oportunidad 1	Crecimiento del mercado consumidor
Oportunidad 2	Desarrollo de la Tecnología
Oportunidad 3	Preferencia hacia productos de tipo genérico
Oportunidad 4	Buenas relaciones comerciales con China

Elaborador por: Daniela Vergara

3.3.1.04. Amenazas:

Las amenazas son situaciones negativas, externas al programa o proyecto, que pueden atentar contra éste, por lo que llegado al caso, puede ser necesario diseñar una estrategia adecuada para poder sortearlas.

Tabla N°. 2.11. Amenazas

N°	AMENAZAS
Amenaza 1	Incremento de competidores
Amenaza 2	Restricciones para importación
Amenaza 3	Cupo limitado para abastecimiento de producto
Amenaza 4	Producción nacional en crecimiento

Elaborador por: Daniela Vergara

3.3.2. Análisis estratégico

Una vez realizado el Análisis Ambiental se procede a elaborar el Análisis Estratégico, que fundamentalmente se basa en construir las estrategias corporativas.

Este análisis consiste en conseguir y generar estrategias alternativas realizables, alineando factores internos y externos claves, utilizando la matriz FODA ya elaborada. Las estrategias se las obtienen mediante las interacciones de cada una de las fortalezas y debilidades con cada una de las oportunidades y amenazas (FO, FA Y DO, DA).

Tabla N°. 2.12. Matriz de estrategias

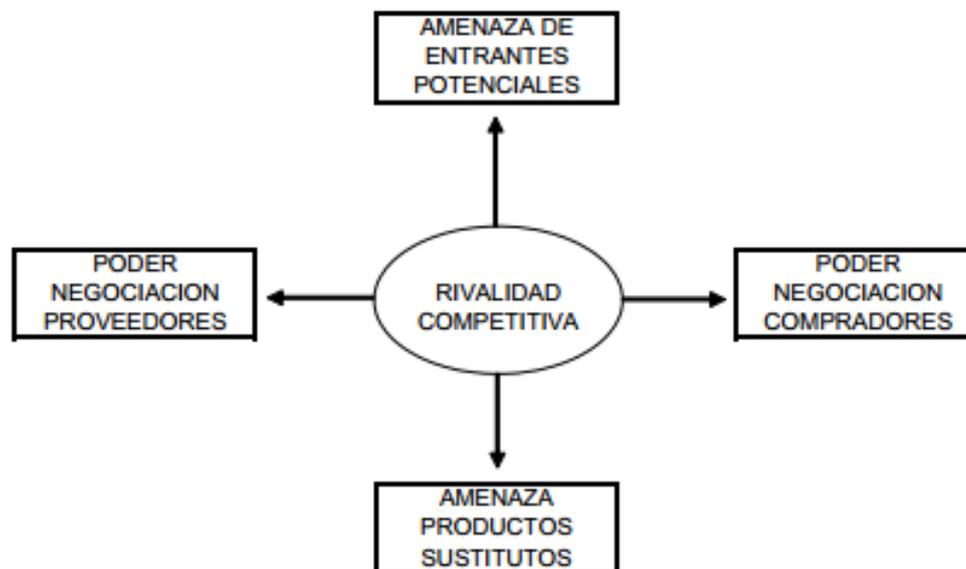
		FORTALEZAS - F	DEBILIDADES - D
		<ul style="list-style-type: none"> • Producto con estándares de calidad • Precio competitivo • Canales de distribución accesibles al consumidor 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia en el mercado • Falta de liquidez y solvencia económica • Sin posicionamiento en el mercado
OPORTUNIDADES- O	<ul style="list-style-type: none"> • Crecimiento del mercado consumidor • Desarrollo de la Tecnología • Preferencia hacia productos de tipo genérico • Buenas relaciones comerciales con China 	<p>F1: O1,O3</p> <p>Al ser un producto producido bajo normas de calidad internacionales es evidente la posibilidad de tener una expansión en el mercado ecuatoriano, de tal manera que la empresa debe poner énfasis en la difusión de la calidad de los repuestos.</p> <p>F2:O4,O5</p> <p>Debido a los bajos costos de los repuestos en el país de origen y gracias a las relaciones comerciales con China se puede ofrecer precios relativamente bajos.</p>	<p>D1,D3: O1,O3</p> <p>Al ser un mercado en crecimiento será fundamental contar con personal capacitado con el fin de tener un buen manejo del producto y posicionarse en el mercado.</p> <p>D2: O4,O5</p> <p>La empresa deberá realizar negociaciones de crédito con sus proveedores con el fin de mantener la liquidez para la operatividad de la misma.</p>
AMENAZAS- A	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de competidores • Restricciones para importación • Cupo limitado para abastecimiento de producto • Producción nacional en crecimiento 	<p>F1,F2: A1, A4</p> <p>Al ofrecer un producto con un valor agregado que es el ser genérico y de calidad, además de contar con un precio competitivo, se puede tener una preferencia entre los consumidores y mermar la restricción de compra por el alto costo de la vida, de la misma manera se puede tener una ventaja sobre la competencia.</p>	<p>D1,D3: A4,A5</p> <p>La empresa deberá adoptar una campaña publicitaria enfocada sobre los beneficios de los repuestos genéricos, con lo cual se pueda tener una ventaja competitiva.</p> <p>D2: O5</p> <p>La empresa deberá financiarse con el fin de mantener un stock que sustente su operatividad, de tal manera que no ceda ante la producción de otras empresas.</p>

Elaborador por: Daniela Vergara

3.3.3. LAS 5 FUERZAS DE PORTER

Con el fin de identificar los factores que influyen en el grado de competencia en el sector de repuestos, se empleará la herramienta de las cinco fuerzas de Porter para evaluar el grado de incidencia de las mismas.

Figura N°.2.5 Fuerzas de Porter



Elaborador por: Daniela Vergara

3.3.3.1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Las nuevas entradas que facilitan a la competencia a ingresar con nuevos recursos y capacidades; esto quiere decir que a pesar de las restricciones existentes para las importaciones en Ecuador, hay libertad de mercado para entrar en el negocio de repuestos de todas las marcas incluida Volkswagen, y esto principalmente a que no existe producción nacional de los repuestos seleccionados para la propuesta.

Existe grandes posibilidades que nuevos competidores, ingresen al mercado por la demanda de productos, la existencia de varios proveedores y sin duda alguna en el atractivo panorama que ofrece la industria en cuanto a la comercialización y distribución de repuestos automotrices Volkswagen.

3.3.3.2. Rivalidad entre los competidores

Para una organización resulta difícil competir cuando la competencia está muy bien posicionada, puesto que constantemente enfrentará guerras de precios, campañas agresivas, promociones y entrada de nuevos productos; de tal manera que la empresa deberá utilizar las herramientas de marketing necesarias para poder ocupar los nichos de mercado en el área de los repuestos seleccionados VW.

3.3.3.3. Poder de negociación de los proveedores

Si los proveedores tienen el poder de condicionar el precio y tamaño de pedido, un mercado o segmento de mercado deja de ser atractivo, a pesar que los insumos que suministre sean indispensables para la empresa, a pesar de ello, el proveedor no limita los pedidos, sino más bien se tiene limitaciones por ley a las importaciones hacia Ecuador.

3.3.3.4. Poder de negociación de los compradores

Si varios productos tienen sustitutos y a su vez un costo menor entre ellos, el mercado deja de ser atractivo para la organización ya que los clientes serán más exigentes en calidad y no querrán que el precio sea mayor; dicha premisa es una realidad en el mercado, y es una fortaleza de la empresa el tener productos de calidad con precios competitivos, ofreciendo repuestos con garantías de calidad.

3.3.3.5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos

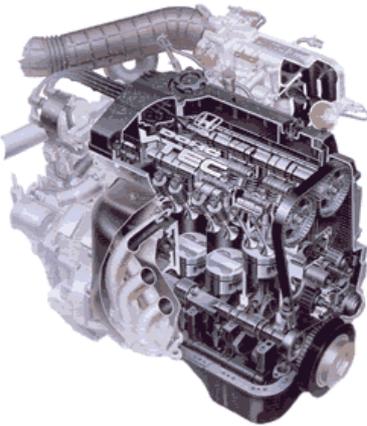
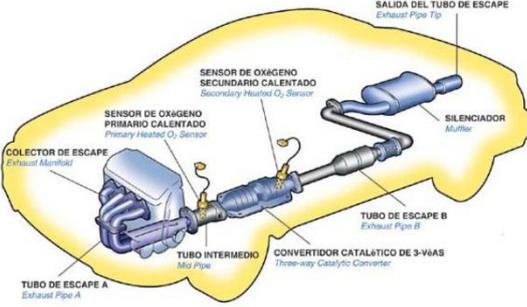
Si existen productos que den diferencia por su tecnología o calidad y sus precios sean menores, el marco no es atractivo porque reduce el margen de utilidad; y enmarcados en los repuestos se debe tener cuidado y tomar medidas que reduzcan las amenazas frente a nuevos competidores, ya que cada vez son más los productos de países orientales que se importan al Ecuador.

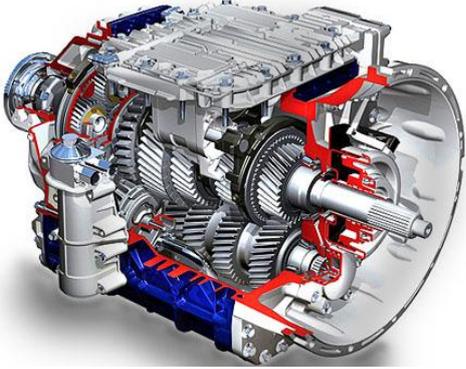
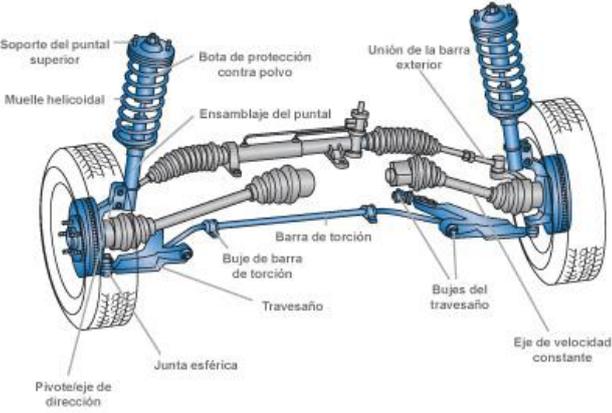
3.3.4. Marketing Mix (4 P'S)

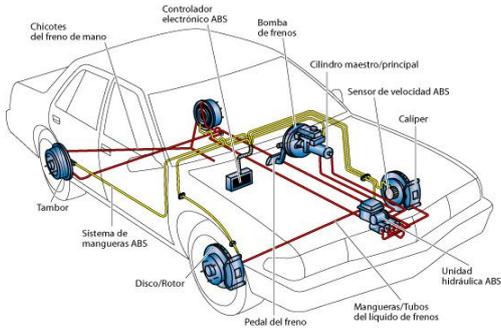
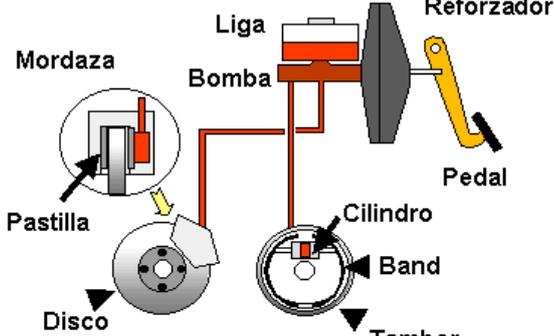
3.3.4.1. Producto

Importadora Automotriz DALVEG, ofrecerá repuestos automotrices para vehículos Volkswagen, los mismos que se encuentran divididos en 9 grupos, que a continuación en cada uno, se va detallando los repuestos más indispensables que conforman cada grupo, y estos son:

Tabla N°3.1. Catálogo de los productos que ofrece la empresa

<p>1. Motor: conformado principalmente por pistones, rines, chaquetas, bielas, bomba de aceite, cabezote, distribución, cigüeñal, etc.</p>	
<p>2. Escape y Gasolina: este grupo consta de, silenciadores, catalizadores, filtros de gasolina, tapas de gasolina, tanque de gasolina, mangueras y sistema de gases.</p>	<p style="text-align: center;">SISTEMA DE ESCAPE / Exhaust System</p> 

<p>3. Caja de cambios: en este grupo existen cajas de cambio de transmisión manual, y de transmisión automática, teniendo como repuestos a los, sincronizados, cono y corona, piñones, motriz, masa de piñones, chavetas, etc.</p>	
<p>4. Suspensión delantera: este grupo está conformado principalmente de, amortiguadores delanteros, espirales delanteros, cremallera de dirección, topes de dirección, puntas homocinéticas, terminales, rotulas, etc.</p>	
<p>5. Suspensión Posterior: en este grupo intervienen los amortiguadores posteriores, ejes posteriores, estabilizadores posteriores, puente posterior de chasis, puntas posteriores, rulimanes, etc.</p>	

<p>6. Sistema de Frenos: está conformado por, sistema ABS, pastillas delanteras, pastillas posteriores, discos de freno, cañerías de freno, bombas de freno, mordazas, etc.</p>	
<p>7. Sistema de palancas: bujes, palanca de cambios, sistema de cambios (VARILLAJE), sistema de varillaje de embrague, y pedales.</p>	
<p>8. Carrocería: este es el grupo más amplio, el cual contiene, puertas, capot, guardafangos, guadachoques, chapas, manijas de puerta, levanta vidrios, vidrios, retrovisores, parabrisas, cauchos de puertas, etc.</p>	
<p>9. Sistema eléctrico: arranques, alternador, switch, halógenos, faros, direccionales, bomba de gasolina, sensores, tableros, etc.</p>	

Elaborado por: Daniela Vergara
Fuente: OSSCA

3.3.4.1.1. Estrategias del producto

1. Ofrecer repuestos de alta calidad y tecnología
2. Ofrecer garantía de fábrica y garantía propia de distribuidor
3. Ofrecer una amplia gama de repuestos
4. Abastecimiento oportuno del producto para satisfacer las expectativas del cliente.
5. Ofrecer soluciones rápidas a las exigencias de los clientes, con la ayuda del catálogo ETKA, en el cual mediante el código de los repuestos se puede ofrecer un servicio seguro y personalizado.

3.3.4.2. Precio

El precio del producto está determinado por el fabricante, sin embargo dicho precio es FOB (Free on board – libre a bordo), razón por la cual el comprador, en este caso la empresa propuesta, deberá correr con el valor de la mercadería y los gastos de flete, seguro, importación, aduana, flete interno y demoras; y como lo indica el incoterm seleccionado, el vendedor, en este caso la empresa OSSCA AUTO PARTS deberá despachar el producto para la exportación en su país de origen.

Tabla N°2.20. Precios y costo de importación

COSTO IMPORTACIÓN REPUESTOS						
Descripción	Precio Fob	Costo Arancel	Costo Flete Naviera	Costo Seguro	Costo Flete Interno	Costo total en Almacén Quito
Repuestos	22.342,80	20,00%	1300,00	170,00	150,00	28.431,36

Elaborado por: Daniela Vergara

Fuente: OSSCA

El cálculo del precio de venta al público en Ecuador, se determinará posteriormente en el Plan Financiero y de Inversión, y a continuación se determinan las principales estrategias del precio.

3.3.4.2.1. Estrategias de precio

- Fijar un precio más competitivo en relación al de la competencia, con lo cual se pueda tener preferencia en el mercado.

3.3.4.3. Plaza

La plaza o distribución tiene que ver, con la selección de los lugares en los cuales se pretende distribuir los repuestos, además de la logística necesaria para que el producto se traslade a su destino final en manos del cliente; de tal manera que a continuación se enumeran algunas estrategias para la distribución de los repuestos.

3.3.4.3.1. Estrategias de distribución

- Ubicar un punto de venta en un sector comercial.
- En caso de compras al por mayor los repuestos serán entregados en el lugar de destino seleccionado por el cliente gratuitamente.

