

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL**

**ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN
COMERCIAL INTERNACIONAL**

TEMA: “Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

Trabajo de titulación previa a la obtención del
título de Ingeniero en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional

AUTOR: Nelson Patricio Suárez Carrillo

ASESOR: MSc. German Ruíz

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

CERTIFICADO

Certifico que el estudiante Suárez Carrillo Nelson Patricio con el número de cédula 0401006275 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “ Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

MSc. Germán Ruíz

Tulcán, 18 de Mayo del 2015

AUTORÍA DE TRABAJO.

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Comercio Exterior y Negociación Comercial de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial

Yo, Suárez Carrillo Nelson Patricio con cédula de identidad número 0401006275 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....
Nelson Patricio Suárez Carrillo
Tulcán, 18 de Mayo del 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo, Suárez Carrillo Nelson Patricio, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, 18 de Mayo del 2015

Nelson Patricio Suárez Carrillo
CI 0401006275

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a todos y cada uno mis familiares, que me supieron apoyar tanto moral y económicamente, como también a todos los docentes de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de la facultad de Comercio Exterior, por brindarme la confianza y todos sus conocimientos adquiridos con la debida paciencia, gracias por saberme aconsejar cuando cometí tropiezos aprendiendo de ellos, para así avanzar por el camino correcto en mi vida profesional y social.

Al MSc German Ruíz, por ser mi tutor de tesis ya que es una persona que brinda amistad, apoyo, comprensión y preocupación y sobre todo sus vastos conocimientos.

De igual forma a todos y cada uno de mis compañeros que a lo largo de la carrera me han brindado su apoyo para conseguir un logro propuesto que es culminar la carrera Universitaria.

Nelson Patricio Suárez Carrillo

DEDICATORIA.

Dedico el desarrollo de este proyecto de tesis de grado, primeramente a Dios, por darme la sabiduría, salud para poder llegar a culminar la carrera, a mis padres, hermanos, docentes y demás personas que han puesto un granito de arena y han estado siempre a mi lado apoyándome en los buenos y malos momentos, tanto moralmente e intelectualmente, con sus conocimientos aportando positivamente para lograr que el desarrollo de este proyecto cumpla con los objetivos propuestos.

Nelson Patricio Suarez Carrillo

ÍNDICE GENERAL

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO.....	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE GENERAL.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	x
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xi
RESUMEN EJECUTIVO.....	- 1 -
ALLIPACH UCHILLAYACHISHKAYUYAY.....	- 3 -
INTRODUCCIÓN.....	- 4 -
I. EL PROBLEMA.....	- 5 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 5 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	- 6 -
1.3. DELIMITACIÓN.....	- 6 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 7 -
1.5. OBJETIVOS.....	- 8 -
1.5.1. OBJETIVO GENERAL.....	- 8 -
1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	- 8 -
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	- 9 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 9 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.....	- 12 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.....	- 13 -
2.3.1. METODOLOGÍAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN.....	- 14 -
2.3.2. VOCABULARIO TÉCNICO.....	- 14 -
2.4. IDEA A DEFENDER.....	- 16 -
2.5. VARIABLES.....	- 17 -
III. METODOLOGÍA.....	- 17 -
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 17 -
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	- 18 -
3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 20 -
3.3.1. POBLACIÓN CANTÓN TULCÁN.....	- 20 -
3.3.2. MUESTRA.....	- 20 -
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.....	- 22 -
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 24 -
3.5.1. INFORMACIÓN PRIMARIA.....	- 24 -
3.5.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA.....	- 24 -
3.5.3. RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA OFERTA.....	- 25 -
3.5.4. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LA DEMANDA.....	- 25 -
3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	- 26 -
3.6.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PAÍS DE DESTINO.....	- 44 -
3.6.2. ANÁLISIS DEL MERCADO DEMANDA.....	- 55 -
3.6.3. ANÁLISIS SITUACIONAL DE ESTADOS UNIDOS.....	- 71 -
3.6.3.2.1. TRATADOS Y CONVENIOS ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ECUADOR.....	- 72 -
3.6.3.2.2. TRÁMITES ARANCELARIOS PARA LA EXPORTACIÓN EN LOS ESTADOS UNIDOS.....	- 72 -
3.6.3.2.3. BALANZA COMERCIAL DE ESTADOS UNIDOS.....	- 73 -
3.6.3.2.4. BALANZA ESTADOS UNIDOS CON ECUADOR.....	- 74 -

3.6.3.2.5.	ECONOMÍA DE ESTADOS UNIDOS	- 75 -
3.6.3.2.6.	POSICIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO EN ESTADOS UNIDOS....	- 76 -
3.6.4.	PRODUCTO, MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.....	- 78 -
3.6.5.	ANÁLISIS FODA DE LA IMPORTADORA SUÁREZ CIA. LTDA.	- 81 -
3.6.6.	PROYECCIONES DEL ESTUDIO	- 86 -
3.6.7.	VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER	- 91 -
IV.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 91 -
4.1.	CONCLUSIONES	- 91 -
4.2.	RECOMENDACIONES	- 92 -
V.	PROPUESTA	- 94 -
5.1.	PROPUESTA	- 94 -
5.2.	JUSTIFICACIÓN	- 94 -
5.3.	OBJETIVOS	- 95 -
5.3.1.	OBJETIVO GENERAL	- 95 -
5.3.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	- 95 -
5.4.	MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 95 -
5.4.1.	ESTUDIO TÉCNICO	- 95 -
5.4.2.	ESTUDIO LOGÍSTICO	- 121 -
5.4.3.	ESTUDIO FINANCIERO	- 131 -
VI	BIBLIOGRAFÍA.....	- 138 -
	LINKOGRAFÍA	- 139 -
VII.	ANEXOS.....	- 143 -

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 DELIMITACIÓN	- 6 -
TABLA 2 TEORIAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN	- 13 -
TABLA 3 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE LA DEMANDA	- 25 -
TABLA 4 EMPAQUE EMBALAJE Y ETIQUETADO	- 49 -
TABLA 5 SISTEMA DE TRANSPORTE BASADO EN SALIDA DESDE EL PUERTO MARÍTIMO DE ESTADOS UNIDOS	- 52 -
TABLA 6 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO-POAM	- 54 -
TABLA 7 NIVEL DE ACEPTACIÓN DE PRODUCTOS	- 58 -
TABLA 8 CAPITULO 87: VEHÍCULOS AUTOMÓVILES, TRACTORES, VELOCÍPEDOS Y DEMÁS VEHÍCULOS TERRESTRES, SUS PARTES Y ACCESORIOS	- 61 -
TABLA 9 PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES DEL PRODUCTO	- 62 -
TABLA 10 IMPORTACIONES POR ECUADOR DESDE EL MUNDO	- 64 -
TABLA 11 EXPORTACIONES DEL PRODUCTO: 8708.99. 99.90 LAS DEMAS PARTES Y ACCESORIOS DE VEHÍCULOS AUTOMÓVILES	- 65 -
TABLA 12 PRINCIPALES COMPETIDORES A NIVEL MUNDIAL DE ACCESORIOS PARA AUTOS	- 66 -
TABLA 13 CONSUMO NACIONAL APARENTE	- 68 -
TABLA 14 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN	- 69 -
TABLA 15 CONSUMO PER CÁPITA	- 69 -
TABLA 16 DEMANDA INSATISFECHA DEL PROYECTO	- 69 -
TABLA 17 CAPITULO 87: VEHÍCULOS AUTOMÓVILE, TRACTORES, VELOCÍPEDOS Y DEMÁS VEHÍCULOS TERRESTRES, SUS PARTES Y ACCESORIOS	- 76 -
Tabla 18 FACTORES SOCIOECONÓMICOS DE ESTADOS UNIDOS	- 77 -
TABLA 19 OFERTA EXPORTABLE DE ACCESORIOS DECORATIVOS PARA AUTOS	- 81 -
TABLA 20 ANÁLISIS FODA	- 82 -
TABLA 21 PROYECCIÓN DE EXPORTACIONES DE ACCESORIOS DECORATIVOS AUTOS	- 87 -
TABLA 22 PROYECCIÓN DE IMPORTACIONES	- 88 -
TABLA 23 PROYECCIÓN DE IMPORTACIÓN DE ACCESORIOS PARA AUTOS	- 88 -
TABLA 24 DEMANDA EFECTIVA	- 89 -
TABLA 25 PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS	- 99 -
TABLA 26 MARCO LEGAL DEL PROYECTO	- 101 -
TABLA 27 ÁREA DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DESPACHO	- 104 -
TABLA 28 DATOS BÁSICOS DEL PRODUCTO	- 121 -
TABLA 29 CÁLCULO DEL CUBICAJE	- 123 -
TABLA 30 ESTIMACIÓN EN VENTAS	- 123 -
TABLA 31 TRANSPORTE INTERNO	- 124 -
TABLA 32 DOCUMENTACIÓN	- 125 -
TABLA 33 COSTOS BANCARIOS	- 125 -
TABLA 34 FLETE INTERNACIONAL	- 126 -
TABLA 35 PAGOS ADUANEROS	- 126 -
TABLA 36 AGENTES	- 127 -
TABLA 37 INCOTERMS	- 128 -
TABLA 38 MATRIZ GENERAL	- 129 -
TABLA 39 MATRIZ GENERAL	- 130 -
TABLA 40 ACTIVOS FIJOS	- 131 -
TABLA 41 CAPITAL DE OPERACIÓN	- 131 -
TABLA 42 GASTOS DE CONSTITUCIÓN	- 132 -
TABLA 43 INVERSIÓN INICIAL	- 132 -

TABLA 44 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO	- 132 -
TABLA 45 COSTOS DE PRODUCCIÓN.....	- 133 -
TABLA 46 GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	- 133 -
TABLA 47 GASTOS DE IMPORTACIÓN EN COMPRAS	- 134 -
TABLA 48 BALANCE GENERAL - CON FINANCIAMIENTO	- 134 -
TABLA 49 ESTADO DE RESULTADOS - CON FINANCIAMIENTO	- 135 -
TABLA 50 FLUJO DE EFECTIVO NETO - CON FINANCIAMIENTO.....	- 136 -
TABLA 51 PUNTO DE EQUILIBRIO CON FINANCIAMIENTO	- 137 -
TABLA 52 PRECIO REFERENCIAL.....	- 172 -
TABLA 53 PRECIO INTERNACIONAL.....	- 173 -
TABLA 54 DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES.....	- 173 -
TABLA 55 OFERTA EXPORTABLE	- 174 -

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 BALANZA COMERCIAL DE ECUADOR CON EL MUNDO.....	- 47 -
GRÁFICO 2 EMPAQUE Y EMBALAJE	- 50 -
GRÁFICO 3 NIVEL DE ACEPTACIÓN DE PRODUCTOS.....	- 59 -
GRÁFICO 4 PRINCIPALES COMPETIDORES.....	- 67 -
GRÁFICO 5 FORMA DE DISTRIBUCIÓN DE ACCESORIOS DECORATIVOS PARA AUTOS EN TULCÁN ECUADOR	- 71 -
GRÁFICO 6 BALANZA COMERCIAL DE ESTADOS UNIDOS	- 74 -
GRÁFICO 7 BALANZA ESTADOS UNIDOS CON ECUADOR.....	- 75 -
GRÁFICO 8 DEMANDA EFECTIVA	- 90 -
GRÁFICO 9 VISTA SATELITAL DE UBICACIÓN	- 96 -
GRÁFICO 10 MICROLOCALIZACIÓN	- 97 -
GRÁFICO 11 TAMAÑO DE LA EMPRESA	- 98 -
GRÁFICO 12 DESPACHO DE LA MERCADERIA.....	- 99 -
GRÁFICO 13 EMPAQUE Y EMBALAJE	- 100 -

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO 1 ENCUESTA PARA EL CONSUMIDOR	- 143 -
ANEXO 2 ENCUESTA PARA EL DISTRIBUIDOR.....	- 146 -
ANEXO 3 PROYECCION DE LAS EXPORTACIONES DE ACCESORIOS DECORATIVOS PARA AUTOS	- 149 -
ANEXO 4 PROYECCION DE IMPORTACIONES DE ACCESORIOS PARA AUTOS	- 154 -
ANEXO 5 CONSUMO NACIONAL APARENTE	- 159 -
ANEXO 6 OFERTA EXPORTABLE DE ACCESORIOS PARA AUTOS.....	- 160 -
ANEXO 7 PROYECCION DE LA POBLACION Y CONSUMO PER CÁPITA	- 160 -
ANEXO 8 CONSUMO PER CÁPITA	- 161 -
ANEXO 9 DISTRIBUIDORES DE ACCESORIO	- 162 -
ANEXO 10 FOTOGRAFIAS.....	- 163 -
ANEXO 11 LISTA PRECIOS DE ACCESORIOS DE ESTADOS UNIDOS.....	- 168 -

RESUMEN EJECUTIVO.

La presente investigación nace al identificar una insuficiencia básica de accesorios decorativos para autos de Estados Unidos para la zona Urbana del cantón Tulcán provincia del Carchi- Ecuador, por el cual surge la oportunidad de trabajo y generación de ingresos para la Importadora Suarez Cía. Ltda.; que se ha visto involucrada en esta actividad, con la única finalidad de abastecer a los distribuidores de la zona de Tulcán aspecto fundamental que determina la importación de accesorios decorativos.

Dicho estudio, se ha realizado tomando en cuenta variables como la comercialización de accesorios decorativos para autos, al igual que la demanda insatisfecha por cubrir en el mercado de Tulcán - Ecuador, en consecuencia los accesorios son muy demandados en esta localidad, principalmente por distribuidores y consumidores que tienen la necesidad de adquirirlos especialmente si son de Estados Unidos que cuentan con una gran variedad de accesorios decorativos; además los distribuidores no cuentan con una empresa que sea constante en el momento de la entrega de la mercadería, surge la oportunidad de proveerles ya que estos productos son de alta calidad y durabilidad aprovechando que los distribuidores conocen muy bien los gustos y preferencias de los consumidores en la zona urbana de Tulcán.

De igual manera esta investigación ha tomado muy cuenta diversos aspectos tales como el ingreso al mercado con una nueva empresa de accesorios decorativos para autos, el precio, promoción, calidad, durabilidad, entrega a tiempo, buen servicio y abastecimiento constante, garantizado a los distribuidores una entrega segura y personalizada cumpliendo así con el objetivo propuesto generando seriedad, responsabilidad con productos novedosos duraderos y económicos.

Establecer una logística adecuada para ahorrar tiempo y dinero. Generando un valor agregado, estimulando estrategias de comercialización e impulsando el comercio en la ciudad de Tulcán.

ABSTRACT

This research comes as a basic failure of decorative accessories for cars United States for Urban Area Canton province Carchi- Tulcán Ecuador, which arises for the job opportunity and income generation for the Importing Co. Suarez. Ltda; which has been involved in this activity for the sole purpose of supplying dealers area Tulcán fundamental aspect that determines the Importation of decorative accessories.

This study has been carried out taking into account variables such as the marketing of decorative accessories for cars, as well as unmet filled on the market Tulcán - Ecuador, on the other accessories are in high demand in this locality, mainly by distributors and consumers who have a need to acquire especially if the United States; therefore do not have a company that is consistent in the delivery of the goods, which provide the opportunity arises because these products are high quality and durability distributors therefore very familiar with the tastes and preferences of consumers in the urban area of Tulcán.

Similarly, this research has taken very account various aspects such as market entry with decorative car accessories, price, promotion, quality, durability, delivery on time, good service and constant supply distributors guaranteed safe delivery set times, qualified personnel, this is the main objective of the company ensuring reliability, durable and economical responsibility innovative products.

Increasing imports of American decorative accessories to be known products internationally organizing adequate logistics to save time and money. Generating added value, stimulating marketing strategies and promoting trade in the city of Tulcán.

ALLIPACH UCHILLAYACHISHKAYUYAY

Kunanvi imaskaywna wacharin shinallata juyaila churachicuna carrownapa Estados Unidos shinallata zona urbana cunapa canton Tulcán provincia del Carchi- Ecuador maypimi shuc poshtu tian yaiwicuna shuk Importadora Suarez Cia. Ltda. Maypi paiwna riwnata churin shinaiwnapi.

Nishka yachana, ray ruranata yachaycuna yachana tawka casasta yatun nakunata ychaichikpa juyaycuna chay anta chay shina shinallata ita chay kayachik na muñaskca chayta cuydana, mercado Tulcan Ecuador chay ladoma yachachik pay may kayachik kaypushtupi jatuna ucupi, cay pimeropi chay ruruna ucu randidurcuna ministerishka oportunidad kachana yachay antacuna yatun allí rurashka kawsayta kawsanga kay kuna rurashka riksín allí rishpa allí kachishka riksinga randi rurkuna chay pushtupi zona urbana Tulcan.

Wa igual rurashka kay yachayta kay yachakunata allí cuentata allí kachishka mushuk casas runa allí shamushka kay mercadoma shuk antacuna allí Inma anta precio viashisca allí rurashkata kuna kawsayta kawsana yuyaylla allí makitacuna allí yugshichu cutin cutin allí rurashka Inma rurashkata entrega allí pacha chay tiempopi chay cashcata chay cuna jatun.

Apu cay pacta chinapacha jatun ruragiku pacta chinapacha rurashkata mushuk cosasta parak y varatolla tanda chiska tacochana ministerishkanata allí cosasta Estados Unidos chay rurashka riksichun apamuna imasha apamuna pacha allchina pacha kushky imasha apamuna jatun juyashka ruranacuna shukta shukta jatuna mirachishpa jatunata llakta junata Tulcán.

INTRODUCCIÓN

En el mercado Ecuatoriano principalmente en la provincia del Carchi, zona urbana del cantón Tulcán existe la demanda de accesorios decorativos para autos debido al incremento paulatino de vehículos en los últimos años y a una insuficiencia básica de accesorios decorativos para autos de Estados Unidos por consiguiente se llegó a determinar durante el desarrollo de la investigación de acuerdo a los gustos y preferencias de los consumidores y distribuidores. A continuación se analiza muy detalladamente cada capítulo para poder cumplir con la realización de la tesis propuesta.

En el capítulo I se hace referencia al planteamiento y formulación del problema, delimitación, justificación, objetivos generales y específicos de la investigación.

En el capítulo II se desarrolló antecedentes investigativos, la fundamentación legal por la que se basa el proyecto, marco teórico, idea a defender y variables de investigación.

En el capítulo III se aplica el método como modalidad de investigación, tipos de investigación, población y muestra de la investigación, como también operacionalización de variables, plan de recolección de información, procesamiento análisis e interpretación de resultados que justifican la propuesta de comercialización.

En el capítulo IV se efectúa conclusiones y recomendaciones de todo el estudio de mercado, identificando elementos claves para la toma de decisiones de la puesta en marcha del proyecto.

Finalmente en el capítulo V tiene por objeto analizar la factibilidad del proyecto partiendo de la macro y micro localización de la empresa, la logística del proceso de comercialización y por último el análisis financiero lo cual determinara los beneficios que se obtendría con la ejecución del proyecto

I. EL PROBLEMA

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Los accesorios decorativos para autos están orientados para propietarios de todo tipo de vehículos sin importar a que estrato social pertenezcan; ellos siempre van a destinar una parte de sus ingresos al mejoramiento de la estética de los automotores. Sin embargo la inexistencia de un distribuidor de productos americanos en la ciudad de Tulcán, ocasiona que el consumidor ecuatoriano adquiera productos provenientes de otros países de menor calidad.

De acuerdo con el último censo desarrollado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, [INEC] (2010) la provincia del Carchi tiene una importante actividad económica, principalmente en el sector comercial. Existen alrededor de 277 establecimientos que desarrollan actividades en la provincia entre estos se encuentran almacenes y negocios donde se pueden adquirir este tipo de productos, los mismos que no cuentan con stock de productos americanos debido a la ausencia de importadores.

Según los propietarios de los principales locales comerciales de la ciudad de Tulcán; el desconocimiento de la normativa en materia de Comercio Exterior y la falta de recursos económicos para la realización de importaciones desde países como Estados Unidos, han imposibilitado la comercialización directa de accesorios decorativos, partes y piezas para vehículos en el ámbito local y nacional reduciendo sus ingresos y utilidades.

El crecimiento vehicular en los últimos años en la ciudad de Tulcán aumenta considerablemente debido al aumento salarial de las personas en esta ciudad, de acuerdo con la información proporcionada del “ministerio de trabajo el sueldo básico para el año 2015 es de 354 USD.” (Ministerio de Trabajo, 2015, pag.1).

Los consumidores ecuatorianos tienen que adquirir producto de menor calidad y precios económicos proveniente de países como: China, Taiwán,

Colombia entre otros, mismos que no cumplen con las expectativas de los clientes. En comparación con los productos americanos cuyas características son superiores en calidad y durabilidad.

El factor tecnológico es uno de los principales problemas para los propietarios de locales comerciales, especialmente de accesorios de vehículos ya que no conocen la manera de cómo realizar negociaciones con otros proveedores nacionales o peor aún del exterior. Necesariamente teniendo que abastecerse de producto común negándose la posibilidad de tener una mayor diversidad de Importadores. (SATHIRI, 2011, Pág. 6).

En Tulcán los pocos distribuidores mayoristas encargados de cubrir el mercado de accesorios para autos de Estados Unidos no alcanzan a cubrir la demanda total del país. Los distribuidores de los locales comerciales de la ciudad de Tulcán revelan la falta de seriedad por parte de los principales importadores, generando retraso en las entregas, una disminución de los ingresos y hasta la pérdida del cliente.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

El insuficiente conocimiento de la demanda de accesorios decorativos para autos en la ciudad de Tulcán, limita la comercialización de este producto desde San Diego, California, EEUU.

1.3. DELIMITACIÓN

TABLA 1 DELIMITACIÓN

Objeto de Estudio:	Demanda de accesorios decorativos para autos.
Sujeto de Estudio:	Comercialización directa con minoristas.
Tiempo de Aplicación:	(12 meses).
Ubicación Geográfica:	Cantón Tulcán, provincia del Carchi, sector Urbano de la ciudad. Oferta: Importar desde San Diego- California EEUU.
Área de Conocimiento:	Comercio Exterior.
Grupo Social:	Minoristas de accesorios decorativos del Cantón Tulcán provincia del Carchi / Importadores de California Estados Unidos.

Fuente: Investigación
Elaborado por: Patricio Suárez C.

1.4. JUSTIFICACIÓN

El presente proyecto de comercialización de accesorios decorativos para autos desde San Diego – California EEUU, aspira convertirse en un importante instrumento en la comercialización de accesorios decorativos para autos porque permitirá cubrir en parte demanda existente en la ciudad de Tulcán.

En el ámbito profesional el desarrollo de este proyecto es importante porque permitió aplicar los conocimientos y herramientas en materia de comercio exterior; cumpliendo con las formalidades, leyes y reglamentos ajustables a este tipo de productos en el Ecuador. De la misma forma podría generar mayores ingresos al Estado por concepto de importaciones, incentivando la realización de un comercio justo y competitivo.

En ámbito académico este proyecto incentivará la investigación de nuevos mercados internacionales de los cuales se podrán adquirir nuevos conocimientos y ejecutar negociaciones mucho más amplias y duraderas, que beneficien al cliente con un producto de calidad y durabilidad a precios justos.

En el plano personal el proyecto constituye un importante incentivo y una herramienta de trabajo a futuro gracias al alta demanda existente de accesorios decorativos para autos en el mercado local.