3.3.4.4. Promoción

Las estrategias de promoción tienen un enfoque de corto plazo, su finalidad es que los consumidores actúen rápido antes de que la promoción expire.

La publicidad es junto con las estrategias promocionales para lograr que el mensaje del producto llegue al consumidor; para lo cual la empresa propuesta se planteará algunas estrategias y medios para la promoción de los repuestos.

3.3.4.4.1. Plan de medios

Tabla N°2.21. Plan de medios

MEDIO	VENTAJA	UTILIZACIÓN	DESCRIPCIÓN	COSTO
Flyers	Se puede informar detalladamente los beneficios y características de la empresa Es de bajo costo Con un buen diseño, es de alto impacto	Se elaborarán trípticos en los cuales se presentará la empresa y sus líneas de repuestos y beneficios que proporcionan, esto se repartirá en zonas de afluencia masiva, estaciones de servicio, ferias, etc.	10000 Unidades	450
Periódico	Es de bajo costo de tiene cobertura nacional	Se rentará el espacio necesario para la exposición de la empresa y sus líneas de repuestos.	5 mensuales por 1 año	3000
Internet	Los anuncios en el Internet pueden ser interactivos. Los anunciantes en el Internet pueden alcanzar una audiencia global.	Se creará una página web a fin de promocionar la empresa y sus líneas de repuestos de la marca VW. Esta página será animada con imágenes y mensajes de características de los repuestos.	Página Web	850
			TOTAL	4300

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.5. PLAN DE ACCIÓN

3.3.5.1. Nombre de la empresa

La empresa se denominará: Importadora Automotriz DALVEG

Se ha escogido este nombre para la empresa, porque contiene un juego de palabras claves dentro de la acción del negocio como lo son: importadora y automotriz y DALVEG, ya que representa las iniciales de la autora de la presenta investigación, que son: DANIELA ALEJANDRA VERGARA GUERRERO.

3.3.5.2. Descripción de le empresa

Importadora Automotriz DALVEG, es una empresa que se va a dedicar a la comercialización y distribución de repuestos automotrices de la línea Volkswagen.

Esta empresa se proyecta a cubrir el mercado en la ciudad de Quito, y específicamente estará ubicado en el sector sur de la ciudad, el La Av. Mariscal Sucre y Alonso de Angulo.

3.3.5.3. Tipo de Empresa

Para las operaciones legales y administrativas en un comienzo se conformará una **Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada**, de la cual a continuación se describe sus requisitos y alcances.

La Empresa Unipersonal de Responsabilidad limitada es por la cual una persona natural o jurídica que reúna las calidades requeridas para ejercer el comercio, podrá destinar parte de sus activos para la realización de una o varias actividades de carácter mercantil. (Registro Oficial , 2006)

3.1.2.4. De las Generalidades y Naturaleza Jurídica

Art. 1.- Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de la misma al monto del capital que hubiere destinado para ello.

Art. 2.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es una persona jurídica distinta e independiente de la persona natural a quien pertenezca, por lo que, los patrimonios de la una y de la otra, son patrimonios separados.

La persona que constituya una empresa de esta clase no será responsable por las obligaciones de la misma, ni viceversa, salvo los casos que se mencionan a continuación, en que el gerente-propietario responderá con su patrimonio personal por las correspondientes obligaciones de la empresa:

1. Si dispusiere en provecho propio de bienes o fondos de la empresa que no correspondan a utilidades líquidas y realizadas, según los correspondientes estados financieros;
2. Si la empresa desarrollare o hubiere desarrollado actividades prohibidas o ajenas a su objeto;

3. Si el dinero aportado al capital de la empresa no hubiere ingresado efectivamente en el patrimonio de ésta;
4. Cuando la quiebra de la empresa hubiere sido calificada por el juez como fraudulenta;
5. Si el gerente-propietario de la empresa, al celebrar un acto o contrato, no especificare que lo hace a nombre de la misma;
6. Si la empresa realizare operaciones antes de su inscripción en el Registro Mercantil, a menos que se hubiere declarado en el acto o contrato respectivo, que se actúa para una empresa unipersonal de responsabilidad limitada en proceso de formación;
7. Si en los documentos propios de la empresa se manifestare con la firma del gerente-propietario que la empresa tiene un capital superior al que realmente posee; y,
8. En los demás casos establecidos en la ley.

Art. 3.- El principio de existencia de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada es la fecha de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil de su domicilio principal.

El Registrador Mercantil llevará un libro especial denominado “Registro de empresas unipersonales de responsabilidad limitada”, que formará parte del Registro Mercantil, en el que se inscribirán los actos constitutivos de las empresas mencionadas y sus posteriores reformas o modificaciones.

La inscripción de la empresa en el Registro Mercantil surtirá los efectos de la matrícula de comercio.

Art. 4.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de esta Ley.

La persona natural a quien pertenece una empresa unipersonal de responsabilidad limitada se llama “gerente-propietario”.

Aunque tuviere formada sociedad conyugal al constituirse la empresa, el gerente-propietario o la gerente-propietaria se reputará, respecto de terceros, esto es, con excepción de su cónyuge, como único dueño o dueña de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada.

No obstante, si el matrimonio se disolviere por cualquier razón durante la existencia de la empresa, su patrimonio deberá ser tomado en cuenta para el cálculo de los respectivos gananciales, y el cónyuge que no hubiere sido el gerente-propietario, o sus herederos, adquirirán un crédito contra la empresa por los gananciales de aquel, que deberá pagarse en el plazo de un año después de la disolución de la sociedad conyugal.

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada que se constituyere antes del matrimonio, no formará parte de la respectiva sociedad conyugal posterior, ni en todo ni en parte, salvo que expresamente se lo hubiere incorporado en el haber de la sociedad conyugal, mediante capitulaciones matrimoniales.

Art. 5.- No podrán constituir empresas unipersonales de responsabilidad limitada, las personas jurídicas ni las personas naturales que según la ley no pueden ejercer el comercio.

Art. 6.- Una misma persona natural puede constituir varias empresas unipersonales de responsabilidad limitada, siempre que el objeto empresarial de cada una de ellas fuere distinto y que sus denominaciones no provoquen confusiones entre sí.

Las empresas unipersonales de responsabilidad limitada pertenecientes a un mismo gerente-propietario, no podrán contratar ni negociar entre sí, ni con personas en donde guarde el parentesco hasta el cuarto grado de consanguinidad o el segundo grado de afinidad de conformidad con la ley. En caso de contravención de esta norma, además de la nulidad correspondiente, el gerente-propietario responderá personalmente por todas las obligaciones de dichas empresas.

Art. 7.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tiene siempre carácter mercantil cualquiera que sea su objeto empresarial, considerando como comerciante a su gerente-propietario.

3.3.5.4. Nacionalidad y domicilio

Art. 13.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, que se constituya y se inscriba en el Ecuador tendrá la nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal deberá estar ubicado en un cantón del territorio nacional, pudiendo operar ocasional o habitualmente en cualquier otro lugar de la República o fuera de ella.

El domicilio principal de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará en el lugar que se determine en el acto de su constitución y puede diferir del domicilio de su gerente-propietario así como del lugar de explotación de su negocio.

Art. 14.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, tendrá un solo domicilio principal no obstante las sucursales o establecimientos que tuviere dentro del territorio nacional.

Si la empresa tuviere fuera de su domicilio principal una sucursal o cualquier otro establecimiento que estuviere administrado por algún factor designado según el Código de Comercio, el lugar en que funcione tal sucursal o establecimiento constituirá también domicilio de la empresa, pero sólo para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos ejecutados o celebrados en dicho domicilio o con directa relación al mismo.

3.3.5.5. Objeto

Art. 15.- El objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, es la actividad económica organizada a que se deba dedicar, según el acto de su constitución.

Tal objeto comprenderá exclusivamente, una sola actividad empresarial.

Art. 16.- La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá realizar ninguna de las siguientes actividades:

- a) Bancarias;
- b) De seguros;
- c) De capitalización y ahorro;
- d) De mutualismo;
- e) De cambio de moneda extranjera;
- f) De mandato e intermediación financiera;
- g) De emisión de tarjetas de crédito de circulación general;
- h) De emisión de cheques viajeros;
- i) De financiación o de compra de cartera;
- j) De arrendamiento mercantil;
- k) De fideicomiso mercantil;
- l) De afianzamiento o garantía de obligaciones ajenas;
- m) De captación de dineros de terceros; y,
- n) De ninguna de las actividades a que se refieren las leyes de: Mercado de Valores; General de Instituciones del Sistema Financiero; de Seguros; y, ni las que requieran por ley de otras figuras societarias.

En caso de violación a estas prohibiciones, el gerente-propietario será personal e ilimitadamente responsable de las obligaciones de la empresa y, además, sancionado con arreglo al Código Penal.

Art. 17.- El objeto de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá ser concretado en forma clara y precisa en el acto constitutivo de la misma.

Será ineficaz la disposición en cuya virtud, el objeto de la empresa se extienda a actividades enunciadas en forma indeterminada o no permitidas por la ley.

Art. 18.- Para la realización de su objeto empresarial la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, podrá ejecutar y celebrar toda clase de actos y contratos relacionados directamente con el mismo y todos los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir con las obligaciones derivadas de su existencia y de su actividad, así como los que tengan por objeto asegurar el cumplimiento de dichas obligaciones.

La empresa no podrá ejecutar ni celebrar otros actos o contratos distintos de los señalados en el inciso anterior, salvo los que ocasional o aisladamente puedan realizarse con fines de inversión en inmuebles, en depósito en instituciones financieras y en títulos valores con cotizaciones en bolsa.

Se prohíbe toda captación de dineros o recursos del público por parte de la empresa, inclusive las que tuvieren por pretexto o finalidad el apoyo o el mejor desarrollo del objeto de la empresa, aun cuando se realizaren bajo las formas de planes, sorteos, promesas u ofertas de bienes o servicios.

La empresa podrá constituir cauciones de toda clase para asegurar el cumplimiento de sus propias obligaciones, tales como prendas, hipotecas o fideicomisos mercantiles sobre sus bienes propios; pero, se prohíbe expresamente, bajo pena de nulidad, que la empresa otorgue fianzas y avales o constituya prendas, hipotecas u otras cauciones para asegurar el cumplimiento de obligaciones ajenas.

Salvo el caso de las cauciones prohibidas por el inciso anterior, los actos o contratos ejecutados o celebrados con violación a este artículo obligarán a la empresa, pero el gerente-propietario o los apoderados que los hubieren ejecutado o celebrado serán personal, solidaria e ilimitadamente responsables frente a los terceros de buena fe por los perjuicios respectivos, y, en su caso, sancionados conforme al Código Penal.

Tomando en cuenta la especificación de la ley, la empresa será creada para fines de importación y comercialización de repuestos automotrices.

3.3.5.6. Plazo

Art. 19.- Toda empresa unipersonal de responsabilidad limitada, deberá constituirse por un plazo determinado.

Dicho plazo deberá constar en el acto constitutivo en forma expresa y de manera clara.

El plazo de la empresa puede restringirse o prorrogarse de manera expresa de conformidad con esta Ley.

Una vez vencido el plazo de duración de la empresa, ésta deberá disolverse y liquidarse, a no ser que con anterioridad se hubiere otorgado ya la correspondiente escritura pública que contuviere la prórroga respectiva; pero, si dicha escritura no se inscribiere en el Registro Mercantil dentro de los doce meses posteriores a su otorgamiento, la empresa deberá necesariamente liquidarse sin más dilación.

3.3.5.7. Capital

Art. 20.- El capital inicial de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará constituido por el monto total del dinero que el gerente-propietario hubiere destinado para la actividad de la misma, según el artículo 1 de esta Ley.

Dicho capital deberá fijarse en el acto constitutivo de manera clara y precisa, y en moneda de curso legal.

Para conformar el capital antedicho sólo podrá aportarse efectivo o numerario.

Dicho capital podrá aumentarse o disminuirse de conformidad con esta Ley.

El capital a que se refiere este artículo, es decir el inicial, el aumentado o el disminuido, se llama “capital empresarial” o “capital asignado”.

Art. 21.- El capital asignado a la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá ser inferior al producto de la multiplicación de la remuneración básica mínima unificada del trabajador en general, por diez.

Si en cualquier momento de su existencia la empresa resultare tener un capital asignado inferior al mínimo antedicho, en función de la remuneración básica unificada que entonces se hallare vigente, el gerente-propietario deberá proceder a aumentar dicho capital dentro del plazo de seis meses. Si dentro de este plazo la correspondiente escritura pública de aumento de capital asignado no se hubiere inscrito en el Registro Mercantil, la empresa entrará inmediatamente en liquidación.

Art. 22.- El capital empresarial podrá aumentarse por cualesquiera de los siguientes medios:

1. Por nuevo aporte en dinero del gerente-propietario; y,
2. Por capitalización de las reservas o de las utilidades de la empresa.

Art. 23.- El capital de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada, no podrá disminuirse en los siguientes casos:

1. Si el capital de la empresa, después de la reducción, resultare inferior al mínimo establecido en esta Ley; y,
2. Si la disminución determinare que el activo de la empresa fuera inferior al pasivo.

Art. 24.- La persona que constituya una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, estará obligada a la entrega total del correspondiente aporte dinerario.

Art. 25.- Todo aporte en dinero que se haga en la constitución de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada o en cualquier aumento de su capital deberá estar a disposición de ella o entregarse a la misma, según el caso, en el cien por ciento de su valor, al momento del otorgamiento de la escritura pública que contenga el respectivo acto constitutivo o el correspondiente aumento de capital.

Art. 26.- Todo aporte en dinero que se haga a favor de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada, constituye título traslativo de dominio.

Art. 27.- La entrega del aporte dinerario hecho en la constitución de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada operará, de pleno derecho, al momento de la inscripción del acto constitutivo en el Registro Mercantil.

Art. 28.- En los aumentos de capital, la entrega del aporte dinerario se efectuará una vez que se haga efectivo el numerario o el correspondiente cheque con la debida provisión de fondos, o mediante el respectivo depósito hecho por el gerente-propietario en una cuenta bancaria de la empresa, antes del otorgamiento de la escritura pública correspondiente.

Art. 29.- En la constitución de la empresa el gerente-propietario hará su aporte en dinero, mediante depósito en una cuenta especial de la empresa en formación, la misma que será abierta en un banco bajo la designación especial de “Cuenta de Integración de Capital” de la empresa respectiva. El banco conferirá un certificado que acredite el depósito antedicho, el mismo que deberá agregarse como documento habilitante a la escritura pública que contenga el respectivo acto constitutivo.

En los aumentos de capital en que se hicieren aportes en dinero no será necesaria la apertura de la cuenta especial mencionada en el inciso primero, bastando para el efecto que los dineros respectivos sean entregados a la empresa en los términos de esta Ley.

3.3.5.8. Constitución, aprobación inscripción

Para la constitución de la empresa, se determinará la asignación mensual que percibirá de la empresa el gerente-propietario por las labores que realizará en la misma. Si fuere casado, la escritura constitutiva será otorgada también a su cónyuge, para efectos de dejar constancia de su consentimiento.

3.3.5.9. Administración y representación legal

La representación legal de esta empresa está a cargo de la persona natural a quien pertenezca llamado gerente-propietario; por lo que, al constituirse y aunque tuviere

formada sociedad conyugal, se reputará respecto de terceros, con excepción de su cónyuge, como único dueño o dueña de la empresa.

Para legitimar la representación, utilizará una Copia Certificada Actualizada de la Escritura Pública y debidamente inscrita, o una Certificación actualizada del respectivo Registrador Mercantil, en la que se acredite la existencia y denominación, domicilio principal, plazo, capital y la identidad del gerente-propietario; la copia o certificado se entenderá certificada, la extendida durante los noventa días.

3.3.5.10. Contabilidad y resultados

Anualmente y dentro de los noventa días posteriores a la terminación de cada ejercicio económico, se cerrará las cuentas y se preparará el Balance General y demás cuentas, siguiendo las normas señaladas en la Ley de Compañías y en los Reglamentos expedidos por la Superintendencia de Compañías. Conocidos los resultados y de haber utilidades, el gerente resolverá el destino de las mismas, segregando por lo menos el 10% por ciento de ellas al fondo de reserva legal hasta que alcance el 50% por ciento del capital empresarial.