Los beneficiarios de esta investigación serán los distribuidores locales quienes puedan aumentar sus ingresos, para así mejorar sus condiciones de vida. Por otra parte los consumidores potenciales se verán beneficiados ya que no tendrán que buscar accesorios para sus autos en otras provincias, dando como resultado el desarrollo continuo del sector para generar mayores fuentes de trabajo.

1.5. OBJETIVOS

1.5.1. OBJETIVO GENERAL

Determinar la demanda existente de accesorios decorativos para autos en la ciudad de Tulcán para ser comercializados desde San Diego – California EEUU.

1.5.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

- Sustentar teóricamente la demanda y el proceso de comercialización, de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos hacia Ecuador.
- Determinar la demanda del mercado de accesorios decorativos para autos de la ciudad de Tulcán por medio de una investigación de mercado definiendo el mercado efectivo.
- Realizar un estudio de factibilidad para la comercialización de accesorios decorativos para autos desde San Diego California-Estados Unidos, para cubrir parte de la demanda insatisfecha en la ciudad de Tulcán-Ecuador.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Existen trabajos relacionados que sirvió para la realización del proyecto a ejecutarse, tales como el proyecto de accesorios para vehículos “Importadora JR” de la ciudad de Quito. Plan estratégico de marketing para Auto lujos Importadora J.R. en la ciudad de Quito, (2007), autor: Jaramillo Marco Reina Becerra, Julio Andrés, institución: SANGOLQUÍ / ESPE / 2007 y fuente: Biblioteca Virtual de la ESPE

Importadora J.R tiene como objetivo principal la comercialización al por mayor y menor de lujos y accesorios de excelente calidad para el sector automotor, con los precios más competitivos en el mercado, que satisfagan las necesidades de los clientes. A través del estudio de factibilidad, Importadora J.R. importa sus productos de: China, Taiwán, Venezuela y Colombia es por esto que los costos de los accesorios son bajos, con esto se evita la entrada de intermediarios al proceso de adquisición de mercadería y se logra obtener un precio bajo.

Esto hace que la investigación sea muy importante porque existen posibles competidores pero de productos de baja calidad en este tipo de importaciones y por tal motivo, justifica la necesidad de abastecer al mercado con productos de Estados Unidos porque son de alta calidad a precios económicos para sustentarle de manera rigurosa y seria, en otras palabras científicamente.

PLAN DE MARKETING DE LA EMPRESA SPEED MACHINE, (2011)

Autor: Bryan Gómez, director: ing. Juan Lazcano, mba ingeniería comercial y fuente: universidad Tecnológica Israel tesis de grado previo a la obtención del título de ingeniería comercial Quito, (2011)

La Presente Tesis ha sido diseñada con el propósito de solucionar los problemas existentes en SPEED MACHINE empresa dedicada a la venta e instalación de audio - video y auto accesorios. Lo que se busca es mejorar la rentabilidad, así como la imagen corporativa de la misma desarrollando un plan estratégico de marketing adecuado y que sea consecuente con los ideales que persigue la empresa.

Al realizar el análisis situacional de la empresa se encontró que el sector automotriz es un mercado muy rentable debido al acelerado crecimiento de vehículos en la ciudad de Quito por este motivo es necesario e imprescindible implementar el plan de marketing a fin de crear una ventaja competitiva sobre las empresas rivales así como poder posesionar mejor la marca en el mercado. Los antecedentes de esta investigación nos ayudara para poder identificar las estrategias de mercado para poder realizar un plan estratégico de marketing y para poderlo adoptar al proyecto lo que nos será de mucha utilidad posesionar la marca en el mercado de Tulcán.

**PLAN DE MARKETING PARA EL LANZAMIENTO DE LA NUEVA
MARCA DE AMBIENTALES SCENT PUR EN EL SECTOR AUTOMOTRIZ
DE LA EMPRESA AUTORADIADOR S.A.**

Previo la obtención del título de ingeniera comercial y empresarial especialización en marketing, autora Emily Andrade Cajas, fuente Escuela Superior Politécnica del Litoral Guayaquil- ecuador 2009. Esta tesis es una oportunidad para la empresa Autorradiador S.A.; ya que su reto será diferenciarse del resto de sus competidores formales e informales y especialmente de sus competidores directos; que en la actualidad están preocupándose de hacer marketing y publicidad de estos productos.

La implementación de un plan de marketing para el lanzamiento de una nueva marca es la base primordial para que un producto tenga éxito en cualquier mercado en el que se proyecte. Por lo que la empresa debe determinar el objetivo principal que desea lograr para desde ahí desarrollar todo un sistema que le permita cumplir el objetivo trazado. De acuerdo con los antecedentes de esta tesis será de mucha utilidad para poder establecer estrategias de mercado para elaborar una estrategia de marketing para lograr adaptarlo al proyecto que será de gran ayuda para el mercado de Tulcán.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

TABLA 2 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución Política del Ecuador	Art. 33.- El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. Art. 52 La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores
Plan Nacional del Buen Vivir	Transformación del patrón de especialización de la economía, a través de la sustitución selectiva de importaciones.
Plan Regional Zona 1	Tiene como Objetivos Zonales producir bienes y servicios de alto valor agregado ricos en innovación y conocimiento. Estrategias de diversificación, productividad, transformación y democratización. Potencialidades de la Zona con un Mercado potencial por estar ubicado en zona de Frontera.
Código Orgánico de La Producción Comercio E Inversiones (COPCI)	Art. 4.- Fines; La presente legislación tiene, como principales, los siguientes fines d. Generar trabajo y empleo de calidad y dignos, que contribuyan a valorar todas las formas de trabajo y cumplan con los derechos laborales. f. Garantizar el ejercicio de los derechos de la población a acceder, usar y disfrutar de bienes y servicios en condiciones de equidad, óptima calidad y en armonía con la naturaleza. g. Incentivar y regular todas las formas de inversión privada en actividades productivas y de servicios, socialmente deseables y ambientalmente aceptables. p. Facilitar las operaciones de comercio exterior. s. Impulsar los mecanismos que posibiliten un comercio justo y un mercado transparente. t. Fomentar y apoyar la investigación industrial y científica, así como la innovación y transferencia tecnológica. g. Promover importaciones ambientalmente responsables. Art. 147.- Importación para el consumo, las mercancías importadas desde el extranjero pueden circular libremente en el territorio aduanero. (PRO-ECUADOR, 2014).
Acuerdo nacionales e internacionales, decisiones	Comité de comercio Exterior [Comex](2014)Articulo1. Las importaciones de vehículos terrestres sus parte, piezas y accesorios se clasifican en le capitulo 87y en las subpartida 9808.00.00.94 del arancel nacional de importaciones. Además basado en el literal b) se permite importación de partes, piezas y accesorios de los vehículos y demás vehículos terrestres siempre y cuando sean nuevos.

Fuente: Investigación

Elaborado por: Patricio Suárez C

2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

TABLA 2 TEORIAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN

TEORIA	AUTOR	CARACTERISTICAS	RELACION CON EL TEMA DE INVESTIGACION
Teoría del Ciclo de Vida del Producto	Raymond Vernon	<p>Afirma que la ubicación de la producción de ciertos tipos de productos cambia a medida que atraviesan por sus ciclos de vida que son: introducción, crecimiento, madurez y declinación.</p> <p>Las empresas desarrollan productos porque existe una necesidad en el mercado y un mercado inmediato para ellos.</p>	En este caso se obtendrá provecho de Estados Unidos para poder importar accesorios para vehículos hasta la ciudad de Tulcán.
Ventaja Absoluta	Adam Smith	<p>Afirma que las fuerzas del mercado y no los controles gubernamentales, deberían determinar la dirección, el volumen y la composición del comercio Internacional, bajo libre competencia.</p> <p>Cada nación debería especializarse en producir aquellos bienes en los cuales es más eficiente (tiene una ventaja absoluta).</p> <p>Cuando a un país le cuesta producir más un bien, es mejor comprarlo que intentar producirlo.</p>	Estados Unidos tiene ventaja absoluta con la elaboración de accesorios para autos ya que cuenta con la maquinaria necesaria y es más eficiente que Ecuador.
La nueva teoría del comercio internacional	Steinberg	<p>Cada nación producirá aquellos bienes en los que goce de una ventaja relativa y mediante el intercambio los distintos países se complementarán, sacarán provecho de sus diferencias.</p> <p>Las diferencias de recursos, capacidades de fuerza laboral y características del factor capital de los distintos países determinaran los patrones del comercio internacional.</p> <p>Una nación tendría que importar todos los bienes que no produce, para satisfacer sus necesidades.</p>	En este caso se obtendrá provecho de Estados Unidos para poder importar accesorios para vehículos hasta la ciudad de Tulcán, para poder comparar los precios con los competidores y obtener una ventaja relativa.

Fuente: Introducción al Comercio Internacional 2011

Elaborado por: Patricio Suárez C

2.3.1. METODOLOGIAS A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación se la ha realizado mediante un recorrido por diversas fuentes de información como son libros, publicaciones impresas existentes en la biblioteca de la UPEC, páginas Web y biblioteca Municipal de Tulcán, las cuales sirven de base para el desarrollo de la presente investigación. Además se utiliza el método in situ, porque permite conocer de primera mano los datos a través de la observación es de gran utilidad para esta investigación.

2.3.2. VOCABULARIO TÉCNICO

a. Demanda Insatisfecha

Para Juan Miranda, autor del libro “Gestión de Proyectos” en su página 102 nos manifiesta que “Existe demanda insatisfecha cuando la comparación de la demanda efectiva con la oferta proyectada en el mercado no están suficientemente atendidas” tal es caso de la cantidad de accesorios decorativos para autos que son importados de Estados Unidos cubrirán parte de la demanda requerida en Tulcán - Ecuador.

b. Oferta Exportable

Auto Parts Warehouse es la capacidad administrativa, económica y de gestión con la que cuenta la empresa para asegurar volúmenes de producción de forma continua, que los mercados demandan en la ciudad de Tulcán – Ecuador para satisfacer sus requerimientos.

c. Valor Agregado

El valor agregado de los accesorios decorativos para autos es proporcionar una muy buena atención, promocionar los productos con impulsadoras en los locales de distribución en particular los últimos detalles ser amables y eficientes.

d. Demanda.

Es la cantidad y calidad de accesorios decorativos para autos pueden ser adquiridos a precios del mercado con descuentos especiales para los distribuidores de la zona norte del cantón Tulcán-Ecuador de acuerdo con la cantidad de compra.

e. Oferta.

Es la cantidad de accesorios depende del monto de compra que la importadora Auto Parts Warehouse está dispuesta a ofrecer a diferentes precios y condiciones establecidos para poner en manos de los distribuidores para ser comercializados.

f. Importación.

En la importación de accesorios decorativos para autos serán realizados por vía marítima desde California Estados Unidos los cuales serán adquiridos por la empresa Suárez en Tulcán - Ecuador.

g. Mercado.

Lugar donde se llevan los productos para el intercambio de bienes o servicios entre individuos dentro de una negociación. En este caso el lugar en donde se reúnen los compradores y vendedores para efectuar sus operaciones comerciales es Estados Unidos.

h. Mercancía.

Productos ofrecidos en este caso accesorios decorativos para autos serán comprados a un precio determinado. En concreto, se trata de todas las labores consistentes en cargar, descargar y almacenar las mismas en los espacios habilitados para ello. De esta manera, estarán listas para cuando sean demandadas en el mercado del cantón Tulcán - Ecuador.

i. Precio.

Para Philip Kotler y Gary Armstrong, autores del libro "Fundamentos de Marketing", el precio es "la cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. En términos más amplios, el precio es la suma de los valores que

los consumidores dan a cambio de los beneficios de tener o usar el producto o servicio" el precio de los accesorios decorativos para autos depende de la negociación de las dos importadoras tanto la Importadora Auto Parts Warehouse como la importadora Suárez para llegar a un monto de dinero establecido de acuerdo con la negociación.

j. Producto.

Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", "El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseo". El producto de accesorios decorativos para autos ofrece al mercado la satisfacción de ser adquirido por ser de alta calidad y durabilidad para cubrir las necesidades personales de la zona norte del cantón Tulcán.

k. Accesorio.

Con este término se indica de forma general cualquier elemento o dispositivo que no forme parte del equipo normal o indispensable de un coche, para embellecer y mejorar los vehículos de la zona de Tulcán Ecuador.

l. Proveedores

El proveedor es de San Diego California - Estados Unidos que es la empresa encargada de proveer los accesorios decorativos para autos para la empresa en la zona Urbana del Cantón Tulcán – Ecuador.

2.4. IDEA A DEFENDER

El conocimiento de la demanda de accesorios decorativos para autos de la ciudad de Tulcán permitirá ser satisfecha en parte por la comercialización desde Estados Unidos.

2.5. VARIABLES

a. Variable Independiente

La demanda de accesorios decorativos para autos en la ciudad de Tulcán.

b. Variable Dependiente

Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos.

III. METODOLOGÍA

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El modelo de investigación cuantitativa, permitió la recolección de información primaria ya que es muy importante destacar que gracias a esta investigación se logró la aplicación de encuestas que consintieron en examinar de forma numérica y estadística la aceptación o rechazo de la hipótesis planteada, ajustada fundamentalmente en aspectos observables que garanticen la confiabilidad y valides de los datos obtenidos.

Este modelo de investigación cuantitativa suministro la medición numérica y estadística del proyecto de análisis de demanda insatisfecha de accesorios decorativos para autos en ciudad de Tulcán, así como de oferta de los mismos, por lo que es de gran importancia manejar datos estadísticos relacionados con las cantidades de producto demandado, índices económicos, mercado, entre otros. Las características cuantitativas del producto establecen las exigencias del cliente. (Tamayo y Tamayo, pág. 25 y 34, 2013)

Un análisis cualitativo presenta datos más ricos en contenido que requieren un análisis más detallado como necesidades, gustos, preferencias, características de la conducta de los consumidores, deseos externos y demás relacionados con el estado de ánimo de las personas.

De tal modo que en este proyecto se analizaron todas y cada una de las variables con el objetivo de determinar de manera eficaz y eficiente el nivel de aceptación de los accesorios decorativos para autos por parte de los distribuidores de la zona urbana del cantón Tulcán y por último el comportamiento del consumidor frente al producto. (Hernández y Fernández, 2013).

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

a. Investigación Aplicada

El tipo de investigación que se utilizó es la investigación aplicada ya que su propósito es mejorar un proceso, o solucionar problemas reales para poder conocer parámetros y porcentajes de la importación de accesorios decorativos. La investigación aplicada puede ayudar a tomar decisiones sobre lo siguiente, definir el precio de un nuevo producto, donde ubicar una nueva empresa, cuántos empleados es necesario contratar, cuántos productos ofrecer y cuánto pagar a los empleados.

La investigación aplicada fue utilizada para conseguir información que permita determinar la demanda en cantidad, calidad, forma de presentación, empaque, mercados, competidores y clientes. Tanto en Estados Unidos como en Tulcán – Ecuador.

En la investigación aplicada, tiende a solución de problemas o al desarrollo de ideas, a corto o mediano plazo, dirigidas a conseguir innovaciones, mejoras de procesos o productos, incrementos de calidad y productividad etc. En otras palabras, el énfasis de la investigación aplicada es la resolución práctica de problemas. (José Cegarra, 2011, pag.42)

b. Investigación Bibliográfica

Se requirió del uso de la investigación bibliográfica, en donde se recogió y analizó la información secundaria por medio de consultas en libros en las principales bibliotecas de la ciudad e internet. Toda investigación desde sus inicios merece ser analizada desde una fuente donde los investigadores sean capaces de realizar un primer contacto con la problemática y el contexto futuro que desean explicar y resolver. De manera que todos los estudios tienen un análisis previo por lo que siempre va a existir información que haga referencia al problema desde otra perspectiva, por lo que es aconsejable recurrir al internet, ya que en la actualidad resulta mucho más fácil y rápido acceder a fuentes lincográficas para familiarizarse con los distintos problemas del entorno, la cual marca el punto de inicio de los estudios científicos. (Hernández, 2009).

c. Investigación de Campo

Para el proyecto se utilizó este tipo de investigación por lo que se interrelacionó con las personas que intervienen en la comercialización de accesorios decorativos para autos, haciendo encuestas a los almacenes de venta de este tipo de productos y consumidores en el mercado de Tulcán.

De acuerdo con Ecured [Ecured] (2013), la investigación de campo es aquella en que el mismo objeto de estudio sirve como fuente de información para el investigador. Consiste en la observación, directa y en vivo, de cosas, comportamiento de personas, circunstancia en que ocurren ciertos hechos; por ese motivo la naturaleza de las fuentes determina la manera de obtener los datos.

Las técnicas usualmente utilizadas en el trabajo de campo para el acopio de material son: la encuesta y la fotografía; de acuerdo con el tipo de trabajo que se está realizando, puede emplearse una de estas técnicas o varias al mismo tiempo. Por lo tanto fue de muy buena ayuda para el desarrollo del

proyecto ya que se pudo interactuar directamente con las personas involucradas en el tema.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN

3.3.1. POBLACIÓN CANTÓN TULCÁN

La población del cantón Tulcán, es de 7 Km hacia el norte por la carretera panamericana, se encuentra el Puente Internacional de Rumichaca que es el sitio fronterizo con la República de Colombia, estableciéndose una población urbana muy reducida.

La Progresista ciudad de Tulcán es la capital de la Provincia, a pesar de que su área urbana es pequeña, posee el 47% de su población." la población del Cantón Tulcán es de 86.498 habitantes con una área Urbana de 53.558 habitantes." (Carchi; 2013)

La Población en la cual se centra esta investigación, la constituyen los distribuidores de accesorios decorativos para autos de la ciudad de Tulcán-Ecuador, en consecuencia se convierten en los demandantes de los accesorios decorativos; mientras que el proveedor de accesorios para autos de San Diego California – Estados Unidos es el comercializador directo.

3.3.2. MUESTRA

Por ser una cantidad limitada es necesario encuestar a todos los miembros de la población que se dedican a la compra y venta de accesorios decorativos de Tulcán que son 20 propietarios.

El cálculo del tamaño de la muestra es uno de los aspectos a concretar en las fases previas de la investigación comercial y determina el grado de credibilidad que concederemos a los resultados obtenidos. Una fórmula muy extendida que orienta sobre el cálculo del tamaño de la muestra para datos globales es la siguiente:

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N-1)) + k^2 * p * q}$$

N: es el tamaño de la población o universo (número total de posibles encuestados) 12277 automóviles de la ciudad de Tulcán.

k: es una constante que depende del nivel de confianza que asignemos. El nivel de confianza indica la probabilidad de que los resultados de nuestra investigación sean ciertos: un 95 % de confianza es lo mismo que decir que nos podemos equivocar con una probabilidad del 5%. Con un nivel de heterogeneidad del 50%.

Obteniendo como resultado de 373 encuestados que serán comerciados de la siguiente manera 20 a propietarios de almacenes que existen en la zona urbana de Tulcán y los 353 a propietarios de vehículos.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

IDEA A DEFENDER: El conocimiento de la demanda de accesorios decorativos para autos de la ciudad de Tulcán permitirá ser satisfecha en parte por la comercialización desde Estados Unidos.						
VARIABLES	INDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: DEMANDA	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	• Socioeconómicos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación del PIB en Ecuador? ¿Cuál es el índice inflacionario de Ecuador? ¿Cuál es el índice de riesgo país de Ecuador? ¿Cómo está constituida la población de Ecuador (Tulcán)? ¿Cuál es el índice de crecimiento de la población de Ecuador (Tulcán)? ¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes? 	ENCUESTA	Fichas	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
		• Políticos	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política comercial frente a las importaciones? ¿Cuál es la política económica frente a las importaciones? ¿Cuál es la balanza comercial? 			
		• Legales (medidas arancelarias, no arancelarias)	<ul style="list-style-type: none"> ¿Existen barreras arancelarias para la importación de accesorios decorativos para autos? ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de accesorios decorativos para autos? ¿Cuál es sistema de envase, empaque y embalaje requerido para comercializar el producto? Marcado 			
	• DEMANDA	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es el perfil del consumidor? Gustos, preferencias ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos ecuatorianos? 				
MERCADO	• OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación actual de las importaciones y exportaciones? ¿Existe producción nacional / local? ¿Cuál es la demanda insatisfecha? Este se lo mide con proyecciones ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? ¿Cuál es la competencia internacional? ¿Cuál es el Canal de distribución? 				
VARIABLES	INDICES	INDICADORES	ÍTEMES	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VD: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO	<ul style="list-style-type: none"> • Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias) • Factores socio económico Grupo ofertante 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la política económica / comercial de Estados Unidos? ¿Existen barreras arancelarias para la exportación de accesorios decorativos para autos de Estados Unidos? ¿Existen barreras no arancelarias para la exportación de accesorios decorativos para autos de Estados Unidos? ¿Cuál es la balanza comercial de Estados Unidos? ¿Cuál es la situación actual de Estados Unidos? ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante? 	Fichaje Observación (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas cuestionario	Internet: archivos, sitios web. Acervo documental

	PRODUCTO/ OFERTA	<ul style="list-style-type: none"> • Características del producto • Oferta exportable 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál son las características del producto? • ¿Cuáles son los proveedores del sector? • ¿Cuál es la oferta del sector productor en unidad de medida y tiempo para la exportación? Considerar el precio. • ¿Cuál es el nivel de aceptación para la exportación? 	Fichaje Observación Entrevista	Fichas Cuestionario	Productores
--	---------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------	------------------------	-------------

Fuente: Investigación.

Elaborado por: Patricio Suárez C.

3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

3.5.1. INFORMACIÓN PRIMARIA

La información fue obtenida mediante la investigación personalizada directamente por medio de un cuestionario (encuesta) a cada uno de los distribuidores de accesorios decorativos para autos el sector urbano de la ciudad de Tulcán, es decir poniendo énfasis a los locales comerciales que están directamente relacionados con el comercio y que están adquiriendo este tipo de accesorios decorativos para autos, la misma que es actual y real que fue desarrollada a través de la observación y la encuesta.

Con el objetivo de recolectar información adecuada que esté relacionada a la comercialización de este tipo de productos para poder relacionar con el mercado de Estados Unidos:

Las fuentes y técnicas para recolección de la información como los hechos o documentos a los que acude el investigador y que le permiten tener información. También señala que las técnicas son los medios empleados para recolectar información, Además manifiesta que existen: *fuentes primarias* y *fuentes secundarias*. Las *fuentes primarias* es la información oral o escrita que es recopilada directamente por el investigador a través de relatos o escritos transmitidos por los participantes en un suceso o acontecimiento, mientras que las *fuentes secundarias* es la información escrita que ha sido recopilada y transcrita por personas que han recibido tal información a través de otras fuentes escritas o por un participante en un suceso o acontecimiento. (Méndez, 1999, pag.143)

3.5.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

Habitualmente cuando se realiza trabajos de investigación, por lo general la información en la gran mayoría son limitados, para lo cual es necesario buscar fuentes secundarias adecuadas como son periódicos, revistas, libros, páginas web o técnicas especializadas para este tipo de información.

Si la información es obtenida por medio de las páginas web, es necesario obtener datos instituciones reconocidas como PROECUADOR, INEC, BCE, AEADE, o páginas de Estados Unidos, en donde en su gran mayoría brindan mayor accesibilidad para poder obtener datos actualizados y

confiables sobre el tema investigado como es el caso de accesorios decorativos para autos en la ciudad de Tulcán.

3.5.3. RECOLECCIÓN DE DATOS DE LA OFERTA

La recopilación de la información sobre la oferta es básicamente mediante la aplicación estructurada y ordenada, en donde se encuentra creada la metodología cualitativa y cuantitativa por medio del cual se ha procedido a la recopilación de la información confiable y muy válida.

3.5.4. RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN DE LA DEMANDA

Toda la recolección de la información se la realizó de manera personal, mediante visitas a los locales que distribuyen este tipo de accesorios para autos, como también de una manera personalizada a los consumidores de una forma directa por lo que se ha tomado el levantamiento de la información primaria por medio de encuestas, haciendo uso de la investigación de campo e investigaciones cualitativas y cuantitativas para efecto de este proyecto investigativo. La información recolectada es muy valiosa y permite diagnosticar el nivel de aceptación del proyecto en el mercado de la zona urbana de cantón Tulcán.

TABLA 3 PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN DE LA DEMANDA

ACTIVIDAD:	ACTORES:	DURACIÓN:	LUGAR:	LOCALIDAD DE APLICACIÓN:	FECHA:
1. Elaboración y aprobación de la encuesta.	Asesor del proyecto. Autor del proyecto.	Entre 1 y 2 días.	Tulcán, Ecuador	Tulcán zona urbana.	18/10/14
2. Movilización del encuestador.	Autor del proyecto.	3 días.	Tulcán.	Tulcán zona urbana.	21/11/14
3. Aplicación de la encuesta.	Autor del proyecto.	De 4 a 5 horas.	Distribuidores y consumidores	Tulcán zona urbana.	24/12/14

Elaborado por: Patricio Suárez C

3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Esta etapa se refiere a la interpretación de resultados obtenidos por medio de las encuestas realizadas a los distribuidores de la zona urbana del cantón Tulcán provincia del Carchi Ecuador los cuales se detallan a continuación:

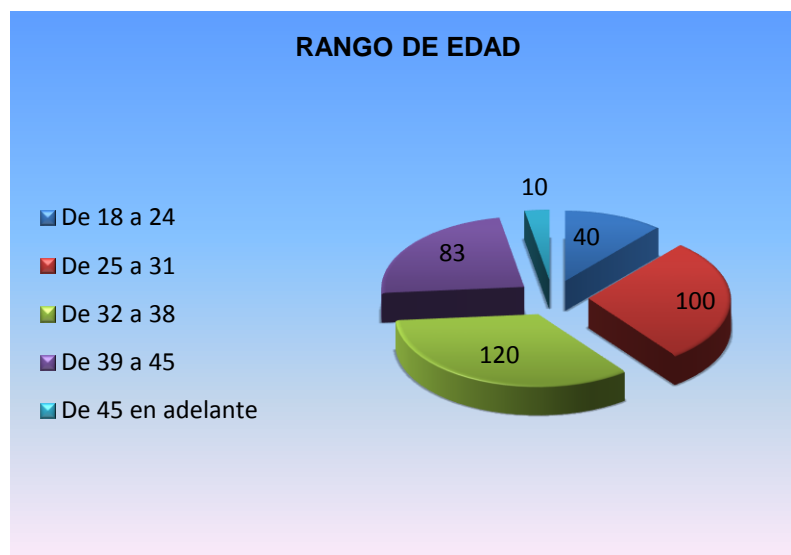
ENCUESTA PARA EL CONSUMIDOR

CUESTIONARIO

PERFIL DEL ENCUESTADO

1. ¿Entre que rango de edad se encuentra usted?

Variable	Cantidad	Porcentaje
De 18 a 24	40	11%
De 25 a 31	100	28%
De 32 a 38	120	34%
De 39 a 45	83	24%
De 45 en adelante	10	3%
Total	353	100%



Fuente: Propietarios de Vehículos de la Ciudad de Tulcán, 2014.

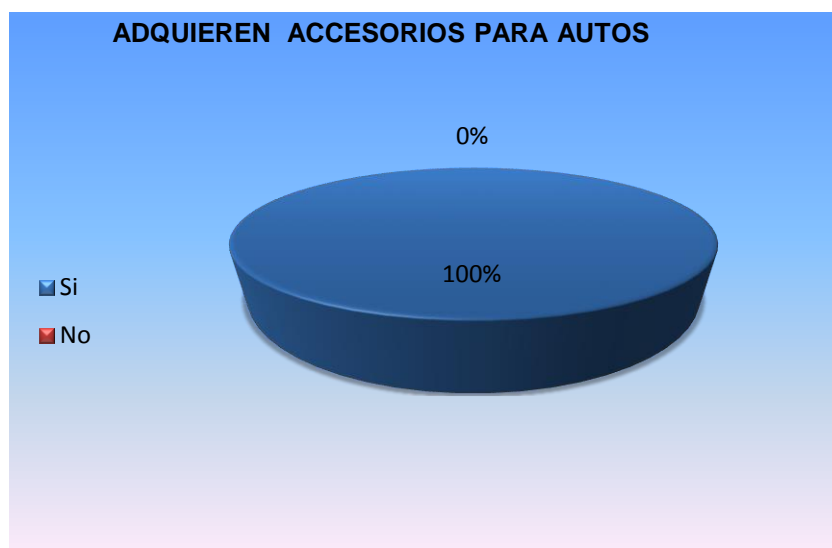
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 353 Personas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los consumidores encuestados se encuentran todos en el rango de 18 a 45 en adelante lo cual es muy importante determinar que el proyecto está dirigido a todos los consumidores sin distinción de estrato social y nos abre el panorama para poder direccionar los accesorios decorativos para autos así el mercado de Tulcán.

2. ¿Alguna vez usted ha adquirido accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	353	100%
No	0	0%
Total	353	100%



Fuente: Propietarios de Vehículos de la Ciudad de Tulcán, 2014.
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 353 Personas.

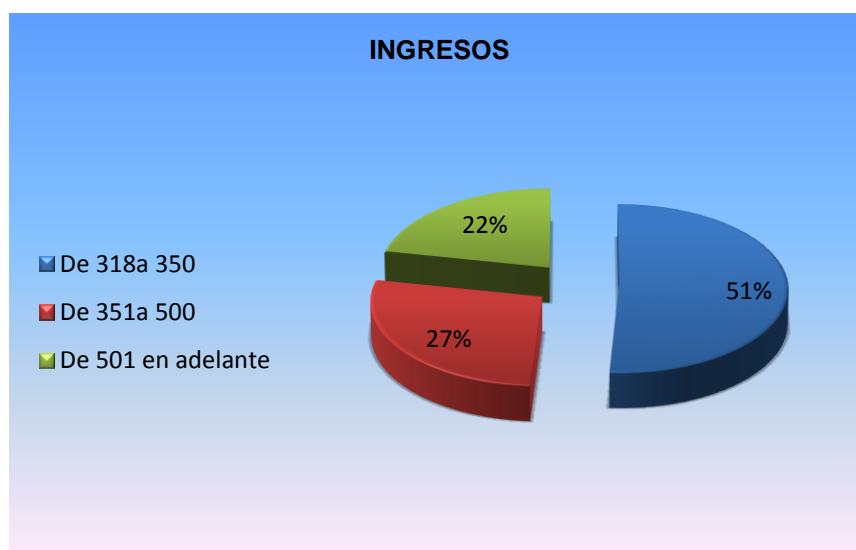
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Todas las personas manifestaron que si adquieren accesorios decorativos para autos de Estados Unidos, por ser productos de calidad y durabilidad lo que nos da la pauta para seguir avanzando con el proyecto y poder adquirir accesorios de San Diego – California Estados Unidos

introduciéndonos en el mercado de Tulcán de una manera ágil y oportuna por lo que es una ventaja para poder competir y ponerlo en marcha el proyecto.

3.- ¿Señale a continuación el rango en el que se ubica sus ingresos?

Variable	Cantidad	Porcentaje
De 318 a 350	180	51%
De 351 a 500	96	27%
De 501 en adelante	77	22%
Total	353	100%



Fuente: Propietarios de Vehículos de la Ciudad de Tulcán

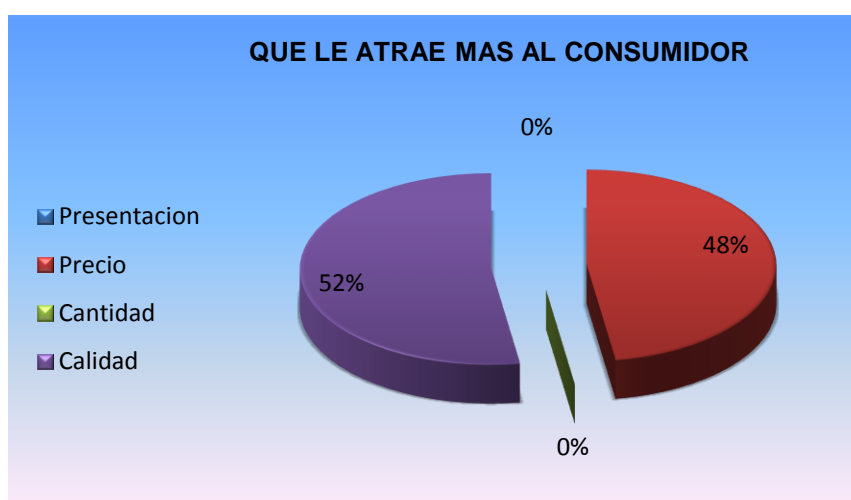
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 353 Personas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Se puede determinar que los ingresos por parte de las personas de la ciudad de Tulcán exclusivamente de la zona Urbana en su gran mayoría oscilan entre 318 y 350 USD, el 27% de las personas tienen ingresos hasta más de los 500 dólares, esto significa que las personas pueden adquirir accesorios decorativos para autos, lo cual es fuertemente importante para el proyecto para seleccionar los productos de mayor venta y a precios convenientes.

4. ¿De las siguientes características, que le atrae más al consumir accesorios decorativos para autos?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Presentación	0	0%
Precio	168	48%
Cantidad	0	0%
Calidad	185	52%
Otras	0	0%
Total	353	100%



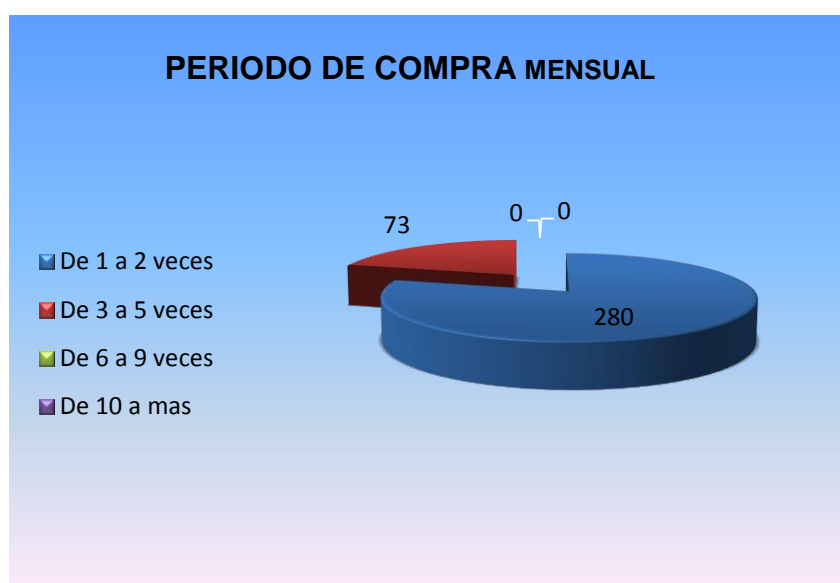
Fuente: Propietarios de Vehículos de la Ciudad de Tulcán, 2014.
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 353 Personas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Dentro de esta pregunta se puede establecer que la mitad de los consumidores buscan la calidad del producto y Estados Unidos es un buen mercado para elaborar productos de buena calidad. Mientras el resto se basa en el precio del producto que va a comprar, por lo cual los accesorios para autos cumplen con los requerimientos y estándares de calidad que aspiran los consumidores.

5. ¿De los siguientes períodos de tiempo en un mes, con qué frecuencia usted adquiere accesorios decorativos para autos?

Variable	Cantidad	Porcentaje
De 1 a 2 veces	280	79%
De 3 a 5 veces	73	21%
De 6 a 9 veces	0	0%
De 10 a mas	0	0%
Total	353	100%



Fuente: Propietarios de Vehículos de la Ciudad de Tulcán
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 353 Personas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En consecuencia más de las tres cuartas partes de las personas realiza sus compras de accesorios decorativos para autos al mes, es muy necesario identificar el orden de compra para poder realizar los pedidos a los exportadores en este caso Estados Unidos. Por tanto la cuarta parte restante prefiere los pedidos consecutivamente, entonces se valora y se planifica a los clientes para poder abastecer a todos y cada uno para lograr el objetivo propuesto que es abastecer todos los pedidos de manera ágil y en el tiempo establecido.

6. De los siguientes valores, ¿cuánto usted gasta en la compra de accesorios decorativos para autos?

Variable	Cantidad	Porcentaje
De 1 a 30 USD	150	43%
De 31 a 100 USD	98	28%
De 101 a 150 USD	65	18%
De 151 a mas	40	11%
Total	353	100%



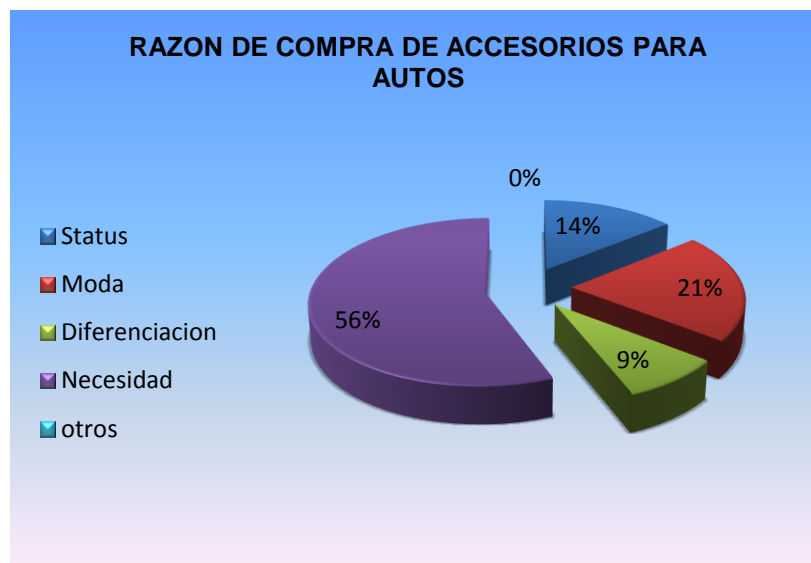
Fuente: Propietarios de Vehículos de la Ciudad de Tulcán,
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 353 Personas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Un amplio grupo de personas les gusta invertir en su auto por lo que es muy bueno, ya que son compradores que les gusta estar al tiempo con los nuevos tipos de accesorios que ingresan al mercado, el objetivo es llegar a todos los compradores sin excepción para lograr el éxito del proyecto con buenos precios, calidad y durabilidad garantizando un buen servicio.

7. ¿Porque compra accesorios decorativos para autos?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Status	50	14%
Moda	75	21%
Diferenciación	30	8%
Necesidad	198	56%
Otros	0	0%
Total	353	100%



Fuente: Propietarios de Vehículos de la Ciudad de Tulcán
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 353 Personas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor parte de consumidores efectúa sus compras de accesorios decorativos para autos por necesidad, otra parte por estar a la moda y la última parte prefiere el status, que no es más que describir la posición social que un individuo ocupa dentro de una sociedad. Por otro lado un reducido número tiene una diferenciación ante los demás les gusta tener sus autos muy bien conservados que los demás. Por lo tanto con los datos obtenidos se puede establecer que si existe aceptación de los accesorios para autos en todos los ámbitos establecidos en la ciudad de Tulcán.

8. De la siguiente lista, indique cuales son los productos de su preferencia.

Variable	Cantidad	Porcentaje
Ambientales	150	42%
Ambiental Spray	30	8%
Chicas Fresas	80	23%
Accesorios Adhesivos	20	6%
Cintas Decorativas	20	6%
Papel Polarizado	33	9%
Papel Reflectivo	20	6%
Otros	0	0%
Total	353	100%



Fuente: Propietarios de Vehículos de la Ciudad de Tulcán, 2014.
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 353 Personas

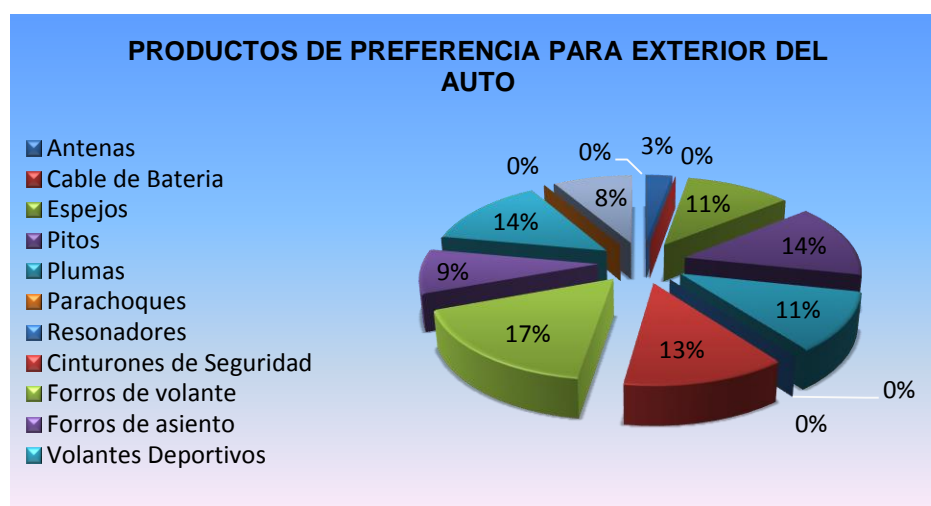
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Dentro de los productos que más prefieren los consumidores son los ambientales los cuales tienen muy buena acogida porque son productos diseñados para durar más que los demás, chicas fresas que son las más vendidas si son Americanas por su durabilidad en el olor esto es lo que las hace que tengan mayor acogida en el mercado, papel polarizado tiene una característica que sus componentes se adhieren al vidrio y son más difíciles de desprenderse ya que en Ecuador está prohibido de acuerdo con las leyes vigentes, luego comprenden los accesorios adhesivos, cintas decorativas, papel reflectivo. Todos estos productos se venden y las personas compran

de acuerdo con sus posibilidades, lo que es de gran valor adquirir estos productos para solventar en parte la demanda requerida.

9. Accesorios para el exterior del Vehículo

Variable	Cantidad	Porcentaje
Antenas	10	3%
Cable de Batería	0	0%
Espejos	40	11%
Pitos	50	14%
Plumas	40	11%
Parachoques	0	0%
Resonadores	0	0%
Cinturones de Seguridad	45	13%
Forros de volante	60	17%
Forros de asiento	30	9%
Volantes Deportivos	48	14%
Licuadoras	0	0%
Luces de Capo	30	8%
Otros	0	0%
Total	353	100%



Fuente: Propietarios de Vehículos de la Ciudad de Tulcán,
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 353 Personas.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

En cuanto a accesorios para el exterior del vehículo se puede establecer que en gran parte prefiere comprar forros de volante, otra parte volantes deportivos, pitos, cinturones de seguridad, espejos y plumas ya que

los materiales son de buena calidad y durables, además los forros de asiento que son hechos de materiales de alta calidad, como también las antenas son durables por su material muy bien elaborado. Por tanto los accesorios mencionados son los que se consumen en el mercado de Tulcán.

ENCUESTA PARA EL DISTRIBUIDOR

CUESTIONARIO

1.- ¿Sus distribuidores son nacionales o extranjeros?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Nacionales	20	100%
Extranjeros	0	0%
Total	20	100%



Fuente: Distribuidores de la Ciudad de Tulcán, 2014.
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 20 Locales.

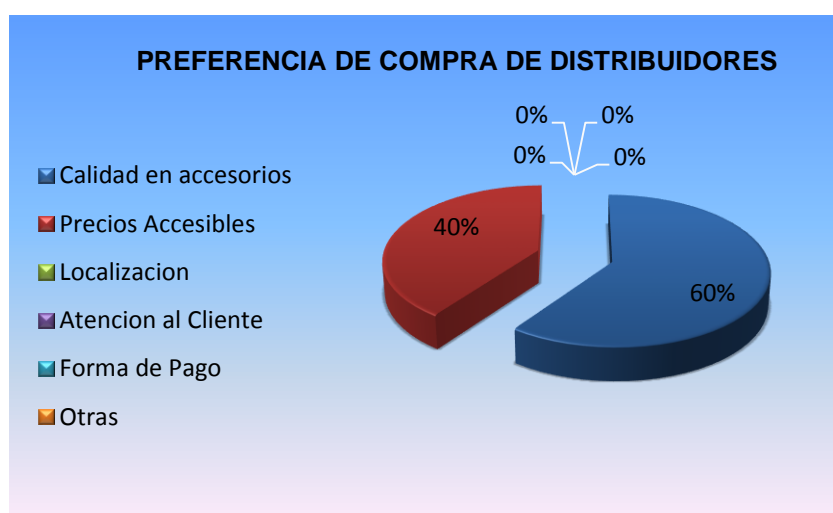
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Los distribuidores de la ciudad de Tulcán en su totalidad compran a empresas nacionales que importan de otros países como Japón, Korea, Colombia etc. y los productos Americanos son muy escasos por tanto los proveedores existentes no cubren toda la demanda y les falta abastecer el mercado de Tulcán en consecuencia es conveniente incorporar productos desde Estados Unidos de acuerdo con la línea de accesorios decorativos;

importar desde San Diego California-Estados Unidos garantizara la durabilidad y la calidad de los productos a precios cómodos en los tiempos establecidos.

2.- Porque prefiere comprar en los distribuidores marque con una X?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Calidad en accesorios	12	60%
Precios Accesibles	8	40%
Localización	0	0%
Atención al Cliente	0	0%
Forma de Pago	0	0%
Otras	0	0%
Total	20	100%



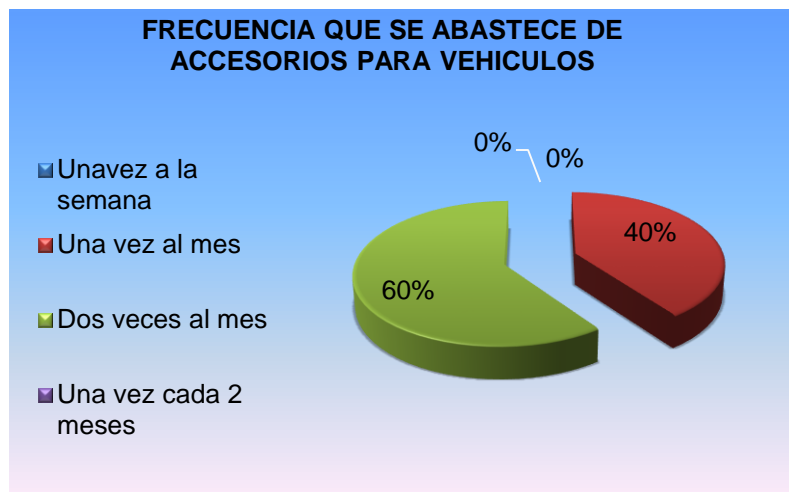
Fuente: Distribuidores de la Ciudad de Tulcán, 2014.
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 20 Locales.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Una amplia mayoría de locales encuestados prefieren comprar sus productos por la calidad mientras que el 40% restante se va por los precios accesibles que nos permite equilibrar el precio de nuestros productos con el mercado, creando la posibilidad de traer un buen producto a precios cómodos de una manera rápida y adecuada.