3.3.5.11. Disolución y liquidación

La empresa puede ser declarada disuelta voluntariamente en cualquier momento que el propietario lo desee para luego proceder con su liquidación; la cual debe constar por escritura pública y someterse al trámite previsto por la ley. La E.U.R.L. se disolverá bajo las siguientes circunstancias:

- a) Incumplimiento del plazo de su duración, auto de quiebra legalmente ejecutoriado, y por traslado de domicilio a país extranjero.
- b) Por conclusión de la actividad para la que se constituyó o la imposibilidad manifestada de cumplir el objeto empresarial.
- c) Por la pérdida total de sus reservas o de más de la mitad del capital asignado, a menos que el propietario hiciere desaparecer esta causal antes de concluido el proceso de disolución, mediante el aumento del capital empresarial o la absorción de las pérdidas en las cuantías suficientes.

d) A petición de parte interesada en los supuestos establecidos en esta ley.

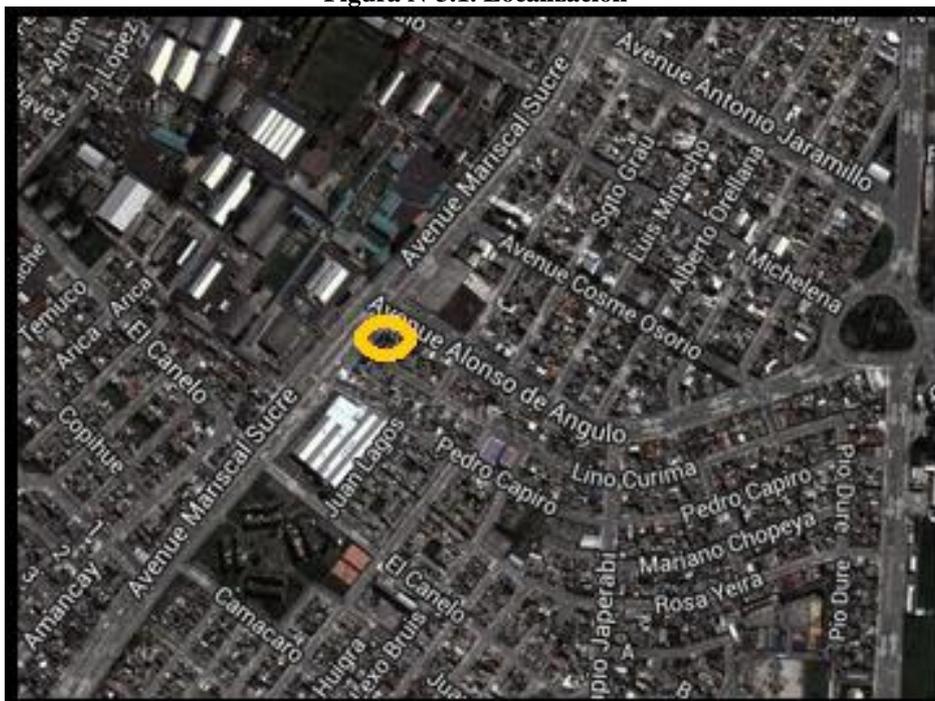
Después de haber revisado las principales características de la Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, se ha determinado que es la mejor opción para iniciar las actividades comerciales, para lo cual se creará un nombre comercial y en lo posterior, para el crecimiento de la empresa se podrá cambiar de tipo de empresa en cuanto a su constitución.

3.3.6. Localización de la empresa

La empresa se va a ubicar, en el sector Sur del Distrito Metropolitano de Quito en la dirección Av. Mariscal Sucre y Alonso de Angulo, la propiedad mencionada pertenece a la familia, en la cual se realizarán algunas adecuaciones que son mencionados en lo posterior.

A continuación se presenta por medio de una imagen la localización de la empresa.

Figura N°3.1. Localización



Elaborado por: Daniela Vergara

Fuente: Google Earth

3.3.7. Análisis Financiero

El estudio financiero determina, cuál será el monto necesario para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la empresa y otros indicadores útiles para realizar este estudio. (Baca, 2007)

Es aquí entonces que se procesará la información de los capítulos anteriores, para dar respuestas a ciertas interrogantes que se presenten, de esta manera se constituirá en una importante herramienta para la toma de decisiones en el proyecto.

3.3.7.1. Presupuesto de inversión

Para el presupuesto de inversión se detallan aquellos recursos o activos que requerirá la empresa para poder desarrollar sus actividades.

3.3.7.2. Activos fijos Tangibles

La empresa con el fin de ofrecer los repuestos al público, deberá realizar una serie de adquisiciones y además realizar adecuaciones en la oficina y almacén que se utilizará, lo cual se detalla a continuación.

3.3.7.3. Adecuaciones

La empresa contará con una oficina y el almacén, lo cual requerirá una inversión en adecuaciones con el fin de habilitar las operaciones de la empresa para los fines pertinentes, el detalle se presenta a continuación.

TablaN°3.3. Adecuaciones

ADECUACIONES			VALOR EN USD	
Descripción	Unidad	Cantidad	Valor en USD	Valor Total
Oficina	m ²	25	45	1.125,00
Almacén	m ²	85	65	5.525,00
Total				6.650,00

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.7.4. Muebles y enseres

Para el desenvolvimiento en oficinas se necesitarán muebles y enseres lo cual se detalla en la tabla siguiente.

TablaN°3.5. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
Concepto	Cantidad Total	Costo Unitario USD	Costo Total USD
Escritorio	2	260	520,00
Silla	9	45	405,00
Archivador	2	110	220,00
Total			1.145,00

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.7.5. Equipos de oficina

Para poder sostener las comunicaciones básicamente se requerirán equipos de oficina, como se presenta en la siguiente tabla.

TablaN°3.6. Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
Concepto	Cantidad total	Costo unitario USD	Costo Total USD
Teléfono	2	50	100,00
Fax	1	70	70,00
Total			170,00

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.7.6. Equipos de computación

El desenvolvimiento operativo de las transacciones y actividades de las personas que trabajarán en el área administrativa y de ventas requerirá equipo de cómputo, cuya inversión se presenta en la siguiente tabla.

TablaN°3.7. Equipos de computación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN			
Concepto	Cantidad Total	Costo unitario USD	Costo Total USD
Equipo de Computación	2	650	1.300,00
Total			1.300,00

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.7.7. Inversión en adquisición de repuestos e importación

Para el inicio de las actividades la empresa deberá adquirir una amplia gama de repuestos para ofrecer a sus clientes, y a continuación se presenta el detalle de la primera importación.

TablaN°3.8. Detalle pedido de importación

ITEM	PART NO.	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO FOB-CHINA.	TOTAL
1	028 103 171 B	FLANGE FOR CRANKSHAFT	40	4,50	180,00
2	038 103 085 G	OIL SEAL FOR CRANKSHAFT, ACM+PTFE,35x48	120	1,20	144,00
3	037 103 211 A	BREATHER TUBE FOR CYLINDER HEAD	40	6,00	240,00
4	036 103 383 Q	CYLINDER HEAD GASKET, ϕ 77.5 MM	100	5,85	585,00
5	048 103 383 D	CYLINDER HEAD GASKET, 1.65MM ϕ 83 MM	100	5,85	585,00
6	058 103 383 K	CYLINDER HEAD GASKET, ϕ 82.5MM	80	3,50	280,00
7	06A 103 383 L	CYLINDER HEAD GASKET, 1.4MM, ϕ 83.5MM	80	6,21	496,80
8	051 103 483 A	GASKET FOR VALVE COVER	400	1,12	448,00
9	038 103 601 NA	OIL SUMP	40	15,50	620,00
10	034 105 701/8	ROD BEARING SET,STANDARD SIZE,WHIT OIL	100	3,20	320,00
11	034 105 707/8	ROD BEARING SET,0.25 OVERSIZE,WHIT OIL	100	3,20	320,00
12	034 105 713/8	ROD BEARING SET,STANDARD SIZE	100	3,20	320,00
13	036 109 119 Q	TOOTHED TIMING BELT	120	2,35	282,00
14	036 109 243 S	TENSION PULLEY FOR TIMING BELT,D= ϕ 60mm	60	10,50	630,00
15	036 109 244 C	TENSION PULLEY FOR TIMING BELT,D= ϕ 56MM	60	7,58	454,80
16	030 109 243 K	TENSION PULLEY FOR TIMING BELT,D= ϕ 61MM	40	6,00	240,00
17	06A 115 105	OIL PUMP	20	12,00	240,00
18	030 121 005 N	WATER PUMP,27 TEETH	40	10,80	432,00
19	036 121 005 E	WATER PUMP	60	8,50	510,00
20	06A 121 011 L	WATER PUMP,23 TEETH	40	7,65	306,00
21	032 121 110 B	THERMOSTAT 87/102	60	1,35	81,00
22	056 121 113 D87	THERMOSTAT 87/102	200	1,25	250,00
23	037 121 121 A	COOLING WATER FLANGE AT THERMOSTAT	80	0,65	52,00
24	055 121 121 F	COOLING WATER FLANGE AT THERMOSTAT	80	0,55	44,00
25	037 121 132 E	WATER FLANGE	80	1,50	120,00
26	06A 121 133 D	WATER FLANGE, ALUMINIUM	200	1,05	210,00
27	037 121 144 H	WATER FLANGE	40	1,65	66,00

28	06A 121 133 D	WATER FLANGE	80	1,65	132,00
29	377 121 253 B	RADIATOR,470x344x32MM	100	15,80	1.580,00
30	1 HM 121 253 R	RADIATOR,627x378x34MM	60	22,00	1.320,00
31	3B0 121 321	RADIATOR PRESSURE CAP,1.5BAR BLUE	100	1,00	100,00
32	171 121 407 E	EXPANSION TANK FOR RADIATOR	80	2,89	231,20
33	1J0 122 291 B	WATER FLANGE	40	1,10	44,00
34	6Q0 122 291 F	WATER FLANGE	40	1,38	55,20
35	036 129 620 C	AIR FILTER ELEMENT,419x187.5x31.50MM	80	2,65	212,00
36	037 129 761	CARBURETOR FLANGE	40	3,25	130,00
37	085 141 181	SLEEVE FOR CLUTCH RELEASE BEARING	40	1,50	60,00
38	028 145 157 D	POWER STEERING PUMP	20	48,10	962,00
39	357 198 140 S	GASKET SET FOR WATER FLANGE	80	0,48	38,40
40	026 198 491	MAIN BEARING SET,STANDARD SIZE CASE	100	7,50	750,00
41	056 198 453 A	MAIN BEARING SET,STANDARD SIZE, 0.25 MM	100	7,50	750,00
42	1J0 199 851 AA	SUPPORT REAR MANUAL GEARBOX	20	15,80	316,00
43	6Q0 199 851 AB	SUPPORT REAR MANUAL GEARBOX	40	15,80	632,00
44	1K0 201 051 C	FUEL FILTER,D=55/61MM, H=164MM	200	6,10	1.220,00
45	6Q0 201 511	FUEL FILTER WITHOUT PRESSURE REGULATOR	200	3,25	650,00
46	020 311 108 A	OIL SEAL FOR MAIN DRIVE SHAFT 8x14x4MM	200	0,33	66,00
47	020 311 113	OIL SEAL 21.9x40x8MM	120	0,66	79,20
48	1H0 407 151	WISHBONE,FRONT,WHIT BUSHINGS,LEFT	80	8,15	652,00
49	1J0 407 151 B	WISHBONE,FRONT,WHIT BUSHINGS	80	9,50	760,00
50	6N0 407 151 A	WISHBONE,FRONT,WHIT BUSHINGS	120	9,85	1.182,00
51	857 407 181	RUBBER MOUNT FOR WISHBONE MODELS	200	0,98	196,00
52	6Q0 407 183	RUBBER MOUNT FOR WISHBONE,D=65MM	200	2,53	506,00
53	1J0 407 613 C	WHEEL HUB 40MM 5/100	40	5,87	234,80
54	6N0 407 613	WHEEL HUB 35MM,4/100	40	7,00	280,00
55	6Q0 407 621 AJ	WHEEL HUB ,D=127/72MM T=3M14x1.5 36TEETH	60	14,10	846,00
56	4D0 407 693 N	CONTROL ARM,REAR,WHIT BUSHINGS,LEFT	20	19,80	396,00
57	4D0 407 694 N	CONTROL ARM,REAR,WHIT BUSHINGS,LEFT,RIGHT	20	19,80	396,00
58	1H0 411 105 A	COIL SPRING	40	5,80	232,00
59	1H0 413 031 C	SHOCK ABSORBER,FRONT	80	13,00	1.040,00
60	1J0 422 154 H	POWER STEERING PUMP,90BAR	20	48,00	960,00
61	1J0 422 371 C	POWER STEERING TANK	20	5,00	100,00
62	1H0 422 371 C	POWER STEERING TANK	40	4,56	182,40
63	1H0 422 831 B	STEERING GEAR PROTECTION BOOT,d1=10MM	120	0,85	102,00
64	020 498 085 G	REPAIR KIT FOR JOINT FLANGE,CYANACRYL	80	1,35	108,00
65	321 407 283 A	AXLE BOOT FOR FRONT C.V. JOINT	120	1,10	132,00
66	191 407 283	AXLE BOOT FOR FRONT C.V. JOINT,d1=36MM	120	1,10	132,00
67	1J0 498 203	AXLE BOOT KIT,FRONT,OUTER	120	1,35	162,00
68	171 498 203	AXLE BOOT KIT,d1=20MM,D2=75MM,H=83MM	120	1,22	146,40
69	8D0 498 998 S1 ALT	CONTROL ARM KIT,WITH CONNECTING RODS	20	115,00	2.300,00
70	823 501 249	CAP FOR REAR AXLE BRAKE	200	0,15	30,00
71	1J0 501 477 A	WHEEL HUB,REAR AXLE,d=φ30MM,5/100	60	12,80	768,00
72	6X0 598 477	WHEEL HUB	40	12,80	512,00
73	6Q0 598 611	WHEEL HUB,REAR	40	11,80	472,00

		AXLE,D=120MM,d=28MM,H=63MM			
74	1H0 609 721	HAND BRAKE CABLE,L=1500MM	80	2,85	228,00
75	321 611 307 D	BRAKE OIL BOTTLE,INCLUDING CAP	80	1,75	140,00
76	1H1 721 335 A	CLUTCH CABLE,L=835MM	60	5,60	336,00
77	1H1 819 031 A	HEAT EXCHANGER LHD,234*156*42MM	40	5,15	206,00
78	1H6 827 571 E	REAR FLAP LOCK WITH KEYS	40	3,18	127,20
79	191 837 061	DOOR LOCK CENTER WITH KEY	80	0,58	46,40
80	1H0 837 207	FRONT DOOR HANDLE,OUTER,LOCKABLE	40	2,78	111,20
81	1H6 857 147	GLOBE COMPARTMENT HANDLE	120	0,58	69,60
82	1J1 857 501 H	REARVIEW MIRROR,LEFT	40	27,00	1.080,00
83	1J1 857 502 H	REARVIEW MIRROR,RIGHT	40	14,50	580,00
84	028 903 018 A	ALTERNATOR,12V 90A	10	55,00	550,00
85	050 905 205 AP	DISTRIBUTOR	40	12,89	515,60
86	051 905 207	DISTRIBUTOR CAP	120	1,25	150,00
87	02A 911 023L	STARTER MOTOR,12V 1.1KW	20	35,80	716,00
88	330 911 023	STARTER MOTOR,12V 1.10KW 9 TEETH	40	31,20	1.248,00
89	1H0 919 051 AK	FUEL PUMP,COMPLETE WITH SENDER,3.0BAR	40	33,00	1.320,00
90	1J0 919 506 M	ELECTRIC FAN CONTROL UNIT, 2V 30A 10P	40	6,80	272,00
91	1J0 945 511 D	BRAKE LIGTH SWITCH,4PINS	80	1,35	108,00
92	1J0 949 117	TURN SIGNAL LATERAL,L/R	80	1,00	80,00
93	8L0 953 513 G	TURN SIGNAL SWITCH(NOT CRUISE CONTROL)	40	8,80	352,00
94	6N0 953 513	TURN SIGNAL SWITCH	60	6,50	390,00
95	165 959 455 AM	ELECTRIC FAN,250/150W Ø280MM	20	12,50	250,00
96	377 959 455 H	ELECTRIC FAN,180W Ø325MM	40	19,50	780,00
97	6Q0 959 455 J	ELECTRIC FAN,100W Ø290MM	40	19,50	780,00
98	6X0 959 455 C	ELECTRIC FAN,25/60W,Ø345MM	40	19,50	780,00
99	1J4 959 857	POWER WINDOW SWITCH	20	6,85	137,00
100	6N0 498 099	C.V.JOINT KIT,FRONT,OUTER	40	10,50	420,00
101	131 412 341	SPRING SEAT FOR STRUT	80	0,89	71,20
102	020 311 107 C	BUSHING FOR TRANSMISSION,D=φ14MM d=φ8MM	200	0,32	64,00
103	357 919 149	DISTANCE SENSOR	40	1,65	66,00
104	1H0 959 139 B	PRESSURE SWITCH FOR AIR CONDITIONER	40	2,95	118,00
105	058 109 601 C	INLET VALVE,D=27MM d=6MM L=105.1MM	80	2,00	160,00
106	1J0 201 801 H	ACTIVATED CHARCOAL CANISTER	20	7,26	145,20
107	6N0 947 563	CONTACT SWITCH FOR HANDBRAKE CONTROL	200	0,85	170,00
108	013 945 415	SWITCH FOR BACK UP LIGHT,2P,M18x1.5	120	0,65	78,00
109	811 412 365	THREAD RING FOR FRONT AXLE SHOCK ABSORVER	400	0,22	88,00
110	026 121 005 H	WATER PUMP	80	6,50	520,00
111	058 115 105 C	OIL PUMP	20	15,00	300,00
TOTAL			8990	USD	44.165,60

Elaborado por: Daniela Vergara

Fuente: OSSCA

A continuación se presenta el detalle de costos de importación de los repuestos solicitados a la empresa proveedora.