3.- ¿Con que frecuencia se abastece de accesorios para autos?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Una vez a la semana	0	0%
Una vez al mes	8	40%
Dos veces al mes	12	60%
Una vez cada 2 meses	0	0%
Total	20	100%



Fuente: Distribuidores de la Ciudad de Tulcán, 2014.
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 20 Locales.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los distribuidores manifestaron que definitivamente estarían dispuestos a abastecerse de forma quincenal que es muy factible para el proyecto esto quiere decir que se debe de realizar una logística para poder abastecer de manera permanente, por otro lado requieren el producto mensualmente ya que son clientes que son tomados en cuenta para realizar un coordinación de entrega y así cubrir en parte la demanda existente en Tulcán.

4.- De la siguiente lista, indique cuales son los productos que más se venden.

Variable	Cantidad	Porcentaje
Ambientales	3	15%
Ambiental Spray	3	15%
Chicas Fresas	3	15%
Accesorios Adhesivos	2	10%
Cintas Decorativas	2	10%
Papel Polarizado	4	20%
Papel Reflectivo	3	15%
Otros	0	0%
Total	20	100%



Fuente: Distribuidores de la Ciudad de Tulcán, 2014.

Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 20 Locales.

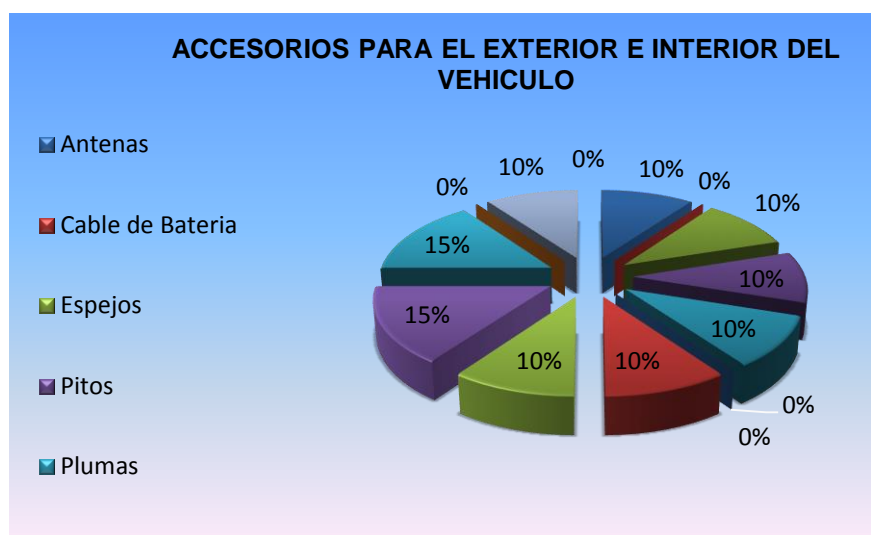
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Todos estos productos tienen mucha acogida por los consumidores de acuerdo a las versiones de los distribuidores, por lo que estos productos son los que se venden más y están generando mayor comercio en el mercado de Tulcán. Por tanto es de gran ayuda obtener esta información y datos para poder identificar que productos se pueden importar de forma segura, logrando

obtener accesorios que garanticen la durabilidad y calidad que los clientes lo requieren en el mercado de Tulcán a precios cómodos.

5.- Accesorios para el exterior e interior del Vehículo

Variable	Cantidad	Porcentaje
Antenas	2	10%
Cable de Batería	0	0%
Espejos	2	10%
Pitos	2	10%
Plumas	2	10%
Parachoques	0	0%
Resonadores	0	0%
Cinturones de Seguridad	2	10%
Forros de volante	2	10%
Forros de asiento	3	15%
Volantes Deportivos	3	15%
Licadoras	0	0%
Luces de Capo	2	10%
Otros	0	0%
Total	20	100%



Fuente: Distribuidores de la Ciudad de Tulcán, 2014.

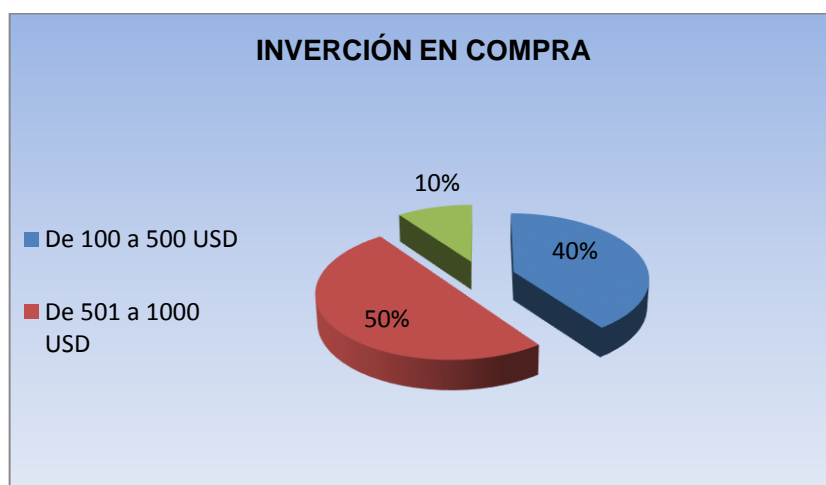
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 20 Locales.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La gran mayoría de productos son negociables por lo que es muy necesario identificar los productos mas vendidos, para poder importar manteniendo el mercado abastecido de producto variado por tanto nos abre el camino para escoger este tipo de productos para lograr establecer que los accesorios tengan mayor acogida en la ciudad de Tulcán especialmente en la zona Urbana.

6.- ¿Cuánto invierte en la compra de accesorios decorativos al mes?

Variable	Cantidad	Porcentaje
De 100 a 500 USD	8	40%
De 501 a 1000 USD	10	50%
De 1001 en adelante	2	10%
Total	20	100%



Fuente: Distribuidores de la Ciudad de Tulcán, 2014.

Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 20 Locales.

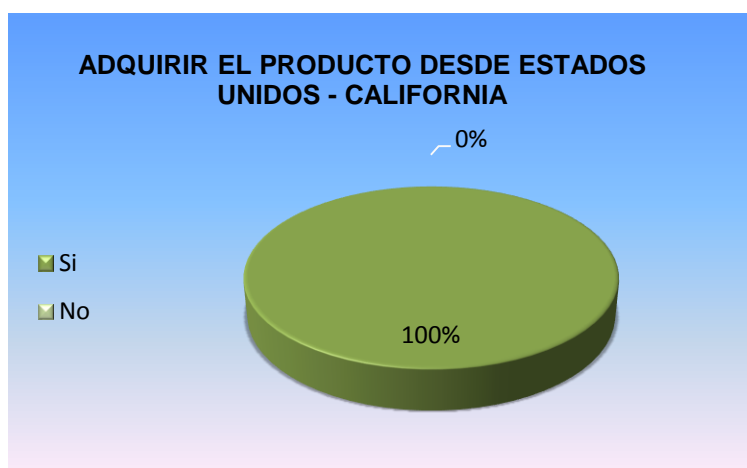
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Todos los distribuidores desean realizar sus pedidos de compra de 100 a 1001 USD en adelante de acuerdo con los datos obtenidos, creando la posibilidad de ingresar los accesorios decorativos para autos en el mercado de Tulcán. Entonces se puede establecer que los distribuidores cumplen un papel muy importante en el mercado al momento de realizar sus compras y

queda demostrado que los distribuidores si están en las posibilidades de adquirir los accesorios lo cual nos permite establecer parámetros de compra de accesorios decorativos para autos para zona de Tulcán- Carchi Ecuador.

7.- ¿Estaría dispuesto a adquirir los productos de otra empresa desde Estados Unidos?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	20	100%
No	0	0%
Total	20	100%



Fuente: Distribuidores de la Ciudad de Tulcán, 2014.
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 20 Locales.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Todos los distribuidores prefieren consumir los accesorios de Estados Unidos como son plumas en todas las dimensiones, forros de volante y aromatizantes porque son conocidos por su calidad y durabilidad por ende necesitan ser abastecidos y están dispuestos a adquirir los productos ya que son reconocidos a nivel mundial por tanto el Ecuador se verá beneficiado con la adquisición de estos accesorios para autos en especial la ciudad de Tulcán.

8.- ¿Le gustaría adquirir productos novedosos a precios asequibles?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Si	20	100%
No	0	0%
Total	20	100%



Fuente: Distribuidores de la Ciudad de Tulcán, 2014.

Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 20 Locales.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Todos los distribuidores de Tulcán están dispuestos a adquirir los productos novedosos ya que mucho depende del precio con que se les venda, además el proyecto es muy válido porque el mercado Americano cuenta con fabricantes que están a la vanguardia de la innovación y la tecnología con muy buenos precios para abrir mercado en Tulcán de accesorios decorativos para autos, para abastecer de buena manera con profesionalismo como los distribuidores se lo merecen.

9.- ¿Cuál es su preferencia en la entrega de los accesorios para autos?

Variable	Cantidad	Porcentaje
En el plazo establecido	18	90%
Antes	2	10%
Después	0	0%
Total	20	100%



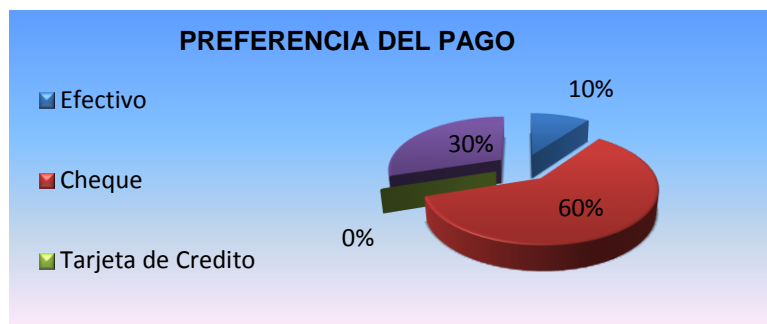
Fuente: Distribuidores de la Ciudad de Tulcán, 2014.
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 20 Locales.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

El 90% de los distribuidores encuestados prefieren que la entrega de la mercadería sea en el tiempo establecido ya que es muy importante para ellos. Algunos prefieren que los despachos sean antes de la fecha establecida, las dos formas de despacho son válidas para el proyecto por lo que depende mucho de una buena estrategia de mercado para la entrega o despacho para poder quedar bien con el cliente y tener buenas relaciones comerciales.

10. ¿Cuál es su preferencia al realizar el pago?

Variable	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	2	10%
Cheque	12	60%
Tarjeta de Crédito	0	0%
Crédito Directo a plazos	6	30%
Total	20	100%



Fuente: Distribuidores de la Ciudad de Tulcán, 2014.
Elaborado por: Patricio Suárez C. Total: 20 Locales.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

La mayor parte de los distribuidores prefiere realizar el pago con cheques, otra modalidad necesita crédito por lo que en el proyecto se debe tomar en cuenta para poder establecer un tiempo de crédito a los clientes para garantizar la lealtad del cliente, y una mínima parte prefiere pagar en efectivo lo que nos facilita de buena manera para poder realizar los cobros con dinero en efectivo.

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN FINAL

Recopilando toda la información completa para distribuidores de la ciudad de Tulcán con respecto a los accesorios se puede identificar que los productos importados desde Estados Unidos tienen muy buena acogida como son plumas en todas las medidas, forros de volantes y aromatizantes que son muy bien favorecidos en la zona de Tulcán para lo cual se ha establecido estrategias de mercado para poder llegar a los distribuidores de buena manera ya que según las encuestas realizadas además de los ya mencionados se logró identificar que todos los productos tienen muy buena acogida para poder ser incorporados en el mercado de Tulcán, por lo tanto queda demostrado que si existe una demanda que debe ser cubierta en su gran parte para abastecer el mercado de Tulcán.

3.6.1. ANÁLISIS SITUACIONAL DEL PAÍS DE DESTINO

Es preciso realizar un análisis situacional del país de destino a fin de identificar apropiadamente factores e índices económicos, sociales y

estadísticos del mercado donde se pretende comercializar el producto, para lo cual se han analizado indicadores específicos para ésta investigación:

3.6.1.1. FACTORES SOCIO, ECONOMICOS

TABLA 6 FACTORES SOCIO ECONOMICOS DE ECUADOR

INDICADOR	INDICE	FECHA
País	Ecuador	
Capital	Quito	
Idioma	Español (Oficial) Indígenas (Quechua, Shuar)	
Producto interno Bruto (PIB)	100.543 millones de USD 94.473 millones de USD	Est. 2014 Est. 2013
Tasas de variación anual del PIB a precios constantes	3.80% 5.10% 5.14%	Est. 2014 Est. 2013 Est. 2012
PIB per Cápita Anual	USD 6.273 USD 5.989 USD 5,638	Est. 2014 Est. 2013 Est. 2012
Riesgo País	805.00 Puntos	Abril-03-2015
Tasa Pasiva	5,39%	Abril Est. 2015
Tasa de Inflación Anual	3,76 %	Marzo Est. 2015
Población Total	16'278.844 millones de personas	Censo 2010
Tasa de crecimiento de la población	1.42 %	2012
Población Total(Tulcán)	86.498 habitantes con una área Urbana de 53.558 habitantes	Est. 2011
Salario Mínimo Vital	USD 354,00 USD 340.00 USD 318.00	2015 2014 2013
Canasta básica familiar	USD 646,30	Diciembre 2014
Índice de precios al consumidor	USD 101.24	Enero Est. 2015
Tasa de subocupación	43,78%	Diciembre 2014
Tasa de desocupación total	3,84% 4.54% 4.86%	Marzo Est.2015 Diciembre Est. 2014 Est. 2013

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, INEC, Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones, PRO ECUADOR, Banco Central del Ecuador BCE

Elaborado por: Patricio Suárez C.

Según los datos estadísticos del Banco Central del Ecuador [BCE] (2014) En el 2014 el PIB en valores corrientes anualmente fue de 100.543 millones USD mientras que en 2013 fue de 94.473 millones USD en

valores corrientes. El PIB a precios constantes en el tercer trimestre de 2014 se incrementó en 1.4%, en relación con el cuarto trimestre del 2014 que se incrementó un 0.5%. Lo que nos ayuda de buena manera para identificar principalmente el sector Automotriz en comparación con los demás sectores de la economía, lo cual es beneficioso para las inversiones extranjeras, ya que se puede observar un crecimiento constante del aparato productivo.

Los componentes que aportaron al crecimiento económico del segundo trimestre son: el gasto de consumo final de los hogares 0.88%; la formación bruta de capital fijo 0.14%; el gasto de consumo final del gobierno general 0.12%; las exportaciones 0.06%. Por su parte, las importaciones aportan al PIB con signo contrario en 0.15%. Esta información nos ayuda a tener un sustento sobre la base de una economía en crecimiento y consolidación demostrando un dinámico y alto movimiento económico que tiene el Ecuador, convirtiéndose en un país atractivo y beneficioso para la importación de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos ya no existe ninguna restricción para estos productos.

El índice de inflación en el Ecuador es un factor positivo de acuerdo con [BCE] (2015) registrada para marzo del 2015 de 3,76%, manteniéndose como la más baja de los últimos tiempos y generando un valor positivo para los posibles consumidores de accesorios decorativos para autos de la ciudad de Tulcán, llegando a ser un aporte más a la economía del país.

La población del Ecuador en especial de Tulcán cuenta con 86.498 habitantes con una área Urbana de 53.558 habitantes según [INEC] (2011) por lo que refleja una población muy elevada en la zona Urbana debido al aumento anual de sus habitantes por lo que es muy necesario y primordial para poder diagnosticar el requerimiento de accesorios decorativos para autos en la ciudad de Tulcán, para poder ingresar al mercado conociendo uno de los principales factores que beneficia al comercio internacional.

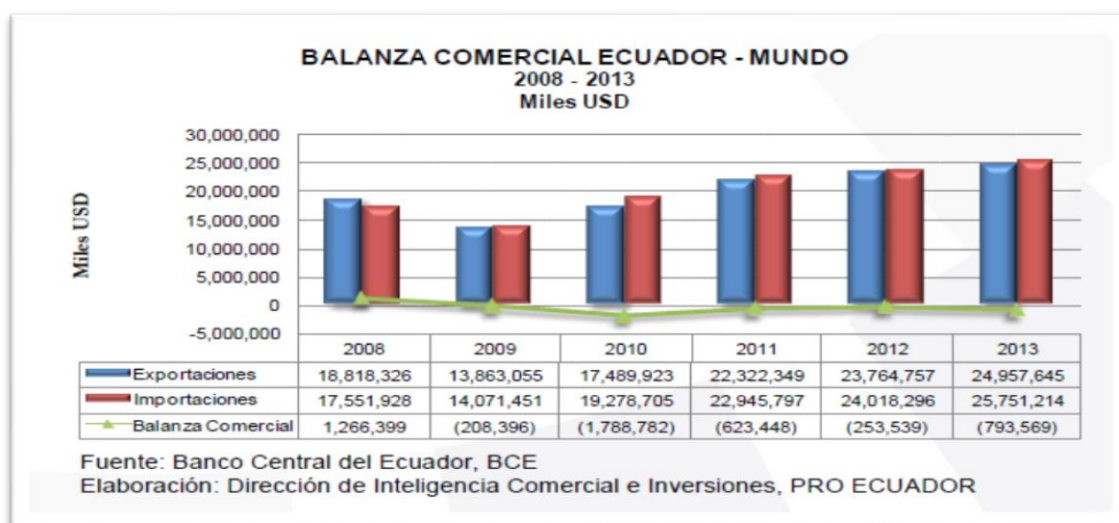
Si realizamos un breve comparación de los salarios mínimos vitales de acuerdo con [BCE] (2015) el salario del 2014 es de 340 USD mientras que para marzo del 2015 es de 354 USD según el Banco Central del Ecuador esto

es debido a la falta de acuerdos entre el sector empresarial y el sector trabajador ha provocado que el Gobierno Nacional tenga que decidir sobre el aumento de los salarios para el 2015, este factor es sumamente importante para la comercialización de accesorios decorativos para autos en la ciudad de Tulcán ya que nos da una clara idea de que existe una estabilidad de ingresos económicamente activa.

3.6.1.1.1. BALANZA COMERCIAL

Según el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones [PROECUADOR] (2014) la balanza comercial del Ecuador ha presentado saldos negativos en los últimos cinco años, para el 2009, presentó un déficit de USD 208 millones, para el 2010 un déficit de USD 1,788 millones y para el 2012 se recuperó considerablemente llegando a los USD 256 millones, lo cual produjo un incremento para el 2013 de USD 793 millones debido a que gobierno no tiene buenas relaciones comerciales con Estados Unidos debido a su unidad monetaria ya que se encuentra con una economía sustentable y sostenida lo cual genera que balanza comercial se mantenga en el índice actual, también afecta la caída del petróleo lo cual obliga al Ecuador a tomar medidas de salvaguardias a productos importados de consumo, como lo demuestran los datos en la siguiente tabla:

GRÁFICO 1 BALANZA COMERCIAL DE ECUADOR CON EL MUNDO



3.6.1.2. FACTORES POLÍTICOS Y LEGALES

En todos los proyectos se debe tener muy bien identificados los factores tanto políticos como legales con el objetivo de cumplir con todos y cada uno de los requerimientos del país de destino exigentes tanto para la exportación como la importación de bienes, con la finalidad de proteger la industria nacional, la soberanía, el comercio desleal que pudiese venir del exterior, para lo cual se aplica los pagos de todos los respectivos aranceles barreras arancelarias y no arancelarias cupos de importación entre otros ya que Ecuador no tiene ningún convenio con Estados Unidos.

3.6.1.3. FACTORES LEGALES

TABLA 7 MEDIDAS ARANCELARIAS, NO ARANCELARIAS

INDICADOR	INDICE	FECHA
¿Existen barreras arancelarias para la importación de accesorios decorativos para autos?	Arancel de valor agregado o <i>ad-valorem</i> es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), Ejemplo: 5% del valor CIF. Arancel específico, se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo USD 5 por cada kilo de ropa nueva. Es un pago establecido por cada unidad de medida del bien importado. Arancel mixto es el que está compuesto por un <i>ad-valorem</i> y un arancel específico que se gravan simultáneamente a la importación.	PROEcuador 2013
¿Existen barreras no arancelarias para la importación de accesorios decorativos para autos?	DETERMINACIÓN DE PRECIOS.- Son precios mínimos y máximos que puede exigirse para el ingreso o egreso de cierto tipo de bienes para protección de una industria. INSPECCIÓN PREVIA AL EMBARQUE.- Control obligatorio de la calidad, la cantidad y el precio de los productos antes de su embarque en el país exportador, efectuado por la agencia de inspección designada a este efecto por las autoridades del país importador. MEDIDAS CAMBIARIAS.- Prácticas de las autoridades monetarias o cambiarias, por las cuales se reglamenta el acceso al mercado cambiario para operaciones de importación. VALORES REFERENCIALES.- Para la fijación del precio de un producto, las autoridades del país de destino tienen en cuenta el precio interno; establecen un precio mínimo y otro máximo; o recurren a una determinada cotización del mercado internacional. Se utilizan diversos términos, como precios oficiales, precios mínimos de importación, precios básicos de importaciones o precios de base a la importación.	

	<p>MEDIDAS FINANCIERAS.- Medidas oficiales por las cuales se determinan las condiciones de pago de las importaciones.</p> <p>AUTORIZACIONES O LICENCIAS PREVIAS.- Licencia de carácter discrecional que depende del criterio de la autoridad expedidora de turno y de acuerdo a la política de cada gobierno, es decir, son requisitos previos, que el importador o exportador debe cumplir antes de iniciar su trámite respectivo de aprobación de su permiso para importar o exportar sus productos, cuya desobediencia acarrea sanciones al infractor.</p>	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR (2013)

Elaborado por: Patricio Suárez C.

3.6.1.3.1. EMPAQUE EMBALAJE Y ETIQUETADO

De acuerdo con el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones [PROECUADOR] (2012) los requisitos necesarios para la importación de accesorios de vehículos cumplen con los estándares de calidad internacional exigidos en cada país a utilizar para garantizar el empaque, embalaje y etiquetado tenga un control y seguridad al momento de ser manipulados como lo indica el siguiente cuadro:

TABLA 4 EMPAQUE EMBALAJE Y ETIQUETADO

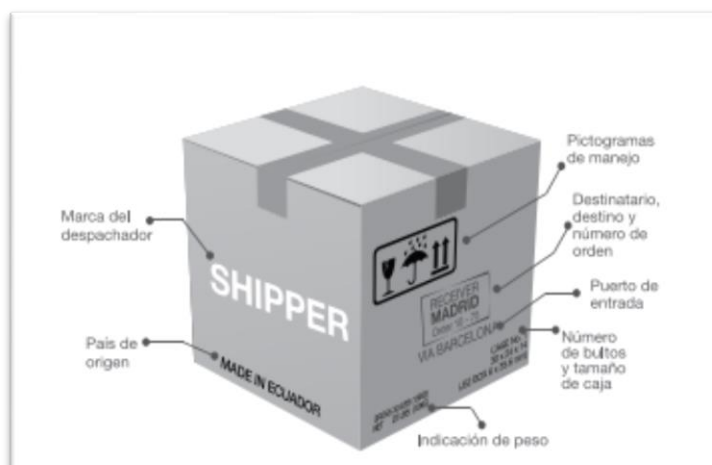
Requisitos Empaque, Etiquetado:	<ul style="list-style-type: none"> • Nombre común del producto y variedad.
	<ul style="list-style-type: none"> • Tamaño y clasificación del producto, indicando número de piezas por peso, o cantidad de piezas en determinado empaque o embalaje.
	<ul style="list-style-type: none"> • Usando como referente la norma ISO 7000
	<ul style="list-style-type: none"> • Cantidad, peso neto
	<ul style="list-style-type: none"> • Especificaciones de calidad, en caso de que el producto se clasifique en diferentes versiones.
	<ul style="list-style-type: none"> • País de origen • Nombre de la marca con logo • Nombre y dirección del empacador • Nombre y dirección del distribuidor.
	<ul style="list-style-type: none"> • En el costado opuesto del empaque se destina sólo para información sobre transporte y manejo del producto.
	<ul style="list-style-type: none"> • Pictogramas. Acorde a la norma internacional ISO 780, se utilizan símbolos, gráficos en lugar de frases escritas.
	<ul style="list-style-type: none"> • Las marcas de manipulación deben estar impresas en la parte superior izquierda y su tamaño debe superar los 10 centímetros, en colores oscuros.