TablaN°3.8. Detalle pedido de importación

COSTO IMPORTACIÓN REPUESTOS						
Descripción	Precio Fob	Costo Arancel	Costo Flete Naviera	Costo Seguro	Costo Flete Interno	Costo total en Almacén Quito
Repuestos	44.165,60	20,00%	1300,00	170,00	150,00	54.618,72

Elaborado por: Daniela Vergara

Es importante mencionar, que las importaciones de repuestos automotrices VW, se realizarán dos veces en el año.

3.3.7.8. Herramientas e insumos

Con el fin de mantener el orden y organización en la oficina la empresa deberá adquirir una serie de insumos, los cuales se muestran en la siguiente tabla.

TablaN°3.8. Herramientas e insumos

HERRAMIENTAS E INSUMOS DE ADMINISTRACIÓN			
SUMINISTROS DE OFICINA			
Concepto	Cantidad	Costo unitario USD	Costo Total USD
Perforadora	2	2	4,00
Tijeras	2	1,2	2,40
Grapadora	2	2,5	5,00
Sellos	2	3	6,00
Calculadoras	2	5,6	11,20
Cafetera	1	23	23,00
Total			51,60
SUMINISTROS DE LIMPIEZA			
Escobas	1	1,2	1,20
Trapeadores	1	1,8	1,80
Basureros	4	7,8	31,20
Recogedores de basura	1	3,3	3,30
Total			37,50

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.7.9. Depreciaciones

Las depreciaciones son las disminuciones del valor de los activos fijos por el desgaste que sufren los mismos en el transcurso del tiempo. Todos los activos fijos, exceptuando los terrenos son susceptibles de depreciación. Las depreciaciones de los activos se

consideran gastos no desembolsables que afectan el Estado de Resultados del proyecto y por ende a los impuestos que genera el mismo.

El método de depreciación aplicado según NIIF, debe reflejar básicamente el patrón de consumo de los beneficios que se esperan del activo, por ejemplo:

- Método lineal (si realmente refleja el patrón de consumo o uso del recurso).
- Saldo decreciente.
- Unidades de producción.

Estos métodos deben ser revisados y/o modificados si ya no reflejan el patrón esperado de consumo de beneficios de los activos.

Cualquier cambio en el método de depreciación debe ser contabilizado prospectivamente.

“El método a aplicarse en las depreciaciones de los activos fijos es el Método de Línea Recta, este es el más adecuado debido a que los activos fijos se desgastan por igual cada período contable. Para el cálculo de la depreciación en línea recta se utiliza la siguiente fórmula”. (Zapata, 1999)

Depreciación = (Valor del Activo Fijo-Valor residual)/Vida Útil

El valor de desecho o salvamento es lo que se espera recuperar por la venta de los activos fijos cuando se liquida el proyecto.

Los porcentajes de depreciación y vida útil de los activos fijos son los siguientes:

Tabla N°3.9. Depreciaciones

ACTIVOS TANGIBLES													
Activos	Valor	Vida Útil	Valor Residual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Muebles y enseres	1.145,00	10	114,50	103,05	103,05	103,05	103,05	103,05	103,05	103,05	103,05	103,05	103,05
Equipo de computación	1.300,00	3	433,33	288,89	288,89	288,89							
Infraestructura	6.650,00	10	665,00	598,50	598,50	598,50	598,50	598,50	598,50	598,50	598,50	598,50	598,50
TOTAL	9.095,00			990,44	990,44	990,44	701,55						

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.7.10. Capital de Trabajo

“Capital de trabajo es el recurso económico destinado al funcionamiento inicial y permanente del negocio, que cubre el desfase natural entre flujo de ingresos y egresos. Se entiende como la cantidad de dinero necesaria para sustentar los egresos operativos que el giro de un negocio requiera” (Baca, 2007)

TablaN°3.10. Capital de Trabajo

CAPITAL DEL TRABAJO		
Descripción	Valor Mensual	Valor 3 meses
Gastos de Administración	4.772,05	9.507,95
Gasto de Ventas	5.540,64	16.621,93
Total Capital de Trabajo	10.312,69	26.129,88

Elaborado por: Daniela Vergara

Se ha determinado un capital de trabajo a tres meses, ya que se estima es un tiempo razonable en el cual la empresa ya podrá cubrir con sus ingresos los costos operativos en función de las ventas.

3.3.7.11. Mano de Obra

Mano de obra directa “es aquella directamente involucrada en la prestación de un servicio que puede asociarse con éste con facilidad y que representa un importante costo de mano obra en la elaboración del mismo.” (Backer, Jacobsen, & Ramires, 2006)

Mano de obra indirecta “son todos aquellos trabajadores que no tienen contacto directo con el servicio prestado.” (Backer, Jacobsen, & Ramires, 2006)

A continuación se detalla el total de trabajadores que se necesitan para la operatividad de la empresa.

Tabla N°3.11. Nómina primer año

NÓMINA PRIMER AÑO								
PERSONAL DE VENTAS								
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Jefe de Marketing y Ventas	500	500,00	60,75	500,00	340,00	630,75	7.569,00
TOTAL		500,00	500,00	60,75	500,00	340,00	630,75	7.569,00
PERSONAL ADMINISTRACIÓN								
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Gerente General	900	900,00	109,35	900,00	340,00	1.112,68	13.352,20
1	Operario almacén	400	400,00	48,60	400,00	340,00	510,27	6.123,20
TOTAL		1.300,00	1.300,00	157,95	1.300,00	680,00	1.622,95	19.475,40

Elaborado por: Daniela Vergara

Tabla N°3.12. Nómina segundo año

NÓMINA A PARTIR DE SEGUNDO AÑO										
PERSONAL DE VENTAS										
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Jefe de Marketing y Ventas	500	500,00	60,75	250,00	41,65	500,00	340,00	693,23	8.318,80
TOTAL		500,00	500,00	60,75	250,00	41,65	500,00	340,00	693,23	8.318,80
PERSONAL ADMINISTRACIÓN										
No.	Cargo	Pago por trabajador	Valor Total Mensual	Aporte Patronal	Vacaciones	Fondos de Reserva	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Totales Sueldo Mensual USD	TOTAL ANUAL
1	Gerente General	900	900,00	109,35	450,00	74,97	900,00	340,00	1.225,15	14.701,84
1	Operario almacén	400	400,00	48,60	200,00	33,32	400,00	340,00	560,25	6.723,04
TOTAL		1.300,00	1.300,00	157,95	650,00	108,29	1.300,00	680,00	1.785,41	21.424,88

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.7.12. Gasto de Ventas

En la siguiente Tabla se detallan los gastos de ventas en los que se incluye el sueldo del jefe de marketing y ventas, gastos de Plan de Marketing y el gasto por inventario e importación de repuestos.

Tabla N°3.13. Gasto de Ventas

GASTO DE VENTAS		
Descripción	Mensual	Anual
Sueldos	630,75	7.569,00
Plan de Marketing	358,33	4.300,00
Repuestos importados	4.551,56	54.618,72
TOTAL	5.540,64	66.487,72

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.7.13. Gastos administrativos

Dentro de los gastos administrativos se han determinado los sueldos del personal administrativo, gastos de servicios básicos, arriendo, etc.

Tabla N°3.14. Gastos Administrativos

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Descripción	Mensual	Anual
Sueldos Administración	1.622,95	19.475,40
Arriendo	600,00	7.200,00
Gasto de Luz	40,00	480,00
Gastos de Agua	10,00	120,00
Gastos de Internet	30,00	360,00
Gasto de Teléfono	50,00	600,00
Bienes de control administrativo	259,10	259,10
Insumos y suministros	15,00	180,00
Token (Licencia de Importador)	170,00	170,00
Constitución	1.000,00	1.000,00
Abogado	800,00	800,00
Patente Municipal	120,00	120,00
Permiso de Funcionamiento	55,00	55,00
TOTAL	4.772,05	30.819,50

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.7.14. Resumen Capital de trabajo

A continuación se presenta un resumen del capital de trabajo, mismo que se ha calculado para tres meses de operaciones.

Tabla N°3.15. Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN		
Descripción	Mensual	3 meses
Sueldos Administración	1.622,95	4.868,85
Arriendo	600,00	1.800,00
Gasto de Luz	40,00	120,00
Gastos de Agua	10,00	30,00
Gastos de Internet	30,00	90,00
Gasto de Teléfono	50,00	150,00
Bienes de control administrativo	259,10	259,10
Insumos y suministros	15,00	45,00
Token (Licencia de Importador)	170,00	170,00
Constitución	1.000,00	1.000,00
Abogado	800,00	800,00
Patente Municipal	120,00	120,00
Permiso de Funcionamiento	55,00	55,00
Sub total	4.772,05	9.507,95
GASTO DE VENTAS		
Descripción	Mensual	3 meses
Sueldos	630,75	1.892,25
Plan de Marketing	358,33	1.075,00
Repuestos importados	4.551,56	13.654,68
Sub total	5.540,64	16.621,93

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.7.15. Inversión Total

La inversión total está compuesta por dos rubros globales, que son la inversión en activos tangibles y el capital de trabajo, en la siguiente Tabla se resume los totales, que es la inversión inicial que se necesita para poner en marcha las operaciones de la empresa.

Tabla N°3.16. Resumen de Inversiones

RESUMEN DE INVERSIONES	
INVERSIÓN TOTAL	Valor USD
Inversión en Activos Tangibles	63.713,72
Capital de Trabajo	26.129,88
Total Inversión Inicial	89.843,60

Elaborado por: Daniela Vergara

La inversión se encuentra dividida de la siguiente manera:

Tabla N°3.17. Distribución de financiamiento

% INVERSIÓN		
Descripción	Valor	Porcentaje
Recursos propios	53.906,16	60%
Financiamiento	35.937,44	40%
Total	89.843,60	100%

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.8. Financiamiento

Luego de haber estimado la inversión total para el proyecto, se realiza un análisis para obtener las fuentes por las que se va a financiar el mismo. Por lo tanto se ha estimado que el préstamo requerido asciende a un monto de 20.000,62 usd, y se ha escogido al Banco Pichincha como organismo crediticio.

La tasa efectiva ofertada por el Banco Pichincha asciende a 22,50% anual, esta tasa es tanto para las personas naturales o jurídicas que desean ampliar o implementar una empresa.

La deuda se amortizará para 5 años, con una tasa de interés del 22,50%, para lo cual se ha utilizado la siguiente fórmula:

$$A = R \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}$$

Dónde:

A = Valor del préstamo

I = Interés.

R = Pago periódico.

n = Número de períodos.

A continuación se presenta la tabla de amortización.

Tabla N°3.18. Amortización

Periodo de pago:		Anual	Mensual	
Monto:		35.937,44	598,96	
Plazo (años):		5	60	
Tasa de interés (anual):		22,50%	1,88%	
Periodo	Principal	Interés	Amortización	Cuota
1	35.937,44	673,83	598,96	1.272,78
2	35.338,48	662,60	598,96	1.261,55
3	34.739,53	651,37	598,96	1.250,32
4	34.140,57	640,14	598,96	1.239,09
5	33.541,61	628,91	598,96	1.227,86
6	32.942,65	617,67	598,96	1.216,63
7	32.343,70	606,44	598,96	1.205,40
8	31.744,74	595,21	598,96	1.194,17
9	31.145,78	583,98	598,96	1.182,94
10	30.546,82	572,75	598,96	1.171,71
11	29.947,87	561,52	598,96	1.160,48
12	29.348,91	550,29	598,96	1.149,25
13	28.749,95	539,06	598,96	1.138,02
14	28.150,99	527,83	598,96	1.126,79
15	27.552,04	516,60	598,96	1.115,56
16	26.953,08	505,37	598,96	1.104,33
17	26.354,12	494,14	598,96	1.093,10
18	25.755,17	482,91	598,96	1.081,87
19	25.156,21	471,68	598,96	1.070,64
20	24.557,25	460,45	598,96	1.059,41
21	23.958,29	449,22	598,96	1.048,18
22	23.359,34	437,99	598,96	1.036,94
23	22.760,38	426,76	598,96	1.025,71
24	22.161,42	415,53	598,96	1.014,48
25	21.562,46	404,30	598,96	1.003,25
26	20.963,51	393,07	598,96	992,02
27	20.364,55	381,84	598,96	980,79
28	19.765,59	370,60	598,96	969,56
29	19.166,63	359,37	598,96	958,33
30	18.567,68	348,14	598,96	947,10
31	17.968,72	336,91	598,96	935,87
32	17.369,76	325,68	598,96	924,64
33	16.770,81	314,45	598,96	913,41
34	16.171,85	303,22	598,96	902,18
35	15.572,89	291,99	598,96	890,95
36	14.973,93	280,76	598,96	879,72
37	14.374,98	269,53	598,96	868,49
38	13.776,02	258,30	598,96	857,26
39	13.177,06	247,07	598,96	846,03
40	12.578,10	235,84	598,96	834,80
41	11.979,15	224,61	598,96	823,57
42	11.380,19	213,38	598,96	812,34
43	10.781,23	202,15	598,96	801,11
44	10.182,27	190,92	598,96	789,87
45	9.583,32	179,69	598,96	778,64
46	8.984,36	168,46	598,96	767,41
47	8.385,40	157,23	598,96	756,18
48	7.786,45	146,00	598,96	744,95
49	7.187,49	134,77	598,96	733,72
50	6.588,53	123,53	598,96	722,49
51	5.989,57	112,30	598,96	711,26
52	5.390,62	101,07	598,96	700,03
53	4.791,66	89,84	598,96	688,80
54	4.192,70	78,61	598,96	677,57
55	3.593,74	67,38	598,96	666,34
56	2.994,79	56,15	598,96	655,11
57	2.395,83	44,92	598,96	643,88
58	1.796,87	33,69	598,96	632,65
59	1.197,91	22,46	598,96	621,42
60	598,96	11,23	598,96	610,19
TOTAL		20.551,72	35.937,44	-

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.8.1. Egresos

En el presente presupuesto se encuentran los egresos que tendrá la empresa proyectados para 5 años. Dentro de los rubros se reflejan los gastos de ventas y administrativos; para la proyección de los mismos se ha tomado como referente el promedio de inflación de noviembre de 2012 a diciembre de 2013 que es de 2,84%.