	<p>unidades enviadas y códigos de los documentos de exportación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Para tener mejor identificación en aduana en el momento del aforo cuando la carga viene consolidada se recomienda marcar el nombre del importador, número de orden de compra, e identificarlos numéricamente como 1 de 1, 1 de 2, etc.
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: Guía logística Internacional PROECUADOR, 2012.

Elaborado por: Patricio Suárez C.

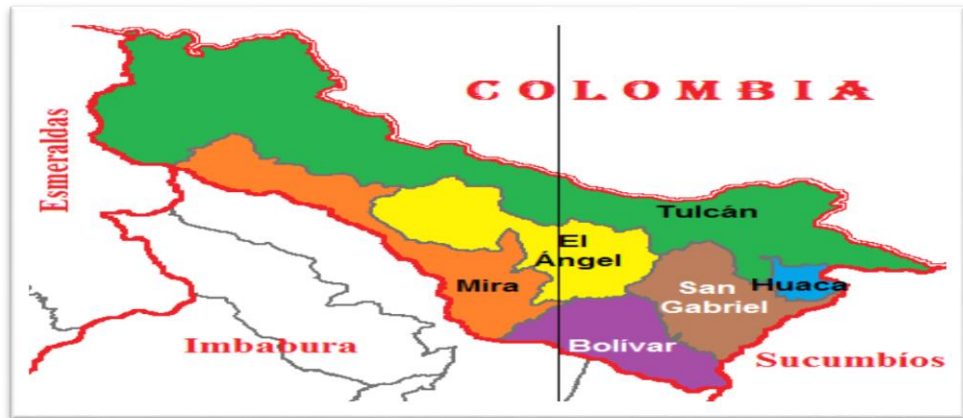
GRÁFICO 2 EMPAQUE Y EMBALAJE



Empaques de cartón corrugado son de material de celulosa, que consiste de una hoja de papel con la cual se forma una “flauta” (papel ondulado) en una máquina corrugadora. En ambos lados de la flauta se adhieren hojas planas de papel, conocidas como “liner”. La resistencia del cartón varía de acuerdo con el tipo de onda utilizado: A (5.0mm), B (3.0 mm), C (4.0 mm), E (1.5 mm). Según Centro Internacional de Negocios (CIN) (2013) son los más utilizados para el transporte y protección de productos a nivel local y para exportación e importación, en este caso para accesorios decorativos para autos.

3.6.1.4. SITUACIÓN GEOGRÁFICA DE TULCAN

Cantón hermoso por sus paisajes, de gente noble, trabajadora y solidaria, Tulcán fue elevado a la categoría de cantón un 11 de abril de 1851 en la presidencia del Dr. Diego Noboa.



Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2014)

Se halla ubicado al norte de la provincia del Carchi con una extensión de: 1685,3Km² y sus límites son: al norte con la República de Colombia, al sur: con los Cantones Montufar, Huaca, Espejo y Mira, al este con la provincia de Sucumbíos y al oeste con la Provincia de Esmeraldas.

POBLACIÓN.- La población actual del cantón Tulcán, según el Censo del 2010, es de: 86.498 habitantes, (42.584 hombres y 43.914 mujeres). **ALTURA.-** La ciudad de Tulcán por su topografía va desde 2956 a 3001 m.s.n.m. **TEMPERATURA.-** promedio de 11.8°C, además en el cantón se da un clima húmedo subtropical en las parroquias de Tobar Donoso, Chical y Maldonado con una temperatura promedio de 25° C. en el día. Un clima húmedo templado en Chilmá, el Laurel, etc., promedio 21° C. (en el día); y el frío de páramo a una altura de 3600 m.s.n.m. (INEC, 2014)

En cuanto a su división política Tulcán posee dos parroquias Urbanas: (González Suárez y Tulcán) por tanto serán tomadas para poder realizar el estudio de comercialización de accesorios decorativos para autos. Los grupos Étnicos en el cantón Tulcán está constituido por población blanco-mestiza, asentados en la zona urbana y cabeceras parroquiales. Su economía es principalmente basada en la agricultura, ganadería y su fuerza radica en el comercio con Colombia.

Entre el factor geográfico se encuentran todas las condiciones naturales que rigen las diferentes zonas del país como son el clima, las carreteras, rutas marítimas, entre otros. Asimismo podemos considerar varios aspectos como el proyecto queda cerca de la ciudad para poder abastecer al mercado de una mejor manera en este caso la ciudad de Tulcán, otro aspecto muy importante que hay que destacar son las carreteras que son de primer orden a nivel nacional, por el cual se nos facilita en gran parte para poder

retirar los accesorios de el puerto de Manta de donde se va a realizar el traslado de la mercadería asía la ciudad de Tulcán.

TABLA 5 SISTEMA DE TRANSPORTE BASADO EN SALIDA DESDE EL PUERTO MARÍTIMO DE ESTADOS UNIDOS

PAÍS DE DESTINO	PAÍS DE ORIGEN	PUERTO DE CARGA	T/T APROX.
Ecuador	Estados Unidos	Miami	10 - 12 días
Ecuador	Estados Unidos	Savannah	12 - 14 días
Ecuador	Estados Unidos	Charleston	13 - 15 días
Ecuador	Estados Unidos	Norfolk	10 - 12 días
Ecuador	Estados Unidos	New York	15 - 17 días
Ecuador	Estados Unidos	Oakland	12 - 14 días
Ecuador	Estados Unidos	San Diego	10 - 12 días
Ecuador	Estados Unidos	Los Ángeles	12 - 14 días
Ecuador	Estados Unidos	Baltimore	18 - 20 días
Ecuador	Estados Unidos	Peverglades	9 - 12 días
Ecuador	Estados Unidos	Port Elizabeth	11 - 13 días
Ecuador	Estados Unidos	Long Beach	15 - 17 días
Ecuador	Estados Unidos	Halifax	22 - 24 días

Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversión PROECUADOR (Rutas de América del norte)

Elaborado por: Patricio Suárez C.

El sistema de transporte a utilizar para este proyecto es el marítimo, por el cual se puede transportar gran variedad de carga por lo general existen menos restricciones en lo que es en cuanto al peso, volumen, cantidad y su costo es menor que los demás medios de transporte, también se utiliza el terrestre que va desde el puerto de Manta hasta la ciudad de Tulcán para garantizar que la mercadería llegue a su destino final sin ningún inconveniente ya que la mercadería es de fácil manipulación.

El cuadro anterior indica que el medio de transporte en este caso el marítimo en que la mercancía llegue desde el puerto de San Diego al puerto de Manta es aproximadamente de 10 – 12 días, por el cual la mercadería será embarcada en contenedor normal ya que la mercancía no necesita de un contenedor especial.

3.6.1.5. ENTORNO TECNOLÓGICO

En la actualidad el Ecuador tiene la suficiente capacidad de poder sacar beneficio a las nuevas tecnologías de la información y comunicación comparado con Estados Unidos en cuanto a las comercializaciones a nivel internacional, por lo que se está en un debido proceso de actualización por medio del ECUAPASS que no es más que un sistema aduanero que permite a los operadores de comercio Exterior realizar todas y cada una de las operaciones aduaneras de importación y exportación. (Aduana del Ecuador, 2014)

El objetivo principal de este sistema es llegar a utilizar cero papeles, es decir que se reducen los procesos y todo lo que es tramitología realizando de manera electrónica para el ahorro de tiempo y dinero sobre todo para poder realizar la importación de accesorios decorativos para autos de una manera ágil y oportuna en la ciudad de Tulcán. Además se está adoptando el sistema PayPal para realizar todas las transacciones comerciales con la ayuda del comercio electrónico, páginas web, redes sociales por lo que garantizan estar a la vanguardia con la tecnología.

3.6.1.5 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS EN EL MEDIO (POAM)

El perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) es la metodología que permite identificar y valorar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiendo de su impacto e importancia. Un grupo estratégico puede determinar si un factor constituye una amenaza o una oportunidad para la firma.

**TABLA 6 PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO-
POAM**

PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO				
FACTORES SOCIO ECONOMICOS	OPORTUNAD		AMENAZA	
	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
PIB en Ecuador	Alto	3		
Inflación en Ecuador	Medio	2		
Población de Ecuador (Tulcán)	Alto	3		
Tasa de interés			Bajo	1
Indice de precios al consumidor			Medio	2
Canasta básica Familiar	Alta	3		
	SUMA	11	SUMA	3
	PROMEDIO	2,75	PROMEDIO	1,50
FACTORES POLÍTICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Balanza Comercial	Alta	3	A<a<a<a<	
Acuerdos Comerciales			Baja	1
Política Comercial	Alta	3		
Política Económica	Alta	3		
	SUMA	9	SUMA	1
	PROMEDIO	3,00	PROMEDIO	1,00
FACTORES LEGALES	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Barreras Arancelarias	Alto	3		
Barreras No Arancelarias	Alto	3		
Sistema de Envase, Empaque y Embalaje			Medio	2
	SUMA	6	SUMA	2
	PROMEDIO	3,00	PROMEDIO	2,00
FACTORES TECNOLÓGICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Telecomunicaciones	Alta	3		
Desarrollo de Internet y Comercio electrónico	Alta	3		
Nuevas tecnologías industriales	Alta	3		
Resistencia al cambio tecnológico			Media	2
Aplicación de tecnologías a la producción	Alta	3		
	SUMA	12	SUMA	2
	PROMEDIO	3,00	PROMEDIO	2,00
FACTORES GEOGRÁFICOS	NIVEL	PTS	NIVEL	PTS
Transportes Marítimo y terrestres	Alta	3		
Calidad de las vías	Alta	3		
Condiciones Climáticas y Ambientales			Alta	3
	SUMA	6	SUMA	3
	PROMEDIO	3,00	PROMEDIO	3,00
	OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
FACTORES ECONÓMICOS	2,75		1,50	
FACTORES POLÍTICOS	3,00		1,00	
FACTORES LEGALES	3,00		2,00	
FACTORES TECNOLÓGICOS	3,00		2,00	
FACTORES GEOGRÁFICOS	3,00		3,00	
SUMA	14,75		9,50	
PROMEDIO	2,95		1,90	

Fuente: Análisis Situacional de Ecuador.

Elaborado por: Patricio Suárez C.

OPORTUNIDADES	ALTA	
	MEDIA	2.95
	BAJA	
DEBILIDADES	BAJA	1.90
	MEDIA	
	ALTA	

Después de analizar el cuadro del perfil de oportunidades y amenazas del medio se puede considerar que existe un nivel de oportunidad medio de 2,95 contra un nivel de debilidad del 1,90 que nos indica que los accesorios decorativos para autos tienen muy buenas oportunidades de llegar al mercado de Tulcán.

3.6.2. ANÁLISIS DEL MERCADO DEMANDA

3.6.2.1. PERFIL DEL CONSUMIDOR

- En la actualidad el consumo de accesorios decorativos para autos crece constantemente debido al incremento del poder adquisitivo de la población en la ciudad de Tulcán.
- El índice de consumo ha ido creciendo un 10% cada año desde el 2007, gracias al boom petrolero que experimenta el país. (ekosnegocios, 2012)
- La canalización de recursos estatales a la economía ya que estamos amparados bajo una moneda fuerte que evita la pérdida del poder adquisitivo lo cual es un ingrediente para el consumo de productos y servicios. (hábito – consumidor: ecuatoriano 2013).
- El uso del internet nos muestra un panorama muy positivo que permiten construir consumidores más exigentes con la capacidad de adquirir accesorios decorativos para autos instantáneamente.

- La variedad de accesorios decorativos para autos permite que el consumidor tenga mayor oferta a su disposición en productos de alta calidad. (hábito – consumidor: ecuatoriano 2013).
- Los consumidores desean ser asesorados sobre las características del producto como también el uso y aplicación. (hábito – consumidor: ecuatoriano 2013).
- El patrón del consumo del cliente cambia a medida como avanza las relaciones comerciales, internacionales y la economía dentro del país. (hábito – consumidor: ecuatoriano 2013).
- El consumidor es exigente al momento de adquirir sus productos. (hábito – consumidor: ecuatoriano 2013).

3.6.2.2. NIVELES SOCIO ECONOMICOS

- El ecuatoriano tiene una demanda de mercancías tales como: alimentos, vestimenta, materiales de construcción, vehículos y sus accesorios, productos médicos y farmacéuticos.
- La variedad de productos japoneses, taiwaneses y colombianos de baja calidad, permite que el consumidor ecuatoriano se vuelva exigente buscando productos de buena calidad y durabilidad a precios accesibles.
- La variable de consumo se enmarca en gran medida a la economía del país (Vertiente Macro Económica), siendo de vital importancia el crecimiento económico sobre la producción y el mercado laboral.
- El sector automotor tiene un papel vital dentro de la economía del Ecuador. Su desarrollo está ligado transporte de personas (público y privado) y productos. (hábito – consumidor: ecuatoriano 2013).

- Gracias al propio comercio generado en venta de accesorios de vehículos a nivel nacional, se generan puestos de trabajo e ingresos que permiten un mayor poder adquisitivo. (hábito – consumidor: ecuatoriano 2013).
- Es importante tomar en cuenta que este sector no se encierra sólo a la venta de vehículos nuevos, sino además a la actividad de los talleres, venta de llantas, lubricantes, accesorios de lujo, financiamiento automotriz y otros negocios relacionados. (hábito – consumidor: ecuatoriano 2013).

3.6.2.3. CONSUMIDORES POTENCIALES

El consumidor Ecuatoriano especialmente de la ciudad de Tulcán posee un nivel adquisitivo moderado, ya que el consumidor Tulcaneño no toma en cuenta el precio del producto al momento de adquirir los accesorios decorativos para autos sino su calidad y durabilidad y especialmente si son de Estados Unidos ya que son productos de gran prestigio internacional, así lo manifiesta el señor Pedro Vizcaíno (2013) propietario del almacén Multilujos ubicado en la parte sur de la ciudad de Tulcán.

Por otra parte el señor Pedro Vizcaíno manifestó que el nivel de aceptación de productos Estados Unidos si tiene mucha acogida en la ciudad pero son pocos los importadores, por otra parte los productos son de buena calidad y durabilidad y que no importa pagar un poco más con tal de adquirir estos productos.

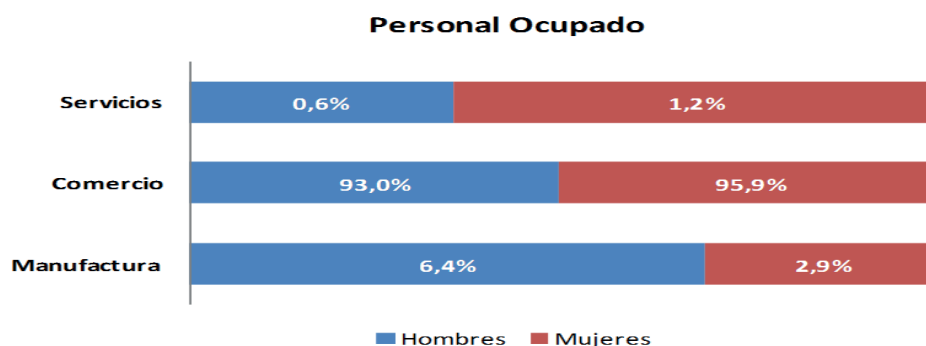
3.6.2.4. NIVEL DE ACEPTACIÓN DE PRODUCTOS

El producto al momento de acaparar nuevos consumidores que se preocupan de cuidar sus vehículos y estar a la moda de acuerdo con las últimas tendencias del mercado. A escala nacional, de acuerdo a la información del Censo Nacional Económico (2010), existen 29.068 establecimientos económicos dedicados a actividades de comercio automotriz, de los cuales el 70% corresponden a establecimientos que

realizan mantenimiento y reparación de vehículos automotores, mientras que el 30% restante se dedica a la venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores; venta al por menor de combustibles y venta de vehículos.

Las actividades relacionadas al sector automotriz son fuente importante de plazas de empleo. De acuerdo a información del Censo Económico se tienen 90.012 personas ocupadas, de las cuales el 83% son hombres y el 17% mujeres. En los establecimientos de Comercio se encuentran ocupadas 84.155 personas, en Manufactura 5.194 y en Servicios 6634.

TABLA 7 NIVEL DE ACEPTACIÓN DE PRODUCTOS

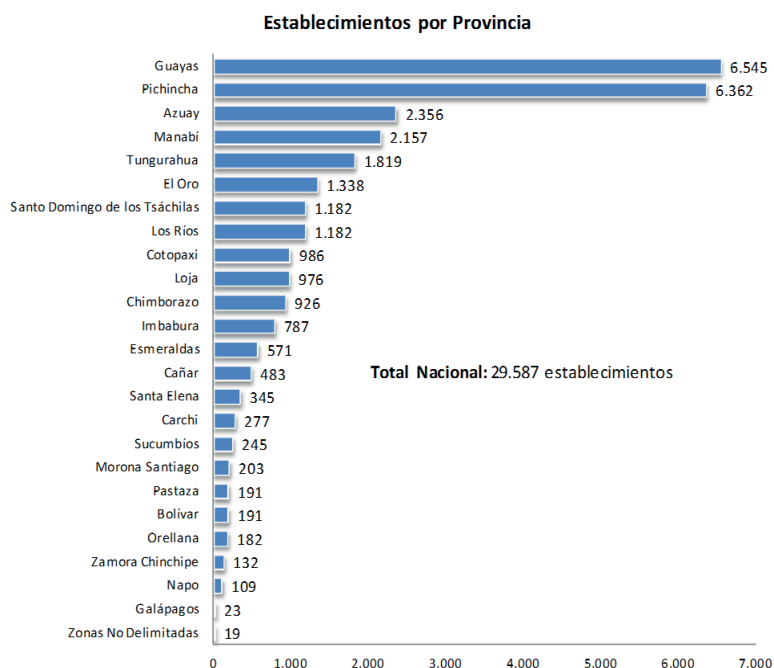


Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC.

Elaborado por: Dirección de Estadísticas Económicas, INEC.

De acuerdo a la distribución provincial, se tiene que el mayor número de establecimientos se encuentra en Guayas (27%), seguido de Pichincha (17%), Azuay (8,1%), Manabí (7,5%); Tungurahua (4,5%) y Carchi con el 0.9 % que son alrededor de 277 establecimientos que están distribuidos a nivel de toda la provincia tomando en cuenta la zona urbana de Tulcán que son 20 distribuidores, lo que nos demuestra que en la provincia del Carchi si existe comercio lo cual se pretende abastecer parte de la demanda existente de accesorios decorativos para autos tal como lo indica la siguiente tabla.

GRÁFICO 3 NIVEL DE ACEPTACIÓN DE PRODUCTOS



Fuente: Censo Nacional Económico 2010, INEC
Elaboración: Dirección de Estadísticas Económicas, INEC.

3.6.2.5. EL PRODUCTO: IMPORTACIONES, EXPORTACIONES, PRODUCCIÓN NACIONAL, PRECIO REFERENCIAL Y COMPETENCIA

3.6.2.5.1. DESCRIPCIÓN DE PRODUCTOS Y ELABORADOS DEL SECTOR (ECUADOR)

El sector automotriz tiene una contribución muy importante en la economía del país debido a los ingresos que genera en todas las actividades económicas directas e indirectas. Según PROECUADOR AUTOMOTRIZ (2013), si realizamos un breve análisis se estima que los impuestos 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.

Además podemos destacar que la industria automotriz ha impulsado a otras industrias del sector productivo como la siderúrgica, metalúrgica, metalmecánica, minera, petrolera, petroquímica, electricidad, robótica e informática, industrias claves para la elaboración de los vehículos. De este

modo el sector automotriz integra a diferentes actores, tanto para las firmas autopartistas proveedoras de partes y piezas; así como para las ensambladoras que son las firmas que imponen los estándares productivos de la cadena por tanto el Ecuador no cuenta con la maquinaria apropiada para poder elaborar accesorios para autos ya que se dedica solamente al ensamble de automotores, es allí donde se pretende ingresar con accesorios de calidad y durabilidad.

3.6.2.5.2. ESTRUCTURA ARANCELARIA PARA EL SUBSECTOR (CÓDIGO ARANCELARIO EN ECUADOR (NANDINA) Y DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO)

La estructura arancelaria utilizada en Ecuador es la NANDINA, de acuerdo a la Nomenclatura Arancelaria Común de los Países Miembros de la Comunidad Andina del año (2007) y está basada en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

Para mayor desglose de cada partida se recomienda revisar el Arancel Nacional de Importación de Ecuador, donde se encuentran las subpartidas a 10 dígitos y así obtener una descripción más clara de los ítems para los accesorios decorativos para autos.

Comité de comercio Exterior [Comex] (2015) Artículo1. Las importaciones de vehículos terrestres sus partes, piezas y accesorios se clasifican en el capítulo 87 y en las subpartida 9808.00.00.94 del arancel nacional de importaciones. Además basado en el literal b) se permite importación de partes, piezas y accesorios de los vehículos y demás vehículos terrestres siempre y cuando sean nuevos.

Esta estructura arancelaria nos abre el camino para poder conocer los pasos para la nomenclatura arancelaria y especificaciones técnicas del producto que se va a importar desde Estados Unidos. El capítulo 87: vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios. Por el cual se tomara la partida 8708.99.90 que especifica los demás partes y accesorios para autos tal como lo indica en la siguiente tabla:

TABLA 8 CAPITULO 87: VEHÍCULOS AUTOMÓVILES, TRACTORES, VELOCÍPEDOS Y DEMÁS VEHÍCULOS TERRESTRES, SUS PARTES Y ACCESORIOS

Capítulo 87: Vehículos automóbiles, tractores, velocipedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	
87.01	Tractores(excepto las carretillas tractor de la partida87.09)
87.02	Vehículos automóbiles para transporte de diez o mas personas, incluido el conductor
87.03	Automóbiles de turismo y demás vehículos automóbiles concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de las partidas 87.02), incluidos los del tipo familiar (break o station wagon) y los de carreras.
87.04	Vehículos automóbiles para transporte de mercancías
87.05	Vehículos automóbiles para usos especiales excepto los concebidos principalmente para el transporte de personas o mercaderías.
87.07	Carrocerías de vehículos automóbiles de las partidas 87.01 a 87.05, incluidas las cabinas
87.08	Partes y automóbiles de las partidas 87.01 a 87.05 accesorios de vehículos
87.09	Carretillas automóbiles sin dispositivos de elevación del tipo de las utilizadas en las fábricas, almacenes, puertos y aeropuertos, para transporte de mercancías a corta distancia, carretillas tractor de los tipos de los utilizados en estaciones ferroviarias; sus partes.