Tabla N°3.20. Egresos

PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS					
Concepto	Año				
	1	2	3	4	5
Descripción					
Gasto de Ventas	66.487,72	68.714,42	70.436,86	72.202,47	74.012,35
Sueldo ventas	7.569,00	8.318,80	8.527,32	8.741,08	8.960,19
Plan de Marketing	4.300,00	4.407,79	4.518,28	4.631,53	4.747,63
Repuestos importados	54.618,72	55.987,83	57.391,26	58.829,87	60.304,53
Gastos de Administración	31.809,94	31.579,41	32.346,18	32.843,27	33.648,96
Sueldos Administración	19.475,40	21.424,88	21.961,93	22.512,44	23.076,75
Arriendo	7.200,00	7.380,48	7.565,48	7.755,13	7.949,52
Gasto de Luz	480,00	492,03	504,37	517,01	529,97
Gastos de Agua	120,00	123,01	126,09	129,25	132,49
Gastos de Internet	360,00	369,02	378,27	387,76	397,48
Gasto de Teléfono	600,00	615,04	630,46	646,26	662,46
Bienes de control administrativo	259,10				
Insumos y suministros	180,00	184,51	189,14	193,88	198,74
Token (Licencia de importador)	170,00				
Constitución	1.000,00				
Abogado	800,00				
Patente Municipal	120,00				
Permiso de Funcionamiento	55,00				
Depreciaciones	990,44	990,44	990,44	701,55	701,55
Gastos Financieros	7.344,71	5.727,53	4.110,34	2.493,16	875,98
Intereses Financiamiento	7.344,71	5.727,53	4.110,34	2.493,16	875,98
Total Egresos	105.642,37	106.021,36	106.893,38	107.538,91	108.537,28

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.8.2. Ingresos

En este punto se determina los ingresos brutos que se obtendrán de la venta de repuestos, para lo cual se ha determinado el costo total unitario promedio de los repuestos existentes.

Para determinar el costo variable unitario se realizó la división del total de gastos de ventas para la cantidad de repuestos estimados a vender por mes, de igual manera para el costo fijo unitario, pero en este caso se realiza la división de la totalidad de gastos administrativos más los gastos financieros.

Tabla N°3.21. Costo unitario

	Cvu	Cfu	Ctu
Costo unitario promedio	18,34	10,80	29,14

Elaborado por: Daniela Vergara

A partir del costo total unitario se ha determinado un margen de rentabilidad del 10%, con el fin de tener un precio competitivo en comparación a la competencia; el estimado de ventas al mes se ha determinado de acuerdo a los resultados de la encuesta, de tal manera que es el resultado del 83% de aceptación hacia la empresa y del 8% de frecuencia mensual de consumo; de ello además se ha sacado el 50% como estimado esperado de ventas mensuales, obteniendo un referencial de ventas de 302 repuestos mensuales, o un promedio de 12 repuestos diarios en un total de 26 días laborables al mes, ya que la empresa atenderá de lunes a sábado.

Tabla N°3.22. Ingresos

INGRESOS						
Descripción	Costo promedio por repuesto	% utilidad	PVP	Estimado repuestos Ventas al mes	Total ingreso mensual USD	Total ingreso anual USD
Repuestos	29.14	40%	40.80	302	12,324.94	147,899.32

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.8.3. Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es aquel nivel de operaciones en el que los ingresos son iguales en importación a sus correspondientes en gastos y costos, es decir el punto en que la empresa no pierde ni obtiene utilidad. Este análisis permite a las empresas conocer mediante una representación gráfica el volumen mínimo de ventas que debe lograrse para comenzar a percibir utilidades. En el siguiente Tabla se detallan los valores que se necesitan para el cálculo del punto de equilibrio:

Tabla N°3.23. Factores Punto de Equilibrio

Rubros	Valor
Precio ventas unitario promedio	40,80
Costo variable unitario promedio	18,34
Costos fijos	3.262,89

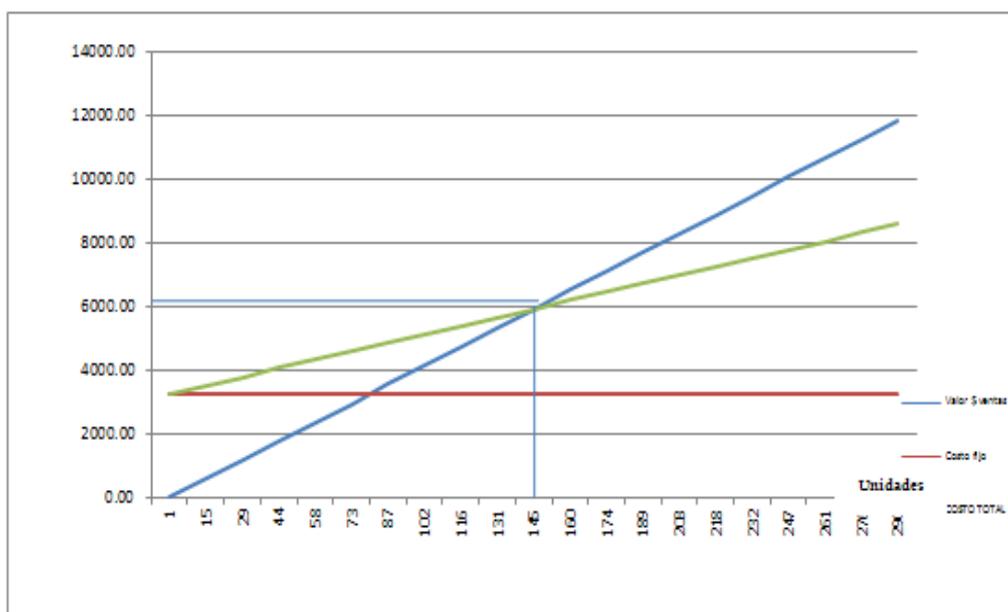
Elaborado por: Daniela Vergara

Para mejor comprensión, se han determinado rangos con distintas cifras de volumen de ventas, en cada uno se aprecia el nivel de ingresos, costos y utilidad, determinándose de esta manera que el punto de equilibrio se encuentra cuando la empresa mensualmente vende 145 repuestos, en dicho nivel de ventas la utilidad es de USD. -6,40, es la cifra más cercana al punto de equilibrio que es 0, y esto se debe a que los repuestos no pueden fraccionarse para su venta, por lo que dicho valor será cercano pero no 0.

Tabla N°3.24. Punto de Equilibrio

Repuestos	1	15	44	87	102	131	145	160	174	189
Valor \$ ventas	40.80	591.60	1774.81	3549.61	4141.22	5324.42	5916	6507.63	7099.23	7690.83
Valor costo variable	18.34	266	798	1.596	1.862	2.394	2,660	2,925	3,191	3,457
Costo fijo	3,263	3,263	3,263	3,263	3,263	3,263	3,263	3,263	3,263	3,263
COSTO TOTAL	3,281	3,529	4,061	4,859	5,125	5,656	5,922	6,188	6,454	6,720
BENEFICIO	-3,240	-2,937	-2,286	-1,309	-983	-332	-6,40	319	645	971

Elaborado por: Daniela Vergara

Figura N°3.1. Punto de Equilibrio

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.8.4. Estados financieros

Los estados financieros son un elemento muy importante dentro de este análisis ya que dan una perspectiva actual y futura de la situación financiera y económica a lo largo de un período, lo cual permitirá tener una visión clara sobre la inversión que se pretende realizar en el proyecto.

Los estados financieros considerados para el presente estudio son:

- Balance general
- Estado de resultados
- Flujo de efectivo

3.3.8.5. Balance General

El Balance General “Es un documento contable que demuestra la situación económica de la empresa al inicio de sus operaciones”. El Balance general refleja la situación patrimonial de una empresa, consta de dos partes, activo y pasivo. El activo muestra los elementos patrimoniales de la empresa, mientras que el pasivo detalla su origen financiero. (Barreno, 2004)

Tabla N°3.25. Balance General Inicial

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente	26.129,88	Pasivo no corriente	35.937,44
Caja/Bancos	26.129,88	Préstamo Bancario	35.937,44
Activo no corriente	63.713,72		
Muebles y enseres	1.145,00		
Equipo de computación	1.300,00		
Adecuaciones	6.650,00		
Adquisición de repuestos	54.618,72	Patrimonio	53.906,16
TOTAL ACTIVOS	89.843,60	Capital Social	53.906,16
		TOTAL PAS.+ PAT.	89.843,60

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.8.6. Estado de resultados

También conocido como Estado de Pérdidas y Ganancias, es un informe contable que presenta en forma ordenada las cuentas de rentas, costos y gastos, para determinar el resultado económico de una empresa, obtenido durante un período de tiempo dado.

El siguiente estado se muestra proyectado para 5 años, para lo cual ha sido considerado un crecimiento anual de los ingresos de 5% y los costos como ya se determinó anteriormente con el índice de inflación.

Tabla N°3.26. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS					
Concepto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(+)Ingreso de operación	147,899.32	155,294.29	163,059.00	171,211.95	179,772.55
(-)Costos de operación	97,307.22	99,303.39	101,792.60	104,344.20	106,959.76
Gastos de administración	31,809.94	31,579.41	32,346.18	32,843.27	33,648.96
Gastos de ventas	66,487.72	68,714.42	70,436.86	72,202.47	74,012.35
(-) Depreciación	990.44	990.44	990.44	701.55	701.55
(-)Costos financieros	7,344.71	5,727.53	4,110.34	2,493.16	875.98
(=)Utilidad antes de impuestos y participación	42,256.95	49,272.93	56,165.62	63,673.05	71,235.27
(-)15% reparto utilidad trab.	6,338.54	7,390.94	8,424.84	9,550.96	10,685.29
(=)Utilidad antes de impuestos	35,918.41	41,881.99	47,740.78	54,122.09	60,549.98
(-)22% Impuesto a la Renta	7,902.05	9,214.04	10,502.97	11,906.86	13,320.99
(=)Utilidad antes de reservas	28,016.36	32,667.95	37,237.81	42,215.23	47,228.98
(-)5% Reserva de Capital	1,400.82	1,633.40	1,861.89	2,110.76	2,361.45
(=)Utilidad Neta	26,615.54	31,034.55	35,375.92	40,104.47	44,867.53

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.8.7. Flujo Neto de Caja

“El flujo neto de caja calcula las entradas y salidas de dinero, durante un periodo; con el objetivo de medir la capacidad de generar dinero en la normal actividad de la empresa y la manera como se emplearán dichos recursos económicos” (Sarmiento, 1998)

El flujo de caja se ha proyectado como el estado de resultados a 5 años.

Tabla N°3.27. Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA						
Concepto	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
(=) Utilidad antes de impuestos y participación		42,256.95	49,272.93	56,165.62	63,673.05	71,235.27
(+) Depreciaciones		990.44	990.44	990.44	701.55	701.55
(+) Interés		7,344.71	5,727.53	4,110.34	2,493.16	875.98
(-) 15% Particip. Trabajadores		6,338.54	7,390.94	8,424.84	9,550.96	10,685.29
(=) Utilidad antes de impuestos		44,253.56	48,599.96	52,841.56	57,316.80	62,127.50
(-) 22% Impuesto a la Renta		9,735.78	10,691.99	11,625.14	12,609.70	13,668.05
(+) Valor residual de capital de trabajo	-26,129.88	0.00	0.00	0.00	0.00	2,612.99
(+) Valor de rescate de activo	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	433.33
(-) Inversión activos	-63,713.72					
(=) Flujos Netos de Caja	-89,843.60	34,517.78	37,907.97	41,216.42	44,707.10	51,505.77

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.9. Evaluación Financiera

Esta evaluación se realiza con el propósito de demostrar la viabilidad del proyecto en las condiciones de financiamiento planteadas y determinar los márgenes de variación de esas condiciones.

En el presente proyecto se utilizarán los siguientes indicadores:

- Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa Interna de Retorno (TIR)
- Periodo de Recuperación de Capital (PRC)
- Costo de Oportunidad

3.3.9.1. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La TMAR consiste en la sumatoria de 3 indicadores económicos del país que son la tasa pasiva, inflación y riesgo país, los cuales deberán mostrar si la inversión crece en términos reales, mediante la comparación de este con la TIR que debe expresar un porcentaje mayor a este valor, para que la inversión sea atractiva.

Tabla N°3.28. TMAR

Indicadores	%
Tasa Pasiva*	4,13%
Tasa de inflación global de la economía*	2,51%
Riesgo del proyecto (mediano) *	5,24%
TMAR :	11,88%

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.9.2. Valor Actual Neto (VAN)

“Es la sumatoria de los valores actualizados del flujo neto de caja, a una tasa mínima atractiva de rendimiento de capital (TMAR), o una tasa adecuada o pertinente para el inversionista” (Caldas, 2001)

Consiste en descontar al momento actual, todos los flujos de caja proyectados, restando la inversión inicial, para lo cual se necesita de la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum_{n=0}^N \frac{Y_t - E_t}{(1 + i)^n} - I_0$$

Dónde:

Y_t = Flujo de ingresos del proyecto

E_t = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

i = Tasa de descuento

I_0 = Inversión del proyecto

Para el cálculo del VAN es necesario conocer el costo de oportunidad del proyecto que se muestra en el siguiente cuadro:

Tabla N°3.29. Costo de oportunidad

Fuente	Valor	Porcentaje	Tasa	Ponderación
Propias	30.000,94	60,00%	11,88%	7,13%
Externas	20.000,62	40,00%	22,50%	9,00%
Total Financiamiento	50.001,56	100,00%		
COSTO PONDERADO DE CAPITAL				16,13%

Elaborado por: Daniela Vergara

Para este caso se ha considera un costo de oportunidad de 16,13% que es el valor que se deja de percibir si se hubiera invertido en otras opciones.

Tabla N°3.30. Cálculo de los Flujos de Caja Descontados y Acumulados

Cálculo de los Flujos de Caja Descontados y Acumulados				
Tasa descuento	16.13%			
Años	Flujos Nominal	Factor de Descuento	Flujo Actual	Flujos Actual y acumulado
Inversión	-89,843.60	1.00	-89,843.60	-89,843.60
Año 1	34,517.78	0.86	29,724.42	-60,119.18
Año 2	37,907.97	0.74	28,110.69	-32,008.49
Año 3	41,216.42	0.64	26,319.76	-5,688.73
Año 4	44,707.10	0.55	24,584.35	18,895.61
Año 5	51,505.77	0.47	24,389.82	43,285.43

VAN

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.9.3. Tasa Interna de Retorno (TIR)

“La Tasa Interna de Retorno ofrece, en términos relativos, la rentabilidad del proyecto, que debe ser única e independiente del coste asumido por los recursos aportados”. (Arguedas & Noguera, 2007)

Se la conoce como la tasa que hace que el VAN sea cero, es decir que el valor presente de las entradas de efectivo sea igual a la inversión inicial neta realizada.

La fórmula para calcula la TIR es la siguiente:

$$TIR = \sum_{t=1}^n \frac{Y_t}{(1+r)^t} - \sum_{t=1}^n \frac{E_t}{(1+r)^t} - I_0$$

Dónde:

Y_t = Flujo de ingresos del proyecto

E_t = Flujo de los egresos.

N = Es el número de períodos considerado.

i = Tasa de descuento

I₀ = Inversión del proyecto

Tabla N°3.31. Tasa Interna de Retorno
Tasa Interna de Retorno (TIR)

Años	Flujos Nominal
Inversión	-89,843.60
Año 1	34,517.78
Año 2	37,907.97
Año 3	41,216.42
Año 4	44,707.10
Año 5	51,505.77
TIR	33.97%

Elaborado por: Daniela Vergara

Mediante la información tomada del estado de flujo efectivo, se obtuvo una TIR de 33,97%, que es la tasa que hace que el VAN sea cero, además si se compara este valor con la TMAR de 16,13%, se ve que es mucho mayor, cumpliendo con esta condición.