Fuente: Dirección de Inteligencia Comercial e Inversiones PROECUADOR, Santander trade
Elaborado por: Patricio Suárez C

De acuerdo con Santander Trade la partida que se va a utilizar la 8708.99.99.90 por consiguiente nos indica que son Partes y accesorios de vehículos automóbiles de las partidas 87.01 a 87.05. De los productos que deseamos importar.

3.6.2.5.3. EL PRODUCTO

Mantener siempre el stock suficiente y gran variedad del producto para todos los distribuidores dándoles a conocer que nuestro producto genera mayor confianza por medio de su gran calidad y durabilidad que ofrece, por ser un producto importado de Estados Unidos en el mercado creando así mayor satisfacción en los pedidos por parte de nuestros distribuidores. A continuación se detalla la lista de precios en el mercado de Tulcán donde estos productos son vendidos a precios de venta al público.

Por otra parte los accesorios decorativos para autos se han ido poco a poco teniendo mayor acogida de acuerdo con la información recopilada de los distribuidores de la zona de Tulcán, otra causa es que debido al incremento

paulatino en los últimos años del salario de las personas de acuerdo con la información proporcionada del “Ministerio de Relaciones Laborales 2015 el sueldo básico es de 354 USD” por lo que es indispensable analizar el último año ya que depende mucho para poder diagnosticar como está el mercado y conocer de qué países se están importando tal como lo muestra la siguiente tabla:

TABLA 9 PRINCIPALES PAISES PROVEEDORES DEL PRODUCTO

PAÍSES IMPORTADORES	TONELADAS
	AÑO 2014
ESTADOS UNIDOS	222,00
CHINA	501,67
COLOMBIA	150,69
BRASIL	109,50
REPUBLICA DE COREA (SUR),	97,56
JAPON	37,20
FRANCIA	22,36
MEXICO	17,27
ALEMANIA	18,67
TAILANDIA	43,25
TAIWAN	31,96

Fuente: BCE Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Patricio Suárez C

Elegí Estados Unidos porque es un país que cuenta con un nivel de fabricación acorde a los gustos y preferencias de los clientes y sus fábricas son muy bien estructuradas para brinda todas las garantías necesarias para poder adquirir y abastecer los accesorios decorativos para autos de buena calidad y durabilidad tanto así que en el 2014 se importó 222 toneladas tomando en cuenta que es uno de los países que cuentan con todos los estándares de calidad y es una de las principales potencias mundiales lo cual abaliza su importación.

FICHA TECNICA



IMPOTADOR:
IMPORTADORA SUAREZ CIA. LTDA.

EXPORTADOR:
AUTO PARTS WAREHOUSE

DESCRIPCION: La Importación de partes, piezas y accesorios se realiza en todo tipo de material madera, corcho, plástico, caucho, metal, y/ o combinaciones de éstos y otros materiales para vehículos automotores y sus motores, incluso para sus carrocerías tales como, aros de ruedas, silenciadores, tubos de escape, embragues, volantes, columnas, catalizadores y otras partes, piezas y accesorios no clasificados en otra parte. Además para la importación de partes, piezas y accesorios para carrocerías de vehículos automotores incluye: cinturones de seguridad, dispositivos inflables de seguridad (bolsas de aire), puertas, parachoques entre otros.

TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR

Advalorem	10%
FDI	0.5 %
IVA	12 %
Unidad de Medida	Kilogramo Bruto (KG)
Es Producto Perecible	NO

AUTORIZACIONES PREVIAS: No tiene restricciones previas

F.A: 8708.99.99.90

R.G.I 1,6

FUNDAMENTACION LEGAL

Sección : XVII

MATERIAL DE TRANSPORTE

En los Capítulos 86 a 88, la referencia a las partes o a los accesorios no abarca a las partes o accesorios que no estén destinados, exclusiva o principalmente, a los vehículos o artículos de esta Sección. Cuando una parte o un accesorio sea susceptible de responder a las especificaciones de dos o más partidas de la Sección, se clasificará en la partida que corresponda a su utilización principal.

Capítulo : 87

VEHICULOS AUTOMOVILES, TRACTORES, VELOCIPEDOS Y DEMAS VEHICULOS TERRESTRES; SUS PARTES Y ACCESORIO

Partida

Sistema. Armonizado:
87.08

PARTES Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOVILES DE LAS PARTIDAS

Subpartida:8708.99990

Las demás

Esta partida comprende el conjunto de partes y accesorios de los vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05, siempre que, sin embargo, estas partes y accesorios satisfagan las dos condiciones siguientes:

- 1°) Que sean identificables como exclusiva o principalmente destinadas a esta clase de vehículos.
- 2°) Que no estén excluidas por las Notas de la Sección XVII (véanse las Consideraciones generales de esta Sección).

Elaborado por: Patricio Suárez C

3.6.2.5.4. IMPORTACIONES ECUATORIANAS AL MUNDO

Las importaciones del Ecuador desde el mundo en los últimos cinco años han tenido una tendencia a la baja, alcanzando las 6.906 toneladas en el 2014. Esto se debe a que el gobierno sigue impulsando el consumo local en el área automotriz generando ingresos de gran magnitud para el país. Las principales importaciones del año 2014 sitúan a Estados Unidos en el puesto número tres con 735 toneladas de las importaciones de accesorios para autos, siendo un factor importante el cual se deberá tomar en cuenta ya que es parte de la demanda que tiene el país, tal como lo muestra la siguiente tabla.

TABLA 10 IMPORTACIONES POR ECUADOR DESDE EL MUNDO

Exportadores	2010	2011	2012	2013	2014
	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas
Mundo	4.591	6.024	7.277	7.876	906
China	522	607	1.213	1.444	2.429
Colombia	1.377	1.967	1.961	1.986	1.170
Estados Unidos de América	967	1.117	774	1.302	735
Tailandia	32	692	587	835	609
Corea, República de	274	311	396	424	527
Japón	264	228	549	316	372
Italia	92	66	357	145	232
Brasil	205	202	193	198	199
Chile	341	346	459	466	125
Taipéi Chino	81	137	144	117	97
Malasia	13	3	13	35	68
Reino Unido	9	12	58	17	62
Alemania	106	73	74	65	61
España	33	26	35	23	41
Turquía	12	7	17	13	34
México	14	16	72	22	25
India	66	0	17	1	25
Francia	21	16	51	34	24
Hong Kong (China)	47	72	19	56	18
Canadá	1	1	39	7	10
Singapur	1	1	1	2	8
Polonia	0	1	1	1	6
Rumania	1	0	2	2	4
Suecia	0	1	4	2	4

Fuente: Trademap, Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Elaborado por: Patricio Suárez C

Por tanto las importaciones se han bajado considerablemente debido a que el gobierno ha restringido las importaciones y aumentado las exportaciones debido al cambio de la matriz productiva a que el propósito del gobierno es generar mayores ingresos locales y fomentar las exportaciones. Esto no tiene que ser un obstáculo ya que al Ecuador en la actualidad no cuenta con fábricas que elaboren accesorios para autos en consecuencia es allí donde surge la necesidad de ser adquiridos por otros países como Estados Unidos.

3.6.2.5.5. EXPORTACIONES DEL PRODUCTO: 8708.99. 99.90 LAS DEMAS PARTES Y ACCESORIOS DE VEHICULOS AUTOMOVILES

En la siguiente tabla nos muestra las exportaciones realizadas por Ecuador al resto del mundo.

TABLA 11 EXPORTACIONES DEL PRODUCTO: 8708.99. 99.90 LAS DEMAS PARTES Y ACCESORIOS DE VEHÍCULOS AUTOMÓVILES

Importadores	2010	2011	2012	2013	2014
	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas	Toneladas
Mundo	161	499	337	309	151
Estados Unidos de América	58	183	214	256	122
Panamá	0	0	0	19	19
Colombia	13	0	4	9	8
Reino Unido	0	0	0	0	1
Haití	0	0	0	2	0
Corea, República de	0	0	0	1	0
Zona franca	0	0	1	0	0
Zona Nepe	0	0	0	0	0
Bélgica	0	0	0	0	0
Brasil	0	0	0	0	0
Chile	0	0	0	14	0
China	0	0	0	0	0
Costa Rica	0	0	0	0	0
Alemania	0	0	0	0	0
Japón	2	0	0	0	0
México	0	0	0	0	0
Países Bajos (Holanda)	0	0	0	4	0
Perú	1	0	0	0	0
España	0	1	0	0	0
Uruguay	0	0	0	0	0
Venezuela	88	315	117	4	0

Fuente: Trademap, Cálculos del CCI basados en estadísticas de COMTRADE

Elaborado por: Patricio Suárez C

Todas las exportaciones realizadas por Ecuador desde el 2009 hasta el 2012, se han ido incrementando paulatinamente, en el año 2010 se exportó 499 toneladas y para el año 2014 exportó 151 toneladas, es decir que su producción es muy baja en comparación con los otros años. Por tanto el gobierno Ecuatoriano debería crear convenios para tratar de cubrir la demanda insatisfecha como es evidente año tras año se va incrementando.

3.6.2.5.6. PRINCIPALES COMPETIDORES

“Dentro de las organizaciones, las competencias son utilizadas para potencializar el capital humano para conseguir los objetivos del puesto, área y organización; Como también desarrollar competencias entre entidades” (SERNA, 2007; 138)

Para el análisis del proyecto se pretende conocer los principales competidores a nivel mundial, para obtener una referencia de cómo está el mercado de accesorios decorativos para autos y establecer estrategias de mercado para poder ser competitivos tal como lo muestra la siguiente tabla:

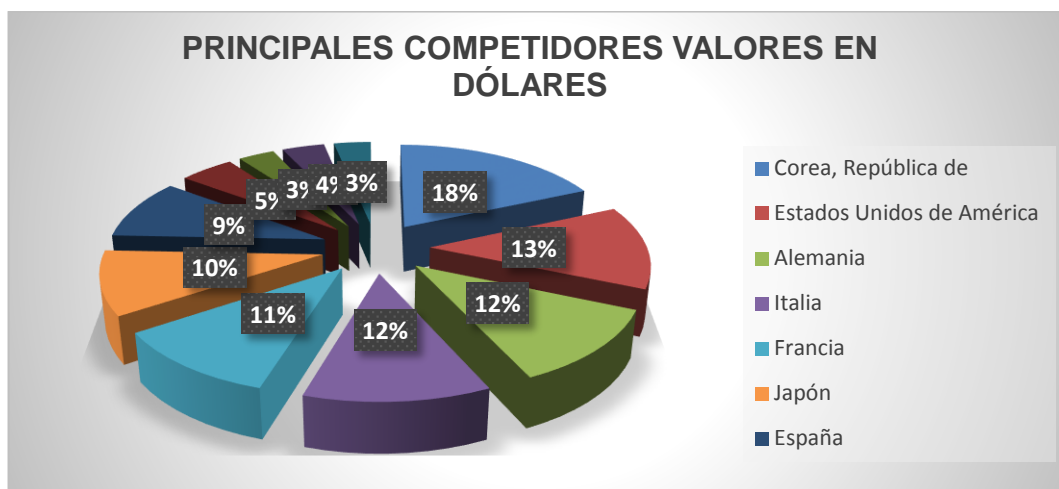
TABLA 12 PRINCIPALES COMPETIDORES A NIVEL MUNDIAL DE ACCESORIOS PARA AUTOS

Países Exportadores	valor Exportada en 2010	valor Exportada en 2011	valor Exportada en 2012	valor Exportada en 2013	valor Exportada en 2014
Corea, República de	8.850.966	14.068.781	15.367.832	13.950.047	13.614.295
Estados Unidos	6.330.372	7.896.169	10.851.820	11.859.104	10.786.488
Alemania	5.653.914	7.059.671	8.361.915	7.425.111	7.981.963
Italia	5.578.111	7.111.496	7.668.139	6.287.900	6.628.830
Francia	5.281.216	5.877.833	6.708.487	5.811.460	5.727.171
Japón	4.823.862	6.459.794	6.464.496	6.729.448	5.642.854
España	4.580.749	4.793.183	5.646.821	4.869.602	5.269.350
China	2.298.898	3.074.256	3.499.579	3.840.141	4.094.005
México	1.532.178	2.456.455	3.134.073	3.532.850	3.508.645
Bélgica	1.785.437	2.223.512	2.408.834	2.252.994	2.925.656
Canadá	1.561.733	2.230.649	2.568.298	2.676.295	2.728.267

Fuente: Trade map

Elaborado por: Patricio Suárez C.

GRÁFICO 4 PRINCIPALES COMPETIDORES



Fuente: Trademap

Elaborado por: Patricio Suárez C.

Como se puede apreciar entre los principales competidores encontramos a Corea en el primer lugar, seguido por Estados Unidos, Alemania, Italia y Francia, que son países que tienen un nivel de economía muy fuerte ya que cuentan con la tecnología y nivel de producción suficiente para abastecer a países como Ecuador y el mundo creando un ambiente comercial digno para los Ecuatorianos, se toma como referencia en algunos de estos países en este caso Estados Unidos, ya que es un país con poderosa potencialidad comercial y es reconocido a nivel mundial.

Estos análisis nos da la idea de cómo estos países desarrollados han logrado alcanzar los niveles de producción de acuerdo con el desempeño comercial de cada país lo que es muy grato tener unos competidores dedicados al esfuerzo y sacrificio de sacar sus países adelante por medio de los accesorios decorativos para autos.

3.6.2.5.7. DEMANDA INSATISFECHA

3.6.2.5.8. CONSUMO APARENTE

El consumo nacional aparente representa la cantidad de demanda de un producto de consumo muy frecuente que un país necesita de un promedio al

año, lo cual se establece mediante una fórmula de cálculo de consumo aparente que es producción local, importaciones y exportaciones. Por tanto el objetivo de determinar el Consumo Aparente es llegar a determinar la cantidad de accesorios decorativos para autos que se consumen dentro de este mercado, para lograr establecer por medio de las proyecciones la cantidad de accesorios decorativos para autos que se estima sean consumidos en el transcurso de los siguientes años. De acuerdo con PROECUADOR del área automotriz [2014] en Ecuador, se han ensamblado vehículos por más de tres décadas, desde el año 1973, hasta la fecha actual por tanto no existe fábricas de elaboración accesorios para autos por lo que la producción nacional es cero permitiendo su importación.

Producción nacional + importaciones – exportaciones = CNA

TABLA 13 CONSUMO NACIONAL APARENTE

AÑOS	X (-)	M (+)	PRODUCCIÓN (+)	CNA (OFERTA)	CNA (OFERTA) TULCAN
	(UNI)	(UNI)	(UNI)	(UNI)	(UNI)
2015	5429994	21284915	0	15854921	442
2016	4930739	20621619	0	15690880	434
2017	4431484	19958324	0	15526840	425
2018	3932229	19295028	0	15362799	417
2019	3432974	18631732	0	15198758	408
2020	2933719	17968436	0	15034718	400
TOTAL	25091138	117760054	0	92668916	2527

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Patricio Suárez C.

3.6.2.5.9. CONSUMO PER CÁPITA

El consumo per cápita nos permite establecer el consumo promedio de una sola persona al año, por lo que se parte del consumo aparente para luego dividirla para la población total tal como lo indica la siguiente formula:

$$\text{Consumo Aparente} = \frac{\text{Consumo Aparente}}{\text{Población}}$$

Para el realizar el consumo per cápita se debe tomar muy en cuenta la población del país de destino en este caso se toma la población del cantón Tulcán.

TABLA 14 PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN

PROYECCION DE LA POBLACION	
Años	POBLACION TOTAL TULCAN (40%)
2015	35.834
2016	36.180
2017	36.526
2018	36.872
2019	37.217
2020	37.563
TOTAL	220191

Elaborado por: Patricio Suárez C

Aplicando la fórmula del consumo per cápita se obtiene lo siguiente:

TABLA 15 CONSUMO PER CÁPITA

Años	CNA (OFERTA) TULCAN (UNI)	POBLACION TOTAL TULCAN (40%)	CONSUMO PER CAPITA ANUAL REAL (UNI)
2015	442	35.834	3,0
2016	434	36.180	3,0
2017	425	36.526	3,0
2018	417	36.872	3,0
2019	408	37.217	3,0
2020	400	37.563	3,0
	2527	220191	18

Fuente: INEC

Elaborado por: Patricio Suárez C

3.6.2.5.10. CÁLCULO DE LA DEMANDE INSATISFECHA

La demanda insatisfecha del proyecto es el resultado del residuo entre el consumo aparente y el recomendado, lo cual nos permitirá obtener una idea de la cantidad que se puede respaldar en el proyecto de Importación.

TABLA 16 DEMANDA INSATISFECHA DEL PROYECTO

Años	CNA (OFERTA) TULCAN (UNI)	POBLACION TOTAL TULCAN (40%)	CONSUMO PER CAPITA ANUAL REAL (UNI)	DEMANDA (UNI)	DEMANDA INSATISFECHA
2015	442	35.834	3,0	107500	107057
2016	434	36.180	3,0	108538	108104
2017	425	36.526	3,0	109576	109150
2018	417	36.872	3,0	110614	110197
2019	408	37.217	3,0	111652	111243
2020	400	37.563	3,0	112690	112289
	2527	220191	18	660570	658040

Fuente: INEC, BCE Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Patricio Suárez C

3.6.2.5.11. PRECIO PREFERENCIAL EN EL MERCADO DE TULCÁN

Ofrecer a los distribuidores de Tulcán precios justos en la venta de accesorios para autos creando así que nuestros consumidores nos prefieran más por las mejores condiciones que le brindamos al momento de realizar sus pagos para que adquieran nuestro producto.

LISTA DE PRECIOS EN EL MERCADO DE TULAN	
DETALLE	PRECIOS
Plumas	DE 14 - 35 USD
Aromatizantes	DE 1 - 1,50 USD
Forros de Volante	DE 4 - 29,99 USD

Elaborado por: Patricio Suárez C

3.6.2.5.12. CANAL DE DISTRIBUCIÓN

El canal de distribución más idóneo para la comercialización de accesorios decorativos para autos es el largo o convencional, por lo que los mayoristas actúan como intermediarios entre los fabricantes y minoristas, estos a su vez son intermediarios del producto entre los mayoristas y el consumidor final. (Sánchez, 2013, p.23)

Conseguir por medio de este canal de distribución la flexibilidad para llegar así los diferentes puntos de ventas que existe en la ciudad de Tulcán, dando así a conocer nuestro nuevo producto por la calidad y durabilidad que ofrece cada uno de ellos, optando también a ser reconocido a nivel de todo el país. Utilizando así estrategias alternativas que nos permita usar un canal convencional para llegar más rápido al distribuidor y que él se sienta satisfecho de una entrega rápida y eficiente.

GRÁFICO 5 FORMA DE DISTRIBUCIÓN DE ACCESORIOS DECORATIVOS PARA AUTOS EN TULCÁN ECUADOR



Elaborado por: Patricio Suárez C

De esta manera se realiza la Importación de accesorios decorativos para autos vía marítima hasta el puerto de Manta, donde el Importador recibirá los accesorios decorativos para autos para negociarlos directamente con los mayoristas de destino que este caso son todos los distribuidores del sector Urbano de la ciudad de Tulcán para luego hacer llegar al consumidor final.

3.6.3. ANÁLISIS SITUACIONAL DE ESTADOS UNIDOS

3.6.3.1. FACTORES POLITICOS

De acuerdo con Santander Trade (2014) Estados Unidos se compone de 50 estados que disfrutan de un gran autogobierno y que son entidad política semi soberana.

El factor Político de Estados Unidos está muy bien consolidado por sus representantes cumplen un papel sumamente importante lo que hace pensar que favorece la economía del libre mercado dando facilidades para poder importar accesorios para autos y creando una confianza para poder adquirir los productos sin que afecten las relaciones comerciales entre los dos países tanto de Ecuador como de Estados Unidos.

3.6.3.2. FACTORES LEGALES

3.6.3.2.1. TRATADOS Y CONVENIOS ENTRE ESTADOS UNIDOS Y ECUADOR

El Ecuador hasta el 31 de julio del 2013 termina las relaciones comerciales con Estados Unidos según acuerdo firmado con la Andean trade promotion and drug eradication act (ATPDEA) Sistema de preferencias arancelarias otorgado por Estados Unidos a nuestro país, comprometía a combatir el narcotráfico; Ecuador bajo este mecanismo obtiene acceso preferencial en productos. Los mismos que ayudaban a la liberación del pago de aranceles de diferentes productos según PROECUADOR (2013)

Actualmente, Estados Unidos y Ecuador no mantienen vigentes tratados comerciales que permitan el ingreso de partidas arancelarias de libre pago arancelario, en este caso de accesorios decorativos para autos no existe ninguna restricción arancelaria por lo que se pagara todos y cada uno de los aranceles exigidos por el país Exportador.

3.6.3.2.2. TRÁMITES ARANCELARIOS PARA LA EXPORTACIÓN EN LOS ESTADOS UNIDOS

De acuerdo con Santander Trade (2014) los EE.UU el permiso de Exportación y la aprobación de Exportación son necesarios, los impuestos a la exportación No existen. El despacho de aduana de mercancías Requiere la adhesión a un proceso específico establecido en la Normativa de Administración de la Exportación (Export Administration Regulations, EAR). Según la EAR, el exportador es el responsable de una adecuada utilización del producto, su clasificación, licencias, así como los correspondientes requisitos de exportación. Es obligatoria una apropiada documentación sobre la exportación, rigurosa y completa, los documentos descritos a continuación son los que se requieren para la exportación

- Factura comercial
- Lista de embalaje
- Declaración de exportación del remitente

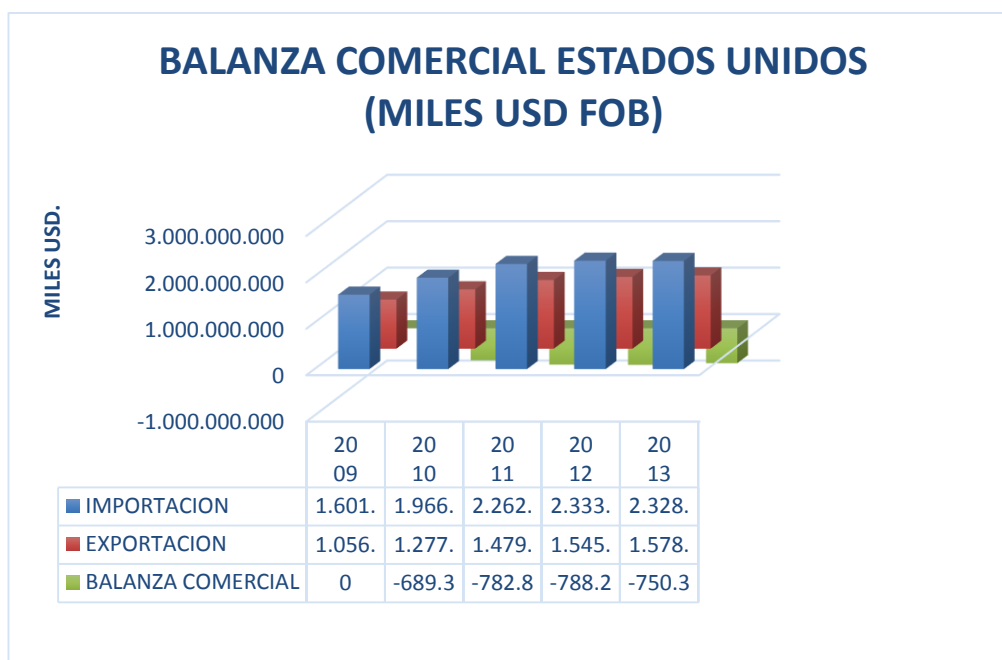
El Formulario 7525-V de la Declaración de Exportación del remitente (Shippers Export Declaration, SED), se utiliza para compilar estadísticas oficiales estadounidenses y se requiere para exportaciones autorizadas por el Ministerio de comercio. Es un formulario obligatorio requerido para todas las exportaciones de los Estados Unidos.

Además los exportadores deben mantener registros por un período de 5 años desde la fecha de la exportación, o de la última exportación o re-exportación y para las declaraciones necesarias de mercancía es un proceso de dos partes que consiste en: (1) rellenar los documentos necesarios para determinar qué mercancía puede evadir la custodia de las aduanas, y (2), rellenar los documentos que contengan información para una evaluación sobre los impuestos y para contabilizar la estadística. Estos dos procesos se pueden llevar a cabo electrónicamente mediante el programa de Interfaz de Agentes Automatizado de los Sistemas Comerciales Automatizados. Con la información obtenida se puede establecer que para exportar de Estados Unidos no existe mayor complicación ya que no existe ninguna restricción y se puede adquirir los accesorios decorativos para autos sin ningún problema.

3.6.3.2.3. BALANZA COMERCIAL DE ESTADOS UNIDOS

Estados Unidos ha mantenido una balanza comercial deficitaria desde el año 2009 – 2013, siendo en el 2013 de USD 750,327 millones. De acuerdo con PROECUADOR (2015) el período analizado, las exportaciones crecieron a un promedio anual del 10.54% mientras que las importaciones crecieron a un ritmo del 9.80%.a nivel FOB. Las principales exportaciones de Estados Unidos son: Tecnología, Vehículos partes y accesorios, Maquinaria, Telefonía, entre otros. Por tanto el país presenta niveles de crecimiento industrial en el área automotriz en los cuales debemos de sacar el mayor provecho para importar accesorios para autos.

GRÁFICO 6 BALANZA COMERCIAL DE ESTADOS UNIDOS

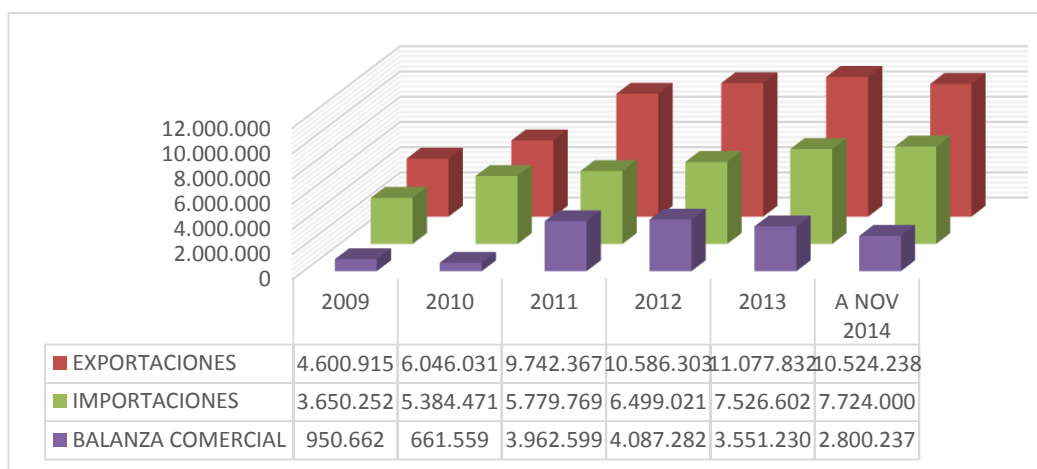


Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversión PROECUADOR
Elaborado por: Patricio Suárez C

3.6.3.2.4. BALANZA ESTADOS UNIDOS CON ECUADOR

En cuanto a la Balanza Comercial No Petrolera, de acuerdo con PROECUADOR (2015) el Ecuador refleja déficit comercial frente a Estados Unidos durante el periodo analizado (2009 – 2013). En el 2013, las importaciones casi duplican a las exportaciones, registrándose valores por USD 4,342 millones y USD 2,548 millones, respectivamente. Para el 2014 (ene-nov), se prevé que el déficit de la balanza comercial no petrolera será un tanto menor al culminar el año con respecto al 2013. En éste periodo las exportaciones ascendieron a USD 3,129 millones, las importaciones a USD 3,890 millones y el déficit equivale a USD 761 millones. Por tanto estos datos nos demuestran que los dos países se encuentran en condiciones similares debido a que el Ecuador está atravesando por las mismas circunstancias lo cual se puede determinar que se puede realizar la importación de accesorios decorativos para autos hacia la ciudad de Tulcán.

GRÁFICO 7 BALANZA ESTADOS UNIDOS CON ECUADOR



Fuente: Instituto de Promoción de Exportación e Inversión PROECUADOR

Elaborado por: Patricio Suárez C

3.6.3.2.5. ECONOMÍA DE ESTADOS UNIDOS

Según Santander Trade (2014) los EE.UU. tiene la economía más grande y tecnológicamente más poderosa del mundo, con un PIB per cápita de 54.609 dólares. En esta economía de mercado, los particulares y las empresas toman la mayoría de las decisiones, y los gobiernos federal y estatal compran bienes y servicios necesarios predominantemente en el mercado privado. Las empresas de negocios de Estados Unidos gozan de una mayor flexibilidad que sus contrapartes en Europa occidental y Japón en las decisiones de ampliar la planta de capital, para desarrollar nuevos productos. Al mismo tiempo, se enfrentan a mayores obstáculos para entrar en mercados de sus rivales que las empresas extranjeras se enfrentan a entrar en los mercados de Estados Unidos.

Por consiguiente Estados Unidos es un país convencido de que el comercio promueve el crecimiento económico, la estabilidad social y la democracia en naciones individuales y promueve, además, unas mejores relaciones internacionales, toda esta información es de vital importancia para garantizar que la importación de accesorios para autos de Estados Unidos es sumamente confiable y abaliza la calidad de los productos que produce y

cuenta con el stock suficiente para poder abastecer al Ecuador en especial a la ciudad de Tulcán.

3.6.3.2.6. POSICIÓN ARANCELARIA DEL PRODUCTO EN LOS ESTADOS UNIDOS.

Según Santander Trade (2014) los EE.UU. tienen una posición arancelaria de accesorios decorativos para autos que va desde la partida 8701 hasta la partida 8708.99.99.90 y señala la existencia de Tarifas Arancelarias para el ingreso de productos del 6,4% para países con quienes Estados Unidos, no mantiene acuerdos y convenios comerciales, y de carácter libre para quienes posee algún tipo de acuerdo:

TABLA 17 CAPITULO 87: VEHÍCULOS AUTOMÓVILE, TRACTORES, VELOCÍPEDOS Y DEMÁS VEHÍCULOS TERRESTRES, SUS PARTES Y ACCESORIOS

Capitulo 87: Vehículos automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios	
87.01	Tractores(excepto las carretillas tractor de la partida87.09)
87.02	Vehículos automóviles para transporte de diez o más personas, incluido el conductor
87.03	Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de las partidas 87.02), incluidos los del tipo familiar (break o station wagon) y los de carreras.
87.04	Vehículos automóviles para transporte de mercancías
87.05	Vehículos automóviles para usos especiales excepto los concebidos principalmente para el transporte de personas o mercaderías.
87.07	Carrocerías de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05, incluidas las cabinas
87.08	Partes y accesorios de vehículos automóviles de las partidas 87.01 a 87.05
87.09	Carretillas automóviles sin dispositivos de elevación del tipo de las utilizadas en las fábricas, almacenes, puertos y aeropuertos, para transporte de mercancías a corta distancia, carretillas tractor de los tipos de los utilizados en estaciones ferroviarias; sus partes

Fuente: Santander trade (Estados unidos)

Elaborado por: Patricio Suárez C

3.6.3.2.7 FACTORES SOCIO ECONÓMICOS DE ESTADOS UNIDOS

Tabla 18 FACTORES SOCIOECONÓMICOS DE ESTADOS UNIDOS

INDICE	INDICADOR	FECHA
Población	318,892,103	Julio 2014 est.
Crecimiento poblacional	0.77%	2014 est.
Capital	Washington D.C.	
Principales Ciudades	New York, Los Ángeles, Chicago, Miami, Washington D.C.	
PIB	18.286,69 17.437,86 16.724,27	2015 est. 2014 est. 2013 est.
PIB a precio constante	USD 14.83 millones	1012 est.
Crecimiento PIB	3,1% 2.6% 1,6% 2.8%	2015 est. 2014 est. 2013 est. 2012 est
PIB per cápita	USD 57.045	2015 est.
Composición del PIB por sector	Agricultura: 1.6%	2014 est.
Industria:	16.7%	2014 est.
Servicios:	81.2%	2014 est.
Moneda oficial	Dólar (USD)	
Tasa de Inflación anual	2.1%	2015 est.
Inversión Bruta (% PIB)	12.1%	2011 est.
Stock de dinero	USD 12.99 billones	2012 est
Reservas de moneda internacional y	USD 148 mil millones	2011 est.

Fuente: Santander trade 2014, PROECUADOR 2013.

Elaborado por: Patricio Suárez C

El PIB de Estados Unidos en los últimos años ha ido creciendo como se demuestra la gran diferencia entre el año 2013 que fue de 1.6% a diferencia al 2014 que es de 2.6% para el 2015 cuenta con un 3.1% debido a que este país ha tenido que sufrir la crisis financiera del 2009 Gracias a un plan de estímulo fiscal y monetario de largo alcance que permitió el incremento del consumo de los hogares, entre otros elementos, la economía se recuperó en 2010, pero le cuesta elevarse desde entonces esta información da una clara idea de que Estados Unidos tiene un nivel económico que ha ido aumentando paulatinamente logrando ser el primer importador y el segundo exportador mundial de mercancías y el primer importador y exportador mundial de

servicios comerciales. Con estas características garantizan que se puede importar accesorios decorativos para autos hacia el Ecuador.

Para noviembre del 2012 Obama en su reelección realiza el presupuesto para el año fiscal 2013 entregó los recursos federales a los sectores más críticos para asegurar el crecimiento de la economía y reequilibrar la fiscalidad en provecho de la clase media. De esta forma, se le da prioridad a la educación, al reforzamiento de las capacidades de los trabajadores, a la innovación, la investigación y desarrollo, a la energía verde y las infraestructuras. A nivel Industrial Estados Unidos cuenta con un mercado muy diversificado, innovador líder mundial, de alta tecnología, la segunda más grande de la producción industrial en el mundo, cuenta con 16,7% en las que están incluidas, el acero, los automóviles partes y accesorios, aeroespacial, telecomunicaciones, productos químicos, electrónica, procesamiento de alimentos, bienes de consumo, la madera, la minería entre otras, generando mayores ingresos al país. Estos datos aportan al proyecto de muy buena manera para poder adquirir los accesorios con mayor confianza.

3.6.4. PRODUCTO, MERCADO DE ESTADOS UNIDOS

El mercado de estados Unidos es muy variado ya que cuenta con las mejores industrias a nivel mundial de accesorios para autos garantizando así un mayor comercio internacional tal es el caso de Auto Parts Warehouse es una de las principales industrias de piezas de automóviles en línea y distribuidores de accesorios en los Estados Unidos. El promedio de sitio 2 millones de visitantes únicos cada mes.

Cuenta con un amplio catálogo de más de 550.000 piezas de automóviles y accesorios de los principales fabricantes del mercado de accesorios para adaptarse a todas las marcas nacionales y extranjeras y modelos. Y ofrecen estos productos a precios de descuento para importadores. Compras en Auto Parts Warehouse es muy favorable ya que

ofrece el presupuesto que usted no será capaz de encontrar en otro sitio, incluyendo: Garantía de ajustes de precios, envíos, una variedad de flexibles de pago, planes y garantía extendida opciones.

Puesto que la satisfacción del cliente de la zona de Tulcán es nuestra máxima prioridad, no sólo vender las piezas a precios de descuento masivo. La utilización de varios almacenes ubicados estratégicamente en los Estados Unidos. (autopartswarehouse,2015)

3.6.4.1. PRECIO REFERENCIAL DEL PRODUCTO EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS.

De acuerdo con Auto Parts Warehouse (2015) los principales productos de Estados Unidos que la ciudad de Tulcán genera demanda son los que presentan gran atracción al cliente como es el caso de: forros de asiento, plumas, pitos, cubiertas de volantes, luces Led, moquetas, entre otros. Con precios para importador tal como lo indica la siguiente tabla:

TABLA 20 PRECIO REFERENCIAL ESTADOS UNIDOS

PRODUCTO	PRECIO DE LISTA (USD)	PRECIO IMPORTADOR (USD)	AHORRO (USD)
PLUMAS	\$ 25,77	\$ 22,67 Todas las Medidas	\$ 3,10
CUBIERTA DE VOLANTE	\$24,29	\$ 21,18	\$3,81
CAR AIR FRESHENER PRECIO IMPORTADOR	\$ 1	\$ 0,25	\$,075
DESCUENTOS			
COMPRA	100 - 500 UNIDADES		30%
DE	501 - 1000		40%
ACCESORIOS	1001 - 2000 en Adelante		50%

Fuente: Auto Parts Warehouse (2015)

Elaborado por: Patricio Suarez C

En esta lista de precios constan los artículos que más se comercializan a nivel de Tulcán Ecuador y se venden a nivel de Estados Unidos, por el cual el precio de importador es el que se va tomar como referencia para que este proyecto tenga el beneficio esperado. Teniendo en cuenta las características

adecuadas de descuentos que son muy importantes para los accesorios decorativos tenga un valor agregado y de calidad que esté acorde con el mercado de Tulcán, garantizando el producto para asegurar el ingreso al mercado Ecuatoriano de una manera ágil y oportuna.

CARACTERÍSTICAS DE LOS ACCESORIOS DECORATIVOS PARA AUTOS

- Ofrecen una forma económica de añadir un toque personal a su vehículo.
- Las cubiertas de volante son resistentes al daño del sol y el agua, el moho y las manchas.
- Respaldo por una garantía de 1 año
- Hecha de un material durable de vinilo con textura; Especialmente formulado para eliminar el olor a caucho fuerte a menudo asociado con las cubiertas del volante.
- Las plumas son elaboradas con el puente de acero de gran espesor que resiste el abuso, así como el borde que limpia Dura Klear extra-gruesa que se mantiene flexible en el más frío.

3.6.4.2. OFERTA EXPORTABLE DE ACCESORIOS DECORATIVOS PARA AUTOS

Para proyectar la oferta se tomó un porcentaje creciente que va desde 18% en aromatizantes, el 20% en plumas y el 62% en forros de volante, para lo cual la empresa Suarez Cía. Ltda., pretende cubrir parte de la demanda insatisfecha del mercado de Tulcán.

De acuerdo con la información recopilada la empresa Auto Parts Warehouse está en la capacidad de proveer todo el stock necesario ya que cuenta con una gran variedad de productos, suficiente para abastecer el mercado local e internacional. En este caso se ha tomado como productos de importación los siguientes: 4368 unidades de aromatizantes equivalen a 4 cajas, 3520 unidades que equivalen a 8 cajas cualquier numeración y 3744 unidades de forros de volantes equivalentes a 24 cajas diferentes modelos, cabe mencionar que va con los respectivos descuentos de acuerdo con el

monto de compra que es del 30%,40% y 50%, logrando obtener la oferta exportable en la cual se va realizar los pedidos correspondientes.

TABLA 19 OFERTA EXPORTABLE DE ACCESORIOS DECORATIVOS PARA AUTOS

Producto	Ventas Anuales en Cajas – Proyección					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cajas de accesorios PLUMAS	8	12	16	20	24	28
Cajas de accesorios AROMATIZADORES	4	8	12	16	20	24
Cajas de accesorios FORROS	24	28	32	36	40	44
TOTAL	36	48	60	72	84	96

AÑOS	OFERTA USA ACCESORIOS			
	PLUMAS	AROMATIZADORES	FORROS VOLANTES	TOTAL
2015	3520	4368	3744	11632
2016	5280	8736	4368	18384
2017	7040	13104	4992	25136
2018	8800	17472	5616	31888
2019	10560	21840	6240	38640
2020	12320	26208	6864	45392

Elaborado por: Patricio Suárez C

3.6.5. ANÁLISIS FODA DE LA IMPORTADORA SUÁREZ CIA. LTDA.

Fortalezas

Profundidad del surtido de mercaderías.

Lealtad de clientes fijos.

Políticas de descuentos especiales a buenos clientes.

Personal altamente capacitado.

Garantía y venta para satisfacer al cliente

Oportunidades

Crecimiento de comercialización de vehículos

Innovación en el mercado

Leyes gubernamentales

Debilidades

Falta de exhibición comercial

Imagen de la compañía

Exclusividad en zonas

Consumidores finales insatisfechos por calidad de productos

Logística de entrega de productos

Amenazas

Mercado atractivo para competidores

Ingreso de nuevas marcas

Competidores actuales mejor organizados

Batalla de precios

De acuerdo al análisis FODA podemos llegar a la siguiente matriz

3.6.5.1. ANÁLISIS FODA

TABLA 20 ANÁLISIS FODA

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
FACTORES INTERNOS	Profundidad del surtido de mercaderías. Lealtad de clientes fijos. Políticas de descuentos especiales a buenos clientes. Personal altamente capacitado. Garantía y venta para satisfacer al cliente.	Falta de exhibición comercial Imagen de la compañía Exclusividad en zonas Consumidores finales insatisfechos por calidad de productos Logística de entrega de productos
FACTORES EXTERNOS		
OPORTUNIDADES	FO	FD
Crecimiento de comercialización de vehículos. Innovación en el mercado Leyes gubernamentales	Fortalecer alianzas con clientes y captar nuevos	Creación de marcas líderes.
AMENAZAS	FA	FD
Mercado atractivo para competidores Ingreso de nuevas marcas Competidores actuales mejor organizados Batalla de precios	Fortalecer servicio post venta.	Mejorar calidad de productos e impulsar exhibición.

Elaborado por: Patricio Suárez C

3.6.5.2 OPORTUNIDADES Y AMENAZAS

OPORTUNIDADES

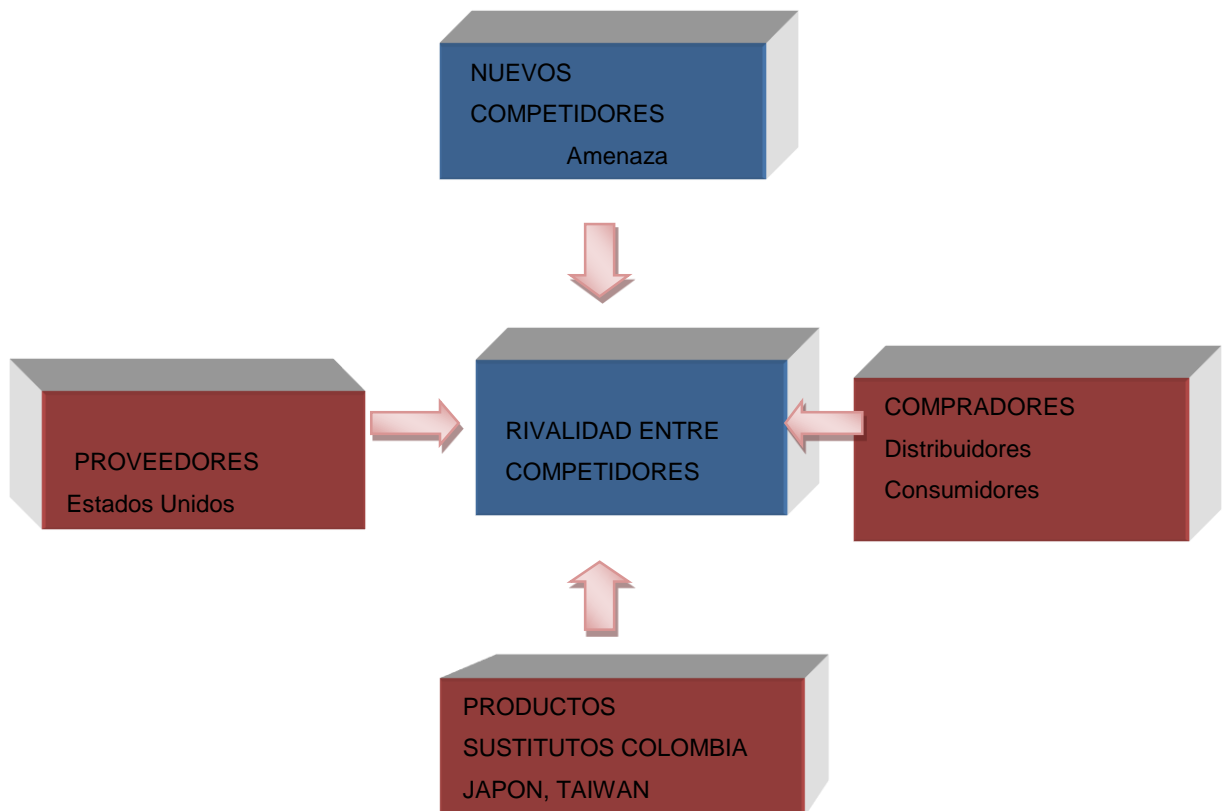
- Con la tasa de interés activa baja, aumenta las opciones de acceder a un préstamo y realizar nuevas inversiones.
- El aumento del PIB en el segundo trimestre es de 23,081 mil millones en el 2013 es una oportunidad para la empresa ya que los ingresos por el rubro de transporte tienen un valor significativo demostrando que el dinero se invierte en vehículos y por ende en accesorios para autos.
- La demanda agregada controla la economía del país con esto se trata de aumentar el PIB y mantener una inflación baja y estable.
- Es una oportunidad para la empresa ya que las políticas comerciales abre las puertas a la importación, teniendo ventajas para traer accesorios del extranjero a precios de fábrica.
- La cultura en que se desenvuelve el país tiene una tendencia que se dirige a comprar artículos por curiosidad, porque llama la atención eso brinda una gran oportunidad para incrementar las ventas en la empresa.

AMENAZAS

- La estabilidad de la inflación que es del 3.67% en el año 2014 tiene que ver directamente con el aumento de los gastos operacionales de la empresa Importadora Suarez.
- Si la tasa de interés es alta, se tendrá mayor costo financiero al momento de realizar un préstamo.

- Con un sueldo menor las personas tiene prioridad en sus gastos, adquiriendo únicamente los productos de consumo básico.
- Disminución de las fuentes de trabajo, ya que una empresa siempre empieza con bajos valores de ganancia y se debe reducir el personal.

3.6.5.3 MODELO DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER



1. Poder de negociación de los Compradores o Cliente

Se hace referencia a que en un sector de la economía entran nuevas empresas, la competencia aumentará, logrando que los precios de los productos de la misma clase disminuyan; también, ocasionará un aumento en los costos ya que si la organización desea mantener su nivel en el mercado deberá realizar gastos adicionales.