3.3.9.4. Periodo Real de Recuperación de Capital

“Se define como el tiempo que transcurre para que se produzca una cantidad igual al importe de la inversión. Es establecer un periodo de tiempo en el que se puede recuperar el capital invertido” (Caldas, 2001)

Para lo cual se utilizará la siguiente fórmula:

$$PR = (t_n) + \left(\frac{C_n}{FTE} \right)$$

Dónde:

T= Inversión inicial

C= Flujo de fondos del año anterior

FTE= Flujo de fondos del año de recuperación

Tabla N°3.32. Cálculo Período Real de Recuperación

Inversión USD		89,843.60	
Tiempo	Flujo de Fondos	Flujo Actual	Acumulación de Flujos
Año 1	Flujo de Fondos 1	29,724.42	-60,119.18
Año 2	Flujo de Fondos 2	28,110.69	-32,008.49
Año 3	Flujo de Fondos 3	26,319.76	-5,688.73
Año 4	Flujo de Fondos 4	24,584.35	18,895.61
Año 5	Flujo de Fondos 5	24,389.82	43,285.43
PRC 3 AÑOS Y 3 MESES			

Elaborado por: Daniela Vergara

3.3.9.5. Viabilidad del proyecto

En la siguiente Tabla se resume los criterios para conocer si el proyecto es viable:

Tabla N°3.33. Criterios de Evaluación

CRITERIO DE EVALUACIÓN		
Criterios	Evaluación	Resultado
TIR > TMAR	SI	Viable
VAN descontado TMAR > 0	SI	Viable
PRC < 5 años	SI	Viable

Elaborado por: Daniela Vergara

Como se puede observar en el Tabla se han cumplido los 3 criterios de evaluación en el que la TIR es mayor a la TMAR, el VAN es mayor a 0 y el PRC es menor a 5 años, por lo cual se puede concluir que el proyecto es viable.

4. CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN

4.1. CONCLUSIONES

- El presente trabajo de investigación está dado por la problemática actual de monopolio del producto seleccionado por parte de las concesionarias Volkswagen, de tal manera que representa una oportunidad para ingresar al mercado con mejores estrategias.
- La marca de repuestos OSSCA, es una marca con reconocimiento mundial, de tal manera que ha tenido un crecimiento considerable en los últimos años y prácticamente se encuentra en todo el mundo, lo cual es una garantía para el inversionista al contar con el respaldo de una marca de esta categoría.
- Se ha determinado que en el Ecuador el crecimiento del sector automotriz es acelerado como se muestran las estadísticas referenciales al tema, ello representa una clara oportunidad para la empresa.
- Las estrategias de mercado consideradas van acordes al mercado local, y a los factores de oferta y demanda, de tal manera que están determinadas para cubrir la mayor demanda posible y neutralizar a la competencia.
- Después de los cálculos financieros y los respectivos análisis se ha determinado que se cumple la factibilidad financiera por medio de los tres evaluadores utilizados, como son el VAN, TIR y PRC.

4.2. RECOMENDACIONES

- Es importante que el inversionista tenga en cuenta siempre el respaldo de una marca reconocida, de esta forma podrá vender un producto de calidad y con garantía que es lo más importante para la fidelización de los clientes.
- Es primordial que el presente proyecto sea puesto en marcha, ya que en la actualidad el sector automotriz está en crecimiento, además que el campo de importación de repuestos genéricos en la marca Volkswagen es relativamente nuevo por lo cual representa una excelente oportunidad para poner empresas de este tipo.
- Es de gran importancia que el inversionista cuente con personal altamente capacitado, además que debe adoptar las estrategias necesarias para cubrir el mercado no solo en el corto plazo, sino más bien con visión de crecimiento y de liderazgo en el mismo.
- Al tener una factibilidad demostrada en el presente estudio, se recomienda a los inversionistas poner en marcha el proyecto ya que puede ser una fuente de riqueza económica y de trabajo, además de ello la empresa puede proyectarse a futuro ya que tiene la oportunidad de crecimiento al ofrecer productos complementarios.

BIBLIOGRAFÍA

Alvarez, m., & José, D. (2009). *Manual de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa*.

Arguedas, R., & Nogueras, M. T. (2007). *Dirección y Gestión Financiera de Empresas*.
Editorial universitaria Ramón Areces.

Baca, G. (2007). *Evaluación de Proyectos*. México: McGrawHill/ Interamericana editores.

Backer, M., Jacobsen, I., & Ramires, P. (2006). *Un enfoque administrativo para la toma de decisiones*. México: McGraw – Hill.

Banco Central del Ecuador, B. (2012). *Informe Macroeconómico*. Quito.

Barreno, L. (2004). *Compendio de proyectos*. Quito.

Burns, A., & Bush, R. (2001). *Marketing research*. London: Prentice Hall.

Caldas, M. (2001). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito: Editorial Publicaciones H.

CORPAIRE. (2012). Quito.

David, F. R. (2008). *Conceptos de ADMINISTRACIÓN ESTRATÉGICA* (Decimo primera ed.). (S. Books and Words Solutions, Trad.) Mexico D.F.: Pearson.

Ecuador, F. (2012). *Informe del Instituto Español de Comercio Exterior*. Madrid.

Ecuador, P. d. (2001). *Decreto Ejecutivo N° 705*. Quito.

Estrada, P. (2004). *Como hacer Importaciones, Guía Práctica; Gerencial, y Operativa para realizar compras a nivel internacionalo*. Quito.

FLACSO. (2012). *Boletín de Análisis Sectorial y de MIPYMES*. Quito.

INEC. (2012). *Anuario de Transporte* . Quito.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2010). *Fundamentos de marketing* (Octava ed.). Mexico D.F., México: Pearson.

Lamb, C. W. (1998). *Marketing*. México: Thomson.

Oyarzun de la Iglesia, J. (1992). *Oyarzun de Laiglesia Javier.* "Los modelos de comercio internacional: un resumen histórico. México: McGraw Hill.

Pérez, Á. (08 de agosto de 2013). El parque automotor crece más que la población. *El Telégrafo*.

Sarmiento, R. (1998). *Contabilidad General*. Quito.

Telégrafo. (20 de Enero de 2013). *El Telégrafo*.

Telégrafo, E. (18 de Febrero de 2013). Ecuador Prioriza Proyectos Estratégicos. *El Telégrafo*.

Zapata, P. (1999). *Contabilidad General*. Colombia: Mc Graw Hill.

(s.f.). Obtenido de

<http://www.eumed.net/libros/2008c/426/Estrategia%20de%20promocion%20y%20publicidad.htm>

(s.f.). Obtenido de

<http://www.gestiopolis.com/canales/economia/articulos/42/conmercadhel.htm>

Registro Oficial , 196 (26 de enero de 2006).

Banco Central del Ecuador. (2013). Recuperado el 11 de noviembre de 2013, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo

Banco Central del Ecuador. (2013). Recuperado el 11 de noviembre de 2013, de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion_acumulada

Asociation, P. (2005). *Promonegocios*. Recuperado el 26 de febrero de 2014, de www.promonegocios.com

Compañías, S. d. (2012). *Superintendencia de Compañías*. Recuperado el 17 de 11 de 2012, de Superintendencia de Compañías: <http://www.supercias.gov.ec/consultas/inicio.html>

ANEXOS

ANEXO A

DISEÑO DE LA ENCUESTA

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA ACEPTACIÓN DE REPUESTOS AUTOMOTRICES VOLKSWAGEN POR PARTE DE UNA NUEVA IMPORTADORA DE REPUESTOS.

La presente encuesta tiene por objetivo conocer el grado de aceptación de repuestos Volkswagen importados desde la China, para lo cual se solicita responder con absoluta honestidad.

CUESTIONARIO

1. ¿Su vehículo Volkswagen ha requerido mantenimiento técnico y dentro de ello el cambio de algún componente por un repuesto?
Si ()
No ()
2. ¿Los mantenimientos mecánicos y cambios de repuestos usted lo realiza en una concesionaria Volkswagen o en su mecánico particular?
Concesionaria VW ()
Mecánico particular ()
3. ¿Cuándo su vehículo VW requiere algún repuesto, usted adquiere repuestos originales VW o adquiere repuestos genéricos?
VW ()
Genéricos ()
4. ¿Cuáles considera usted que son los tipos de repuestos que requiere su vehículo con mayor frecuencia?
Sistema de motor ()
Sistema de suspensión ()
Sistema de freno ()
Carrocería ()
5. ¿Si una empresa comercializadora de repuestos genéricos VW le ofreciera repuestos con características similares a un repuesto original, en factores como calidad, garantía, durabilidad y a un menor costo, estaría usted dispuesto a adquirir repuestos genéricos?
Si ()
No ()

6. ¿Cada qué tiempo considera usted que requiere su vehículo algún tipo de repuesto?(Incluye filtros de aceite y combustible)
- Semanal ()
- Quincenal ()
- Mensual ()
- Trimestral ()
- Semestral ()
7. ¿En qué rango de gasto se ubicaría su vehículo en cada mantenimiento?
- 1 – 20 usd ()
- 21 – 40 usd ()
- 41 – 60 usd ()
- 61 – 80 usd ()
- Más de 81 usd ()
8. ¿Por qué medio de comunicación preferiría usted conocer acerca de la venta y características de los repuestos que ofrecerá la empresa importadora y comercializadora de repuestos?
- Revistas ()
- Periódico ()
- Vallas ()
- Televisión ()
- Internet ()
9. ¿Cuáles son los atributos determinantes que usted valoraría más en un producto de esta naturaleza?
- Precio ()
- Calidad ()
- Origen ()
- Durabilidad ()

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO C

NOTA DE PEDIDO**No.****DV2014OSCCA001****IMPORTADOR: DANIELA VERGARA**

1723683940001

Av. Mariscal Sucre y Alonso de Angulo

TELEF 2527775

PERSONA DE CONTACTO: Daniela
Vergara

EMAIL: danielavg_89@hotmail.com

QUITO - ECUADOR

PROVEEDOR: OSSCA AUTO PARTS IMP & EXP CO.LTDComplex Building No.1, Dapeng Road,
Ouhai Economic Development Zone,
Wenzhou, China, 325014

TELEF: 0086-577-86732000

PERSONA DE CONTACTO: Señor. Kevin
Chen

EMAIL: ossca@wz.zj.cn

CIUDAD: Wenzhou

CHINA

Confirmación de Pedido: NUMERO DEL PEDIDO DEL EXTERIOR**FORMA DE PAGO:** GIRO DIRECTO**MONEDA DE****NEGOCIACION:** DÓLAR**VIA:** MARITIMA**PUERTO DE EMBARQUE:** WENZHOU**NEGOCIACION:** C+F**PAIS DE****ORIGEN:** CHINA**LUGAR DE LLEGADA:** QUITO - ECUADOR**PLAZO DE ENTREGA:** 27 de agosto de 2014

ITEM	CODIGO	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	CANT.	PRECIO UNIT	TOTAL
------	--------	-------------	-------------	-------	-------------	-------

PARTIDA 1 ARANCELARIA 4016.93.00.00 JUNTAS EMPAQUETADURAS O							PARTIDAS POR ITEM
1	051 103 483 A	GASKET FOR VALVE COVER	EMPAQUE TAPA VALVULAS	400	1.12	448.00	4016930000
2	036 103 383 Q	CYLINDER HEAD GASKET, φ77.5 MM	EMPAQUE CABEZOTE	100	5.85	585.00	4016930000
3	048 103 383 D	CYLINDER HEAD GASKET, 1.65MMφ83 MM	EMPAQUE CABEZOTE	100	5.85	585.00	4016930000
4	058 103 383 K	CYLINDER HEAD GASKET, φ82.5MM	EMPAQUE CABEZOTE	80	3.50	280.00	4016930000
5	06A 103 383 L	CYLINDER HEAD GASKET, 1.4MM,φ83.5MM	EMPAQUE CABEZOTE	80	6.21	496.80	4016930000
TOTAL UNID.				760			
					VALOR		3.15105263
					FOB	2,394.80	2

PARTIDA 2 ARANCELARIA: 8483.50.00.00-2 VOLANTES Y POLEAS INCLUIDOS LOS MOTORES							
6	036 109 119 Q	TOOTHED TIMING BELT	BANDA DE DISTRIBUCION	120	2.35	282.00	8483500000
7	036 109 243 S	TENSION PULLEY FOR TIMING BELT,D=φ60mm	POLEA TENSORA	60	10.50	630.00	8483500000
8	036 109 244 C	TENSION PULLEY FOR TIMING BELT,D=φ56MM	POLEA TENSORA	60	7.58	454.80	8483500000
9	030 109 243 K	TENSION PULLEY FOR TIMING BELT,D=φ61MM	POLEA TENSORA	40	6.00	240.00	8483500000
TOTAL UNID.				280			
					VALOR		
					FOB	1,606.80	

**PARTIDA
ARANCELARIA**
3 : 8409.99.99.00

8409.91.70.00

10	037 103 211 A	BREATHER TUBE FOR CYLINDER HEAD	DESFOGUE DE MOTOR	40	6.00	240.00	8409999900
11	038 103 601 NA	OIL SUMP	CARTER DE ACEITE	40	15.50	620.00	8409917000
12	034 105 701/8	ROD BEARING SET,STANDARD SIZE,WHIT OIL	CHAQUETAS DE BIELA	100	3.20	320.00	8409917000
13	034 105 707/8	ROD BEARING SET,0.25 OVERSIZE,WHIT OIL	CHAQUETAS DE BIELA	100	3.20	320.00	8409917000
14	034 105 713/8	ROD BEARING SET,STANDARD SIZE	CHAQUETAS DE BIELA	100	3.20	320.00	8409917000

TOTAL UNID.**380**
VALOR FOB 1,820.00
**PARTIDA
ARANCELARIA**
4 : 8409.99.99.00

15	028 103 171 B	FLANGE FOR CRANKSHAFT	SOPORTE RETENEDOR DEL CIGÜEÑAL	40	4.50	180.00	8409999900
16	038 103 085 G	OIL SEAL FOR CRANKSHAFT, ACM+PTFE,35x48	RETEN ARBOL DE LEVAS	120	1.20	144.00	8409999900
17	028 145 157 D	POWER STEERING PUMP	BOMBA DE DIRECCION HIDRAULICA	20	48.10	962.00	8409993000
18	06A 115 105	OIL PUMP	BOMBA DE ACEITE	20	12.00	240.00	8409993000
19	020 311 108 A	OIL SEAL FOR MAIN DRIVE SHAFT 8x14x4MM	RETENEDOR DE ACEITE	200	0.33	66.00	8409993000
20	020 311 113	OIL SEAL 21.9x40x8MM	RETENEDOR DE ACEITE	120	0.66	79.20	8409993000
21	058 115 105 C	OIL PUMP	BOMBA DE ACEITE	20	15.00	300.00	8409993000
22	1J0 422 154 H	POWER STEERING PUMP,90BAR	BOMBA DE DIRECCION HIDRAULICA	20	48.00	960.00	8409993000
23	1J0 422 371 C	POWER STEERING TANK	RECIPIENTE BOMBA HIDRAULICA	20	5.00	100.00	8409999900
24	1H0 422 371 C	POWER STEERING TANK	RECIPIENTE BOMBA HIDRAULICA	40	4.56	182.40	8409999900
25	020 498 085 G	REPAIR KIT FOR JOINT FLANGE,CYANACRYL	KIT REPARACION CAJA DE CAMBIOS	80	1.35	108.00	8409999900

TOTAL UNID.**700**
VALOR FOB 3,321.60

**PARTIDA
ARANCELARIA**
5 : 8413.19.00.00-0

26	030 121 005 N	WATER PUMP,27 TEETH	BOMBAS DE AGUA	40	10.80	432.00	841319000 0
27	036 121 005 E	WATER PUMP	BOMBAS DE AGUA	60	8.50	510.00	841319000 0
28	06A 121 011 L	WATER PUMP,23 TEETH	BOMBAS DE AGUA	40	7.65	306.00	841319000 0
29	026 121 005 H	WATER PUMP	BOMBA DE AGUA	80	6.50	520.00	841319000 0
30	037 121 132 E	WATER FLANGE	TOMA DE AGUA	80	1.50	120.00	840999300 0
31	06A 121 133 D	WATER FLANGE, ALUMINIUM	TOMA DE AGUA	200	1.05	210.00	840999300 0
32	037 121 144 H	WATER FLANGE	TOMA DE AGUA	40	1.65	66.00	840999300 0
33	06A 121 133 D	WATER FLANGE	TOMA DE AGUA	80	1.65	132.00	840999300 0
34	1J0 122 291 B	WATER FLANGE	TOMA DE AGUA	40	1.10	44.00	840999300 0
35	6Q0 122 291 F	WATER FLANGE	TOMA DE AGUA	40	1.38	55.20	840999300 0
36	032 121 110 B	THERMOSTAT 87/102	TERMOSTATO	60	1.35	81.00	903210000 0
37	056 121 113 D87	THERMOSTAT 87/102	TERMOSTATO	200	1.25	250.00	903210000 0
38	037 121 121 A	COOLING WATER FLANGE AT THERMOSTAT	TAPA DEL TERMOSTATO	80	0.65	52.00	903290100 0
39	055 121 121 F	COOLING WATER FLANGE AT THERMOSTAT	TAPA DEL TERMOSTATO	80	0.55	44.00	903290100 0

TOTAL UNID.
1120
**VALO
R FOB 2,822.20**

PARTIDA
6 ARANCELARIA: 8708.91.00.00-4 LAS DEMAS PARTES Y ACCESORIOS: RADIADORES Y SUS PARTES

40	377 121 253 B	RADIATOR,470x344x32MM	RADIADOR DE AGUA	100	15.80	1,580.00	8708910000
41	1 HM 121 253 R	RADIATOR,627x378x34MM	RADIADOR DE AGUA	60	22.00	1,320.00	8708910000
42	380 121 321	RADIATOR PRESSURE CAP,1.5BAR BLUE	RADIADOR DE AGUA	100	1.00	100.00	8708910000
43	171 121 407 E	EXPANSION TANK FOR RADIATOR	RECIPIENTE DE AGUA	80	2.89	231.20	8708910000
44	1H1 819 031 A	HEAT EXCHANGER LHD,234*156*42MM	RADIADOR DE CALEFACCION	40	5.15	206.00	8708910000

TOTAL UNID. 380

**VALOR
 FOB 3,437.20**

PARTIDA
7 ARANCELARIA: 8421.23.00.00-3 FILTROS PARA GASOLINA EN MOTORES ...

45	1K0 201 051 C	FUEL FILTER,D=55/61MM, H=164MM	FILTRO DE GASOLINA	200	6.10	1,220.00	8421230010
46	6Q0 201 511	FUEL FILTER WITHOUT PRESSURE REGULATOR	FILTRO DE GASOLINA	200	3.25	650.00	8421230010
47	1J0 201 801 H	ACTIVATED CHARCOAL CANISTER	CANISTER FILTRO	20	7.26	145.20	8421230090

TOTAL UNID. 420

**VALOR
 FOB 2,015.20**

PARTIDA
8 ARANCELARIA: 8421.31.00.00

48	036 129 620 C	AIR FILTER ELEMENT,419x187.5x31.50MM	FILTRO DE AIRE	80	2.65	212.00	8421310000
----	---------------	--------------------------------------	----------------	----	------	--------	------------

TOTAL UNID. 80

**VALOR
 FOB 212.00**

PARTIDA
9 ARANCELARIA: 8413.91.90.00

4016.93.00.00

49	037 129 761	CARBURETOR FLANGE	SOPORTE DEL CARBURADOR	40	3.25	130.00	8413919000
50	357 198 140 S	GASKET SET FOR WATER FLANGE	KIT CAUCHOS DE BOMBA	80	0.48	38.40	4016930000

TOTAL UNID. 120

**VALOR
 FOB 168.40**

PARTIDA							
10 ARANCELARIA: 8482.10.00.00							
8409.99.50.00							
8409.91.70.00							
51	085 141 181	SLEEVE FOR CLUTCH RELEASE BEARING	GUIA DE RULIMAN	40	1.50	60.00	8482100000
52	026 198 491	MAIN BEARING SET,STANDARD SIZE CASE	CHAQUETAS DE BANCADA	100	7.50	750.00	8409995000
53	056 198 453 A	MAIN BEARING SET,STANDARD SIZE, 0.25 MM	CHAQUETAS DE BANCADA	100	7.50	750.00	8409995000
54	058 109 601 C	INLET VALVE,D=27MM d=6MM L=105.1MM	VALVULAS DE MOTOR	80	2.00	160.00	8409917000
TOTAL UNID.				320		VALOR	
						FOB 1,720.00	

PARTIDA							
11 ARANCELARIA: 8409.99.99.00							
3926.90.30.00							
8708.80.20.00							
8708.50.19.00							
55	1J0 199 851 AA	SUPPORT REAR MANUAL GEARBOX	SOPORTE DE MOTOR	20	15.80	316.00	8409999900
56	6Q0 199 851 AB	SUPPORT REAR MANUAL GEARBOX	SOPORTE DE MOTOR	40	15.80	632.00	8409999900
57	811 412 365	THREAD RING FOR FRONT AXLE SHOCK ABSORBER	TUERCA DE AMORTIGUADOR	400	0.22	88.00	3926903000
58	1H0 407 151	WISHBONE,FRONT,WHIT BUSHINGS,LEFT	MESAS DE SUSPENSION	80	8.15	652.00	8708802000
59	1J0 407 151 B	WISHBONE,FRONT,WHIT BUSHINGS	MESAS DE SUSPENSION	80	9.50	760.00	8708802000
60	6N0 407 151 A	WISHBONE,FRONT,WHIT BUSHINGS	MESAS DE SUSPENSION	120	9.85	1,182.00	8708802000
61	857 407 181	RUBBER MOUNT FOR WISHBONE MODELS	BUJES DE MESA	200	0.98	196.00	8708802000
62	6Q0 407 183	RUBBER MOUNT FOR WISHBONE,D=65MM	BUJES DE MESA	200	2.53	506.00	8708802000
63	4D0 407 693 N	CONTROL ARM,REAR,WHIT BUSHINGS,LEFT	BUJES DE BRAZO DE SUSPENSION	20	19.80	396.00	8708802000
64	4D0 407 694 N	CONTROL ARM,REAR,WHIT BUSHINGS,LEFT,RIGHT	BUJES DE BRAZO DE SUSPENSION	20	19.80	396.00	8708802000
65	1H0 413 031 C	SHOCK ABSORBER,FRONT	AMORTIGUADOR	80	13.00	1,040.00	8708802000
66	321 407 283 A	AXLE BOOT FOR FRONT C.V. JOINT	BUJE MESAS DE SUSPENSION	120	1.10	132.00	8708802000
67	191 407 283	AXLE BOOT FOR FRONT C.V. JOINT,d1=36MM	BUJE MESAS DE SUSPENSION	120	1.10	132.00	8708802000
68	6N0 498 099	C.V.JOINT KIT,FRONT,OUTER	PUNTA HOMOCINETICA	40	10.50	420.00	8708802000
69	131 412 341	SPRING SEAT FOR STRUT	SOPORTE AMORTIGUADOR	80	0.89	71.20	8708802000
70	020 311 107 C	BUSHING FOR TRANSMISSION,D=φ14MM d=φ8MM	BUJE DE TRANSMISION	200	0.32	64.00	8708802000
71	8D0 498 998 S1 ALT	CONTROL ARM KIT,WITH CONNECTING RODS	KIT BRAZOS SUSPENSION	20	115.00	2,300.00	8708802000
72	1H0 422 831 B	STEERING GEAR PROTECTION BOOT,d1=10MM	GUARDAPOLVO DIRECCION	120	0.85	102.00	8708501900
73	1J0 498 203	AXLE BOOT KIT,FRONT,OUTER	GUARDAPOLVO PUNTA DE EJE	120	1.35	162.00	8708501900
74	171 498 203	AXLE BOOT KIT,d1=20MM,D2=75MM,H=83MM	GUARDAPOLVO PUNTA DE EJE	120	1.22	146.40	8708501900
TOTAL UNID.				2200		VALOR	
						FOB 9,693.60	

PARTIDA	CAJAS DE CAMBIO Y SUS PARTES:
12 ARANCELARIA: 8708.40.90.00-4	PARTES

75	1H0 411 105 A	COIL SPRING	ESPIRAL DELANTERO	40	5.80	232.00	8708409000
76	823 501 249	CAP FOR REAR AXLE BRAKE	TAPA GRASERO	200	0.15	30.00	8708409000
77	1J0 407 613 C	WHEEL HUB 40MM 5/100	MANZANA DELANTERA	40	5.87	234.80	8708409000
78	6N0 407 613	WHEEL HUB 35MM,4/100	MANZANA DELANTERA	40	7.00	280.00	8708409000
79	6Q0 407 621 AJ	WHEEL HUB ,D=127/72MM T=3M14x1.5 36TEETH	MANZANA DELANTERA	60	14.10	846.00	8708409000
80	1J0 501 477 A	WHEEL HUB,REAR AXLE,d=φ30MM,5/100	MANZANA POSTERIOR	60	12.80	768.00	8708409000
81	6X0 598 477	WHEEL HUB	MANZANA POSTERIOR	40	12.80	512.00	8708409000
82	6Q0 598 611	WHEEL HUB,REAR AXLE,D=120MM,d=28MM,H=63MM	MANZANA POSTERIOR	40	11.80	472.00	8708409000

TOTAL UNID. 520

VALOR FOB 3,374.80

PARTIDA	FRENOS Y SERVOFRENOS; SUS PARTES: LAS DEMAS PARTES
13 ARANCELARIA: 8708.30.29.00-3	

83	1H0 609 721	HAND BRAKE CABLE,L=1500MM	CABLE FRENO DE MANO	80	2.85	228.00	8708302900
84	1H1 721 335 A	CLUTCH CABLE,L=835MM	CABLE DE EMBRAGUE	60	5.60	336.00	8708931000
85	321 611 307 D	BRAKE OIL BOTTLE,INCLUDING CAP	RECIPIENTE LIQUIDO DE FRENO	80	1.75	140.00	8708302900

TOTAL UNID. 220

VALOR FOB 704.00

PARTIDA	LAS DEMAS PARTES Y ACC.: LOS DEMAS
14 ARANCELARIA: 8708.29.90.00-3	

86	1H6 827 571 E	REAR FLAP LOCK WITH KEYS	CERRADURA POSTERIOR	40	3.18	127.20	8708299000
87	191 837 061	DOOR LOCK CENTER WITH KEY	CILINDRO DE CERRADURA	80	0.58	46.40	8708299000
88	1H0 837 207	FRONT DOOR HANDLE,OUTER,LOCKABLE	MANIJA EXTERIOR	40	2.78	111.20	8708299000
89	1H6 857 147	GLOBE COMPARTMENT HANDLE	MANIJA DE GUANTERA	120	0.58	69.60	8708299000
90	1J1 857 501 H	REARVIEW MIRROR,LEFT	ESPEJO EXTERIOR	40	27.00	1,080.00	8708299000
91	1J1 857 502 H	REARVIEW MIRROR,RIGHT	ESPEJO EXTERIOR	40	14.50	580.00	8708299000

TOTAL UNID. 360

VALOR FOB 2,014.40

PARTIDA
15 ARANCELARIA: 8511.90.90.00
8413.91.90.00
8511.40.90.00
8413.30.99.00
8536.10.90.00
8536.20.90.00
87.08.29.90.00
8515.10.90.00
8415.10.90.00

92	028 903 018 A	ALTERNATOR,12V 90A	ALTERNADOR	10	55.00	550.00	8511909000
93	050 905 205 AP	DISTRIBUTOR	DISTRIBUIDOR	40	12.89	515.60	8413919000
94	051 905 207	DISTRIBUTOR CAP	TAPA DE DISTRIBUIDOR	120	1.25	150.00	8413919000
95	02A 911 023L	STARTER MOTOR,12V 1.1KW	MOTOR DE ARRANQUE	20	35.80	716.00	8511409000
96	330 911 023	STARTER MOTOR,12V 1.10KW 9 TEETH	MOTOR DE ARRANQUE	40	31.20	1,248.00	8511409000
97	1H0 919 051 AK	FUEL PUMP,COMPLETE WITH SENDER,3.0BAR	BOMBA DE COMBUSTIBLE	40	33.00	1,320.00	8413309900
98	1J0 919 506 M	ELECTRIC FAN CONTROL UNIT, 2V 30A 10P	RELAY	40	6.80	272.00	8536109000
99	1J0 945 511 D	BRAKE LIGHT SWITCH,4PINS	TROMPO DE STOP	80	1.35	108.00	8536209000
100	1J0 949 117	TURN SIGNAL LATERAL,L/R	LUNA DIRECCIONAL	80	1.00	80.00	8511909000
101	8L0 953 513 G	TURN SIGNAL SWITCH(NOT CRUISE CONTROL)	PALANCA DIRECCIONAL	40	8.80	352.00	8708299000
102	6N0 953 513	TURN SIGNAL SWITCH	PALANCA DIRECCIONAL	60	6.50	390.00	8708299000
103	165 959 455 AM	ELECTRIC FAN,250/150W Ø280MM	ELECTROVENTILADOR	20	12.50	250.00	8415109000
104	377 959 455 H	ELECTRIC FAN,180W Ø325MM	ELECTROVENTILADOR	40	19.50	780.00	8415109000
105	6Q0 959 455 J	ELECTRIC FAN,100W Ø290MM	ELECTROVENTILADOR	40	19.50	780.00	8415109000
106	6X0 959 455 C	ELECTRIC FAN,25/60W,Ø345MM	ELECTROVENTILADOR	40	19.50	780.00	8415109000
107	1J4 959 857	POWER WINDOW SWITCH	SWITCH VIDRIO ELECTRICO	20	6.85	137.00	8511909000
108	357 919 149	DISTANCE SENSOR	SENSOR DE VELOCIDAD	40	1.65	66.00	8511909000
109	1H0 959 139 B	PRESSURE SWITCH FOR AIR CONDITIONER	TROMPO AIRE ACONDICIONADO	40	2.95	118.00	8536209000
110	6N0 947 563	CONTACT SWITCH FOR HANDBRAKE CONTROL	PULSADOR DE PUERTA	200	0.85	170.00	8511909000
111	013 945 415	SWITCH FOR BACK UP LIGHT,2P,M18x1.5	TROMPO DE FRENO	120	0.65	78.00	8536209000

TOTAL UNID.

1130

VALOR
FOB 8,860.60

TOTAL UNID. 1....15**8,990****VALOR****F O B****44,165.60****FLETE****2,350.00****TOTAL****C+F****46,515.60**

ANEXO D

LISTA DE EMPAQUE

OSSCA AUTO PARTS IMP & EXP CO.LTD

Complex building No.1, Dapeng Road, Ouhai Economic Development Zone, Wenzhou

PACKING LIST

SHIPPING MARKS: DV2014OSSCA001

INVOICE NO. DV2014OSSCA001

DATE: 16-Jun-14

PAYMENT: GIRO DIRECTO

ITEM	CODIGO	DESCRIPCIÓN	DESCRIPCIÓN	CANT	PESO BRUTO	PESO NETO
				.	KGS.	KGS.

1/15 CAJA (47*30*13 CM)

14.51 15.31

1	051 103 483 A	GASKET FOR VALVE COVER	EMPAQUE TAPA VALVULAS	400	7.64	8.06
2	036 103 383 Q	CYLINDER HEAD GASKET, φ 77.5 MM	EMPAQUE CABEZOTE	100	1.91	2.01
3	048 103 383 D	CYLINDER HEAD GASKET, 1.65MM φ 83 MM	EMPAQUE CABEZOTE	100	1.91	2.01
4	058 103 383 K	CYLINDER HEAD GASKET, φ 82.5MM	EMPAQUE CABEZOTE	80	1.53	1.61
5	06A 103 383 L	CYLINDER HEAD GASKET, 1.4MM, φ 83.5MM	EMPAQUE CABEZOTE	80	1.53	1.61

TOTAL 760

2/15 CAJA (41*37.5*30.5 CM)

23.25 24.00

13	036 109 119 Q	TOOTHED TIMING BELT	BANDA DE DISTRIBUCION	120	9.96	10.29
14	036 109 243 S	TENSION PULLEY FOR TIMING BELT,D=φ60mm	POLEA TENSORA	60	4.98	5.14
15	036 109 244 C	TENSION PULLEY FOR TIMING BELT,D=φ56MM	POLEA TENSORA	60	4.98	5.14
16	030 109 243 K	TENSION PULLEY FOR TIMING BELT,D=φ61MM	POLEA TENSORA	40	3.32	3.43

TOTAL 280

3/15 CAJA (52*40*32 CM)

14.00 14.80

3	037 103 211 A	BREATHER TUBE FOR CYLINDER HEAD	DESFOGUE DE MOTOR	40	1.47	1.56
9	038 103 601 NA	OIL SUMP	CARTER DE ACEITE	40	1.47	1.56
10	034 105 701/8	ROD BEARING SET,STANDARD SIZE,WHIT OIL	CHAQUETAS DE BIELA	100	3.68	3.89
11	034 105 707/8	ROD BEARING SET,0.25 OVERSIZE,WHIT OIL	CHAQUETAS DE BIELA	100	3.68	3.89
12	034 105 713/8	ROD BEARING SET,STANDARD SIZE	CHAQUETAS DE BIELA	100	3.68	3.89

TOTAL 380

4/15 CAJA (136*34*40 CM)

49.00 52.00

1	028 103 171 B	FLANGE FOR CRANKSHAFT	SOPORTE DEL RETENEDOR DE CIGÜEÑAL	40	2.80	2.97
2	038 103 085 G	OIL SEAL FOR CRANKSHAFT, ACM+PTFE,35x48	RETEN ARBOL DE LEVAS	120	8.40	8.91
38	028 145 157 D	POWER STEERING PUMP	BOMBA DE DIRECCION HIDRAULICA	20	1.40	1.49
17	06A 115 105	OIL PUMP	BOMBA DE ACEITE	20	1.40	1.49
46	020 311 108 A	OIL SEAL FOR MAIN DRIVE SHAFT 8x14x4MM	RETENEDOR DE ACEITE	200	14.00	14.86
47	020 311 113	OIL SEAL 21.9x40x8MM	RETENEDOR DE ACEITE	120	8.40	8.91
111	058 115 105 C	OIL PUMP	BOMBA DE ACEITE	20	1.40	1.49
60	1J0 422 154 H	POWER STEERING PUMP,90BAR	BOMBA DE DIRECCION HIDRAULICA	20	1.40	1.49
61	1J0 422 371 C	POWER STEERING TANK	RECIPIENTE BOMBA HIDRAULICA	20	1.40	1.49
62	1H0 422 371 C	POWER STEERING TANK	RECIPIENTE BOMBA HIDRAULICA	40	2.80	2.97
64	020 498 085 G	REPAIR KIT FOR JOINT FLANGE,CYANACRYL	KIT REPARACION CAJA DE CAMBIOS	80	5.60	5.94

TOTAL 700

5/15 CAJA (152*39*47 CM)

79.81 80.61

18	030 121 005 N	WATER PUMP,27 TEETH	BOMBAS DE AGUA	40	2.85	2.88
19	036 121 005 E	WATER PUMP	BOMBAS DE AGUA	60	4.28	4.32
20	06A 121 011 L	WATER PUMP,23 TEETH	BOMBAS DE AGUA	40	2.85	2.88
110	026 121 005 H	WATER PUMP	BOMBA DE AGUA	80	5.70	5.76
25	037 121 132 E	WATER FLANGE	TOMA DE AGUA	80	5.70	5.76
26	06A 121 133 D	WATER FLANGE, ALUMINIUM	TOMA DE AGUA	200	14.25	14.39
27	037 121 144 H	WATER FLANGE	TOMA DE AGUA	40	2.85	2.88
28	06A 121 133 D	WATER FLANGE	TOMA DE AGUA	80	5.70	5.76
33	1J0 122 291 B	WATER FLANGE	TOMA DE AGUA	40	2.85	2.88
34	6Q0 122 291 F	WATER FLANGE	TOMA DE AGUA	40	2.85	2.88
21	032 121 110 B	THERMOSTAT 87/102	TERMOSTATO	60	4.28	4.32
22	056 121 113 D87	THERMOSTAT 87/102	TERMOSTATO	200	14.25	14.39
23	037 121 121 A	COOLING WATER FLANGE AT THERMOSTAT	TAPA DEL TERMOSTATO	80	5.70	5.76
24	055 121 121 F	COOLING WATER FLANGE AT THERMOSTAT	TAPA DEL TERMOSTATO	80	5.70	5.76

TOTAL 1120

6/15 CAJA (135*60*47 CM)

67.7 68.5

29	377 121 253 B	RADIATOR,470x344x32MM	RADIADOR DE AGUA	100	17.82	18.03
30	1 HM 121 253 R	RADIATOR,627x378x34MM	RADIADOR DE AGUA	60	10.69	10.82
31	3B0 121 321	RADIATOR PRESSURE CAP,1.5BAR BLUE	RADIADOR DE AGUA	100	17.82	18.03
32	171 121 407 E	EXPANSION TANK FOR RADIATOR	RECIPIENTE DE AGUA	80	14.25	14.42
77	1H1 819 031 A	HEAT EXCHANGER LHD,234*156*42MM	RADIADOR DE CALEFACCION	40	7.13	7.21

TOTAL 380

7/15 CAJA (84*60*48 CM) 64.00 64.80

44						
45	1K0 201 051 C	FUEL FILTER,D=55/61MM, H=164MM	FILTRO DE GASOLINA	200	30.48	30.86
106	6Q0 201 511	FUEL FILTER WITHOUT PRESSURE REGULATOR	FILTRO DE GASOLINA	200	30.48	30.86
	1J0 201 801 H	ACTIVATED CHARCOAL CANISTER	CANISTER FILTRO	20	3.05	3.09

TOTAL 420

8/15

CAJA (49*49*45.5 CM) 15.00 17.00

35						
	036 129 620 C	AIR FILTER ELEMENT,419x187.5x31.50MM	FILTRO DE AIRE	80	15.00	17.00

TOTAL 80

9/15

CAJA (49*49*45.5 CM) 23.80 24.6

36						
39	037 129 761	CARBURETOR FLANGE	SOPORTE DEL CARBURADOR	40	3.25	130.00
	357 198 140 S	GASKET SET FOR WATER FLANGE	KIT CAUCHOS DE BOMBA	80	0.48	38.40

TOTAL 120

10/15

CAJA (49*49*45.5 CM) 26.00 26.80

37						
40	085 141 181	SLEEVE FOR CLUTCH RELEASE BEARING	GUIA DE RULIMAN	40	3.25	3.35
41	026 198 491	MAIN BEARING SET,STANDARD SIZE CASE	CHAQUETAS DE BANCADA	100	8.13	8.38
105	056 198 453 A	MAIN BEARING SET,STANDARD SIZE, 0.25 MM	CHAQUETAS DE BANCADA	100	8.13	8.38
	058 109 601 C	INLET VALVE,D=27MM d=6MM L=105.1MM	VALVULAS DE MOTOR	80	6.50	6.70

TOTAL 320

11/15

3 CAJAS (70*45*35 CM)

1,168.40 1,169.20

42						
43	1J0 199 851 AA	SUPPORT REAR MANUAL GEARBOX	SOPORTE DE MOTOR	20	10.62	10.63
109	6Q0 199 851 AB	SUPPORT REAR MANUAL GEARBOX	SOPORTE DE MOTOR	40	21.24	21.26
48	811 412 365	THREAD RING FOR FRONT AXLE SHOCK ABSORVER	TUERCA DE AMORTIGUADOR	400	212.44	212.58
49	1H0 407 151	WISHBONE,FRONT,WHIT BUSHINGS,LEFT	MESAS DE SUSPENSION	80	42.49	42.52
50	1J0 407 151 B	WISHBONE,FRONT,WHIT BUSHINGS	MESAS DE SUSPENSION	80	42.49	42.52
51	6N0 407 151 A	WISHBONE,FRONT,WHIT BUSHINGS	MESAS DE SUSPENSION	120	63.73	63.77
52	857 407 181	RUBBER MOUNT FOR WISHBONE MODELS	BUJES DE MESA	200	106.22	106.29
56	6Q0 407 183	RUBBER MOUNT FOR WISHBONE,D=65MM	BUJES DE MESA	200	106.22	106.29
57	4D0 407 693 N	CONTROL ARM,REAR,WHIT BUSHINGS,LEFT	BUJES DE BRAZO DE SUSPENSION	20	10.62	10.63
59	4D0 407 694 N	CONTROL ARM,REAR,WHIT BUSHINGS,LEFT,RIGHT	BUJES DE BRAZO DE SUSPENSION	20	10.62	10.63
65	1H0 413 031 C	SHOCK ABSORBER,FRONT	AMORTIGUADOR	80	42.49	42.52
66	321 407 283 A	AXLE BOOT FOR FRONT C.V. JOINT	BUJE MESAS DE SUSPENSION	120	63.73	63.77
100	191 407 283	AXLE BOOT FOR FRONT C.V. JOINT,d1=36MM	BUJE MESAS DE SUSPENSION	120	63.73	63.77
101	6N0 498 099	C.V.JOINT KIT,FRONT,OUTER	PUNTA HOMOCINETICA	40	21.24	21.26
102	131 412 341	SPRING SEAT FOR STRUT	SOPORTE AMORTIGUADOR	80	42.49	42.52
69	020 311 107 C	BUSHING FOR TRANSMISSION,D=φ14MM d=φ8MM	BUJE DE TRANSMISION	200	106.22	106.29
63	8D0 498 998 S1 ALT	CONTROL ARM KIT,WITH CONNECTING RODS	KIT BRAZOS SUSPENSION	20	10.62	10.63
67	1H0 422 831 B	STEERING GEAR PROTECTION BOOT,d1=10MM	GUARDAPOLVO DIRECCION	120	63.73	63.77
68	1J0 498 203	AXLE BOOT KIT,FRONT,OUTER	GUARDAPOLVO PUNTA DE EJE	120	63.73	63.77
	171 498 203	AXLE BOOT KIT,d1=20MM,D2=75MM,H=83MM	GUARDAPOLVO PUNTA DE EJE	120	63.73	63.77

TOTAL 2200

12/15

CAJAS (49.50*27.5*11.9 CM)

431.2 432.0

58						
70	1H0 411 105 A	COIL SPRING	ESPIRAL DELANTERO	40	66.34	33.23
53	823 501 249	CAP FOR REAR AXLE BRAKE	TAPA GRASERO	200	165.85	166.15
54	1J0 407 613 C	WHEEL HUB 40MM 5/100	MANZANA DELANTERA	40	33.17	33.23
55	6N0 407 613	WHEEL HUB 35MM,4/100	MANZANA DELANTERA	40	66.34	33.23
71	6Q0 407 621 AJ	WHEEL HUB ,D=127/72MM T=3M14x1.5 36TEETH	MANZANA DELANTERA	60	33.17	49.85
72	1J0 501 477 A	WHEEL HUB,REAR AXLE,d=φ30MM,5/100	MANZANA POSTERIOR	60	33.17	49.85
73	6X0 598 477	WHEEL HUB	MANZANA POSTERIOR	40	49.75	33.23
	6Q0 598 611	WHEEL HUB,REAR AXLE,D=120MM,d=28MM,H=63MM	MANZANA POSTERIOR	40	165.85	33.23
TOTAL				520		

13/15

CAJAS
(44*31*30
CM)

43.40 44.20

74						
76	1H0 609 721	HAND BRAKE CABLE,L=1500MM	CABLE FRENO DE MANO	80	15.78	16.07
75	1H1 721 335 A	CLUTCH CABLE,L=835MM	CABLE DE EMBRAGUE	60	11.84	12.05
	321 611 307 D	BRAKE OIL BOTTLE,INCLUDING CAP	RECIPIENTE LIQUIDO DE FRENO	80	15.78	16.07
TOTAL				220		

14/15

CAJAS
(77*56*30
CM)

88.00 88.80

78						
79	1H6 827 571 E	REAR FLAP LOCK WITH KEYS	CERRADURA POSTERIOR	40	9.78	9.87
80	191 837 061	DOOR LOCK CENTER WITH KEY	CILINDRO DE CERRADURA	80	19.56	19.73
81	1H0 837 207	FRONT DOOR HANDLE,OUTER,LOCKABLE	MANIJA EXTERIOR	40	9.78	9.87
82	1H6 857 147	GLOBE COMPARTMENT HANDLE	MANIJA DE GUANTERA	120	29.33	29.60
83	1J1 857 501 H	REARVIEW MIRROR,LEFT	ESPEJO EXTERIOR	40	9.78	9.87
	1J1 857 502 H	REARVIEW MIRROR,RIGHT	ESPEJO EXTERIOR	40	9.78	9.87
TOTAL				360		

15/15 ELÉCTRICO

2 CAJAS (36*29*26 CM)

658.88 659.68

84						
85	028 903 018 A	ALTERNATOR,12V 90A	ALTERNADOR	10	5.83	5.84
86	050 905 205 AP	DISTRIBUTOR	DISTRIBUIDOR	40	23.32	23.35
87	051 905 207	DISTRIBUTOR CAP	TAPA DE DISTRIBUIDOR	120	69.97	70.05
88	02A 911 023L	STARTER MOTOR,12V 1.1KW	MOTOR DE ARRANQUE	20	11.66	11.68
89	330 911 023	STARTER MOTOR,12V 1.10KW 9 TEETH	MOTOR DE ARRANQUE	40	23.32	23.35
90	1H0 919 051 AK	FUEL PUMP,COMPLETE WITH SENDER,3.0BAR	BOMBA DE COMBUSTIBLE	40	23.32	23.35
91	1J0 919 506 M	ELECTRIC FAN CONTROL UNIT, 2V 30A 10P	RELAY	40	23.32	23.35
92	1J0 945 511 D	BRAKE LIGTH SWITCH,4PINS	TROMPO DE STOP	80	46.65	46.70
93	1J0 949 117	TURN SIGNAL LATERAL,L/R	LUNA DIRECCIONAL	80	46.65	46.70
94	8L0 953 513 G	TURN SIGNAL SWITCH(NOT CRUISE CONTROL)	PALANCA DIRECCIONAL	40	23.32	23.35
95	6N0 953 513	TURN SIGNAL SWITCH	PALANCA DIRECCIONAL	60	34.98	35.03
96	165 959 455 AM	ELECTRIC FAN,250/150W Ø280MM	ELECTROVENTILADOR	20	11.66	11.68
97	377 959 455 H	ELECTRIC FAN,180W Ø325MM	ELECTROVENTILADOR	40	23.32	23.35
98	6Q0 959 455 J	ELECTRIC FAN,100W Ø290MM	ELECTROVENTILADOR	40	23.32	23.35
99	6X0 959 455 C	ELECTRIC FAN,25/60W,Ø345MM	ELECTROVENTILADOR	40	23.32	23.35
103	1J4 959 857	POWER WINDOW SWITCH	SWITCH DE VIDRIO ELECTRICO	20	11.66	11.68
104	357 919 149	DISTANCE SENSOR	SENSOR DE VELOCIDAD	40	23.32	23.35
107	1H0 959 139 B	PRESSURE SWITCH FOR AIR CONDITIONER	TROMPO DE AIRE ACONDICIONADO	40	23.32	23.35
108	6N0 947 563	CONTACT SWITCH FOR HANDBRAKE CONTROL	PULSADOR DE PUERTA	200	116.62	116.76
	013 945 415	SWITCH FOR BACK UP LIGHT,2P,M18x1.5	TROMPO DE FRENO	120	69.97	70.05

TOTAL 1130

TOTAL UNID. 1....15

8,990 2,766.95 2,782.30