Todo depende de la cantidad de compradores que exista ya que depende del volumen de compra, escases del producto, productos especiales etc. Por lo tanto este análisis del poder de negociación de los consumidores nos permite establecer estrategias diseñadas a captar en gran número de clientes para lograr obtener lealtad y fidelidad de los mismos. (Cinco Fuerzas de Porter, 2013)

2. Poder de negociación de los Proveedores

Representa a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc. La capacidad de negociar con los proveedores, se considera generalmente alta por ejemplo en cadenas de supermercados y distribuidores mayoristas que pueden optar por una gran cantidad de proveedores, en su mayoría particulares.

También depende mucho del volumen de compra, los accesorios decorativos para autos no tienen ninguna dificultad debido a que los proveedores tienen los debidos conocimientos de negociación y conocen muy bien sus productos. (Cinco Fuerzas de Porter, 2013)

3. Amenaza de nuevos competidores entrantes

Este punto se refiere a las barreras de entrada de nuevos productos o competidores. Cuanto más fácil sea entrar mayor será la amenaza. O sea que si se trata de montar un pequeño negocio será muy fácil la entrada de nuevos competidores. La posibilidad y facilidad con la que pueden entrar nuevos competidores es un elemento importante para medir la rentabilidad de un mercado. Esta facilidad o dificultad está determinada por las barreras de entrada. Las barreras pueden ser de muchos tipos y pueden dificultar o impedir la entrada de nuevos competidores. Estas barreras pueden ser naturales o creadas.

Se analiza la amenaza de nuevos competidores en el proyecto se puede determinar que existen barreras de entrada que impiden el ingreso de los

competidores, con una nueva búsqueda de las economías de escala, conocimientos especializados y la obtención de tecnologías que permiten establecer estrategias aplicables a los competidores. (Cinco Fuerzas de Porter, 2013)

1. Amenaza de productos sustitutos

Hace referencia al elevado número de empresas que venden productos sustitutos en nuestro caso a los distribuidores los cuales permiten fijar los precios en solitario y suponen normalmente alta rentabilidad. Por otro lado, mercados en los que existen muchos productos iguales o similares, suponen por lo general baja rentabilidad. En este análisis nos permite diseñar estrategias de mercado como es la garantía que tiene el producto, calidad y durabilidad lo que nos hace muy buenos competidores con el resto de productos a nivel mundial, de ahí que claramente existen preferencias ya que Estados Unidos es una gran potencia mundial y garantiza sus productos ya que es reconocido a nivel mundial. (Cinco Fuerzas de Porter, 2013)

2. Rivalidad entre los competidores

Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa. Es este caso de acuerdo con el análisis de rivalidad de los competidores, permitiendo realizar la comparación de estrategias con las demás empresas rivales, para poder identificar y corregir los errores de las estrategias para lograr una ventaja competitiva. (Cinco Fuerzas de Porter, 2013)

3.6.6. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

3.6.6.1. PROYECCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE ACCESORIOS DECORATIVOS PARA AUTOS DESDE ECUADOR HACIA EL MUNDO

Las proyecciones de las Exportaciones para llevar a cabo este estudio se lo realiza mediante el método de los mínimos

cuadrados como se lo observa en el Anexo No. 2 Después de aplicar la fórmula y de haber obtenido los resultados estimados se obtienen los siguientes datos:

TABLA 21 PROYECCIÓN DE EXPORTACIONES DE ACCESORIOS DECORATIVOS AUTOS

PROYECCIÓN DE EXPORTACIONES DE PLUMAS	
Años	UNIDADES
2015	402418
2016	365418
2017	328418
2018	291418
2019	254418
2020	217418

Elaborado por: Patricio Suárez C

PROYECCIÓN DE EXPORTACIONES DE AROMATIZANTES	
Años	UNIDADES
2015	4875461
2016	4427192
2017	3978923
2018	3530654
2019	3082385
2020	2634116

Elaborado por: Patricio Suárez C

PROYECCIÓN DE EXPORTACIONES DE FORROS DE VOLANTE	
Años	UNIDADES
2015	152114
2016	138128
2017	124142
2018	110156
2019	96170
2020	82184

Elaborado por: Patricio Suárez C

Se puede observar que las exportaciones en los tres productos que van desde el 2015 a 2020 van disminuyendo, lo que se exportarán hasta el 2019 la cantidad de 82184 unidades de forros de volante, 2634116 unidades de aromatizantes y 217418 unidades de plumas. Por tal motivo los tres productos exportables tienen una demanda que debe ser cubierta por el mercado de Estados Unidos.

3.6.6.2. PROYECCION DE LAS IMPORTACIONES DE LA PARTIDA 8708.99. 99.90 DESDE ESTADOS UNIDOS HASTA ECUADOR

Las proyecciones de las Importaciones para llevar a cabo este estudio se lo realiza mediante el método de los mínimos cuadrados.

TABLA 22 PROYECCIÓN DE IMPORTACIONES

Luego de aplicar la fórmula y obtenido los resultados correspondientes como podemos observar en el Anexo No 3, se obtienen los siguientes datos:

TABLA 23 PROYECCIÓN DE IMPORTACIÓN DE ACCESORIOS PARA AUTOS

PROYECCIÓN DE IMPORTACIÓN DE UNIDADES DE PLUMAS	
2015	1577434
2016	1528277
2017	1479120
2018	1429963
2019	1380806
2020	1331649

Elaborado por: Patricio Suárez C

PROYECCIÓN DE IMPORTACIÓN DE UNIDADES DE AROMATIZANTES	
2015	19111212
2016	18515654
2017	17920097
2018	17324539
2019	16728982
2020	16133424

Elaborado por: Patricio Suárez C

PROYECCIÓN DE IMPORTACIÓN DE UNIDADES DE FORROS DE VOLANTE	
2015	596270
2016	577688
2017	559107
2018	540526
2019	521944
2020	503363

Elaborado por: Patricio Suárez C

Como se puede observar las importaciones de accesorios decorativos para autos a partir del 2015 al 2019 se han ido disminuyendo considerablemente, si tomamos los datos del último año tendríamos que para el 2019 se importara 503363 unidades de forros de volante, 16133424 unidades de aromatizantes y 1331649 unidades de plumas. Por lo cual indica que este mercado es excelente para la venta de este producto.

3.6.7.3 DEMANDA EFECTIVA

La demanda efectiva es el volumen de existencias solicitado o pedido al almacén durante un período de tiempo, es decir, la cartera de pedidos o lo que se ha demandado al almacén en un lapso de tiempo. (Parra, 2005, p71)

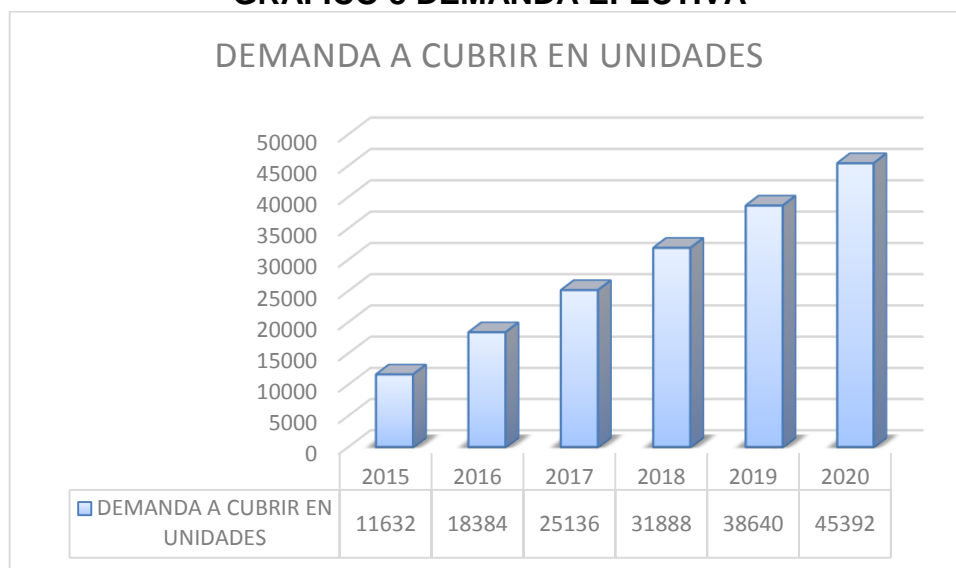
Esta demanda efectiva estará considerada como la demanda a ser cubierta por la importación de accesorios decorativos para autos

TABLA 24 DEMANDA EFECTIVA

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PROYECTO	
		Oferta (UNI)	% DE COBERTURA
2015	107057	11632	10,8%
2016	108104	18384	16,9%
2017	109150	25136	22,9%
2018	110197	31888	28,8%
2019	111243	38640	34,6%
2020	112289	45392	40,3%
TOTAL	658040	171072	25,898%

Elaborado por: Patricio Suárez C

GRÁFICO 8 DEMANDA EFECTIVA



Elaborado por: Patricio Suárez C

Para establecer la oferta de accesorios decorativos para autos que cubrirá la empresa Suárez Cía. Ltda. Se pretende comenzar con la importación de 11632 unidades en el primer año cubriendo un porcentaje de 10,8%, en el segundo año se importará 18384 unidades, cubriendo un porcentaje del 16,9%; para el tercer año se importará 25136 unidades con un porcentaje de 22,9%; el cuarto año se importará 31888 unidades con un porcentaje de 28,8%; el quinto año se importará 38640 unidades cubriendo el 34,6%; para el sexto año se importará 45392 unidades con un porcentaje del 40,3% de la demanda total.

Se debe considerar que la empresa Suárez Cía. Ltda. No se encuentra posicionada en el mercado, lo más factible es tomar datos indicados anteriormente para lograr importar solo lo que más se venda para así posicionarse en el mercado poco a poco y luego de haberse posicionado aumentar paulatinamente los porcentajes de acuerdo con la demanda existente.

3.6.7. VALIDACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Los accesorios decorativos para autos está en la posibilidad de satisfacer parte de la demanda constante y creciente en la ciudad de Tulcán, el consumidor carchense por defecto es un consumidor potencial gracias a las diferentes costumbres adquiridas por el sector.

Al existir una aumentada población activa de consumidores que demandan anualmente 11632 unidades, mientras que el proyecto está en capacidad de cubrir un 10,8% de la demanda insatisfecha que servirán para satisfacer parte del consumo de los distribuidores existentes en la ciudad de Tulcán Ecuador.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- ✓ Se evidenció que una gran mayoría de locales encuestados prefieren comprar sus productos por la calidad mientras que el 40% restante se va por los precios accesibles que nos permite equilibrar el precio de nuestros productos con el mercado, creando la posibilidad de traer un buen producto a precios cómodos de una manera rápida y oportuna.

- ✓ Según las encuestas realizadas se logró establecer que todos los productos tienen muy buena acogida para poder ser incorporados en el mercado de Tulcán, pero se ha determinado que plumas, aromatizantes y forros de volante son los más utilizados por lo tanto queda demostrado que si existe una demanda que debe ser cubierta en su gran parte para abastecer el mercado de Tulcán.

- ✓ Existe una demanda insatisfecha alta por el cual debe de ser cubierta, siendo un proyecto viable para el sector automotriz, en especial para los distribuidores de la ciudad de Tulcán, el cual se puede captar con una adecuada promoción.
- ✓ Inmediatamente realizado el análisis de la información primaria y bibliográfica, queda comprobado su requerimiento en los centros de distribución, quienes manifestaron la posibilidad de adquirir los accesorios decorativos para autos provenientes de Estados Unidos por su gran calidad y durabilidad de los mismos.
- ✓ La zona urbana del cantón Tulcán – Ecuador por estar en frontera Norte cuenta con una gran oportunidad de comercialización ya que los accesorios decorativos para autos pueden ser distribuidos en las provincias, al país vecino como es Colombia y generando un valor agregado.
- ✓ El actual desconocimiento de los procesos y costos de importación de los distribuidores de accesorios decorativos para autos de la zona urbana del cantón Tulcán – Ecuador, limita generar mayores ingresos por tal motivo se pierde la diversificación del mercado creando nuevas formas de presentación del producto.

4.2 RECOMENDACIONES

- ✓ Realizar un permanente seguimiento por medio de sondeos de mercado para determinar las necesidades de los distribuidores e identificar el nivel de satisfacción con los servicios brindados por parte de la Importadora Suárez Cía. Ltda.
- ✓ Los accesorios que se importan desde Estados Unidos deben estar enfocados a adquirirlos por su calidad y precio, ya que son estos los

factores determinantes que prefieren los consumidores de la ciudad de Tulcán.

- ✓ Aplicación de estrategias competitivas muy bien planificadas en el presente proyecto, para el progreso y bienestar de la empresa Importadora Suárez Cía. Ltda.
- ✓ Establecer un seguimiento constante en la parte financiera de la empresa Importadora en donde se pueda realizar la respectiva comprobación de los periodos de pago establecidos por las deudas adquiridas y sus respectivas ganancias obtenidas.
- ✓ Beneficiarse al máximo del país desarrollado como es el caso de Estados Unidos analizando sus operaciones comerciales como también el crecimiento poblacional, el PIB, industrias existentes, los tratados comerciales, entre otros por lo que nos ayuda a determinar el mercado del cual se pretende importar y qué medidas se pueden tomar para que exista la debida factibilidad en el proyecto.
- ✓ Favorecer al distribuidor de la zona norte del cantón Tulcán facilitándole los accesorios para autos por medio de la importación para que se beneficie directamente al momento de crear una oferta exportable que esté acorde con los competidores y así diversificar los mercados.

V. PROPUESTA

5.1. PROPUESTA

Estudio de factibilidad para la comercialización de accesorios decorativos para autos desde San Diego California- Estados Unidos que permitirá abastecer parte la demanda requerida en la ciudad de Tulcán.

5.2. JUSTIFICACIÓN

La evolución de la industria del sector Automotriz en el Ecuador durante los últimos años crece considerablemente siendo una de las más importantes a nivel mundial. Como Estados Unidos mantiene relaciones comerciales con el país, es muy factible importar accesorios decorativos para autos para satisfacer parte de la demanda insatisfecha en la ciudad de Tulcán.

De acuerdo con el análisis de factibilidad de Importación de accesorios decorativos para autos desde San Diego California Estados Unidos, permite la importancia de justificar la inversión financiera, económica y técnica en la colocación de accesorios decorativos para autos en el mercado de Tulcán, para lo cual se debe de considerar los gustos y preferencias de los consumidores en el mercado; realizando un análisis total de los consumidores y distribuidores con el fin de ingresar con un producto de alta calidad y durabilidad para obtener una buena competitividad.

Toda esta información se obtendría al realizar el análisis económico financiero podremos visualizar la sostenibilidad y rentabilidad del proyecto justificando la aplicación de estrategias de comercialización internacional. Estos datos admitirán establecer las condiciones de logística adecuadas para que los accesorios decorativos para autos lleguen al mercado de Tulcán sin ninguna restricción para ser comercializados directamente a los distribuidores.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un estudio de factibilidad de Importación de accesorios decorativos para autos desde San Diego California- Estados Unidos hacia la ciudad de Tulcán.

5.3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- ✓ Fundamentar teóricamente sobre un estudio de factibilidad de Importación de accesorios decorativos para autos desde San Diego California- Estados Unidos hacia la ciudad de Tulcán.
- ✓ Desarrollar estrategias de mercado para la comercialización del producto en el mercado de Tulcán.
- ✓ Analizar un plan logístico para el manejo de la mercadería de manera ágil y oportuna.
- ✓ Evaluar un estudio financiero para determinar la rentabilidad del proyecto de investigación.

5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA

5.4.1. ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico es fundamental en un proyecto de inversión, ya que es en este donde se estudia la localización y tamaño óptimo de las instalaciones; enseñando así todos los factores influyentes para el buen desarrollo del proyecto, entre los cuales se pueden encontrar los distintos agentes que influyen en la compra de la mercadería, vehículo y equipos de oficina, así como la calendarización de la adquisición de estas, los diferentes métodos para determinar el tamaño del local, los métodos para su localización, y los métodos de distribución.

5.4.1.1. UBICACIÓN

Para establecer la ubicación exacta de la empresa Importadora Suarez Cía. Ltda. Se debe realizar un análisis estratégico del sector donde se tomará

en cuenta lo económico y facilidad para el ingreso y salida de las mercadería para lo cual se ha escogido el sector sur de la ciudad de Tulcán conjunto habitacional Marymont, por cual se puede realizar un rápido y fácil desplazamiento de la mercadería hacia los distribuidores en el despacho de los accesorios decorativos para autos.

5.4.1.2. MACROLOCALIZACIÓN

La empresa de Importación Suarez Cía. Ltda. se ubica de acuerdo a la siguiente información: Su localización, el Ecuador está ubicado al noroccidente de América del Sur, entre Colombia, Perú y el Océano Pacífico. Entre sus límites: Ecuador limita al Norte con Colombia, al Sur y al Este con Perú, y al Oeste con el Océano Pacífico.

Ecuador Continental: 1°27'06" latitud norte; 5°0'56" latitud sur; entre las longitudes 75°11'49" y 81°0'40" oeste. Población aproximada año 2013. 14 millones de habitantes (INIAP, 2013).

GRÁFICO 9 VISTA SATELITAL DE UBICACIÓN



Fuente: http://1.bp.blogspot.com/I1WSc1AmnhY/T6XwDEG7_pi/AAAAAAAAAQfY/wRLQKdHpHng/s320/3.b.+Sudam%C3%A9rica.+Ubicaci%C3%B3n+de+ECUADOR++en+Sudam%C3%A9rica,+Vista+Satelital++2012.jpg.

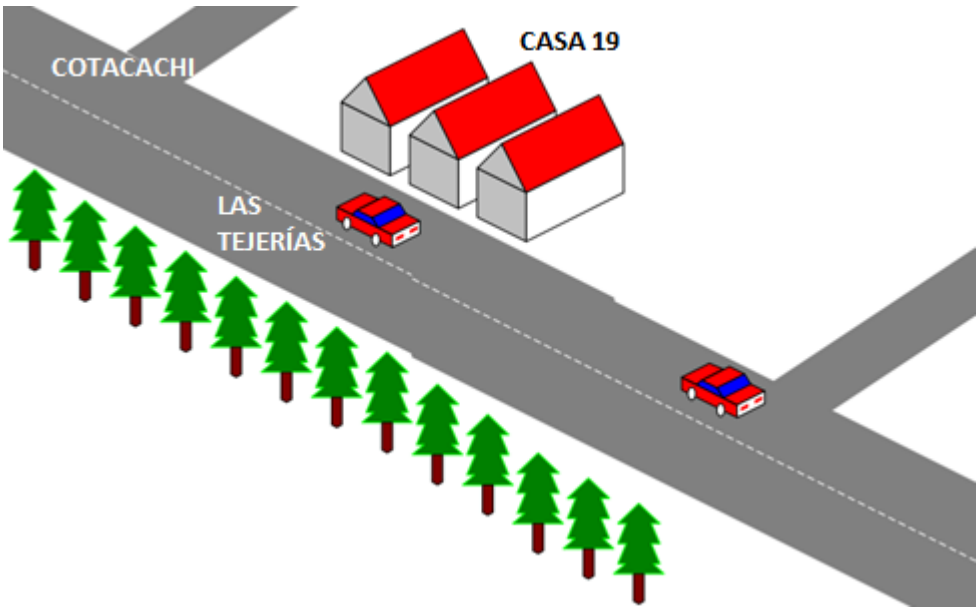
5.4.1.3. MICROLOCALIZACIÓN

De acuerdo con La Asociación de Municipalidades Ecuatorianas [AME] (2014) Tulcán se asienta hoy en lo que fue territorio de la nación Pasto de origen Caribe, que se extendió entre el norte del valle del Chota (río Mira) y el sur de Pasto (entre los ríos Angasmayo y Guáytara) en Colombia. con una

superficie de 1.677,8 Km². Sus límites son: al norte Colombia, la ciudad de Ipiales, al sur con los cantones Huaca, Montúfar, Espejo y Mira, al este con Colombia y la provincia de Sucumbíos, al oeste con Colombia, y la provincia de Esmeraldas. Tulcán es una de las ciudades más hospitalaria del país, por tanto es conocida como "Centinela del Norte". Está a 7 km de la frontera colombiana; es decir, del Puente Internacional de Rumichaca.

La ubicación de la Importadora Suarez Cía. Ltda., será en el sector sur de la ciudad entre las Calles: las Tejerías y Cotacachi (Conjunto Marymont, casa 19.) con una construcción de 80 metros cuadrados tal como lo muestra la siguiente gráfica:

GRÁFICO 10 MICROLOCALIZACIÓN



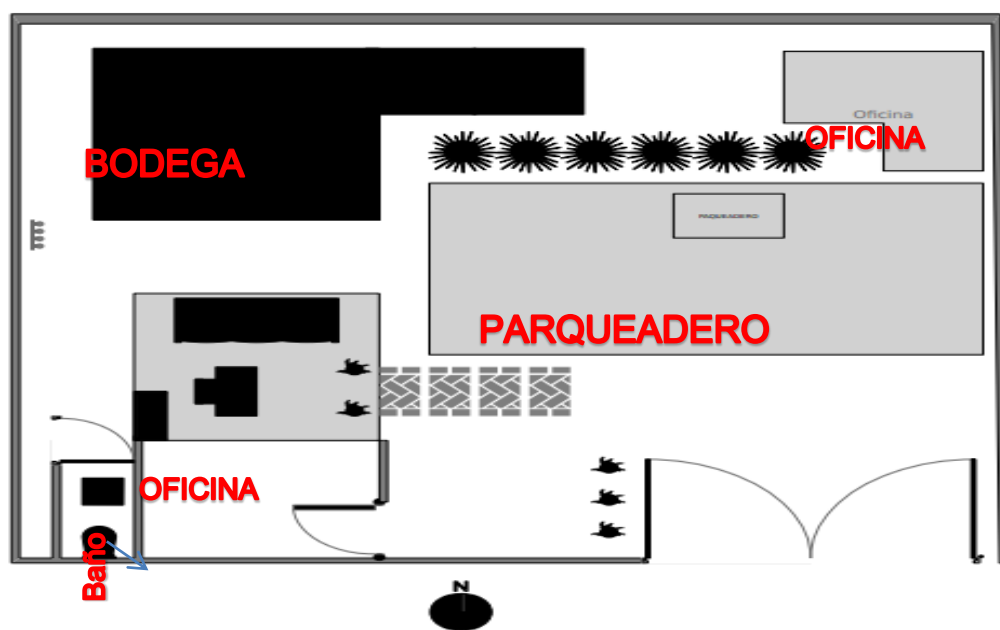
Elaborado por: Patricio Suárez C

Para poner en marcha este proyecto, se pretende utilizar instalaciones en arriendo, para que el producto pueda ser organizado de mejor manera en el espacio adecuado al momento de que llegue la mercadería teniendo un costo de \$400 USD.

5.4.1.4. TAMAÑO DE LA INFRAESTRUCTURA

Para determinar el tamaño de la empresa es necesario equilibrar la capacidad instalada y la capacidad utilizada con el propósito de que estas áreas no sean subutilizadas, con la demanda requerida del producto. La infraestructura del local está diseñada por una oficina principal de 8 por 10 m², de una bodega de 15 por 10 m² y un baño. Además cuenta con un parqueadero de 2.50 metros con circulación vehicular, estas dimensiones permitirán tener un adecuado manejo de todo el proceso, desde el acopio del producto, empaque, embalaje y distribución del mismo.

GRÁFICO 11 TAMAÑO DE LA EMPRESA



Elaborado por: Patricio Suárez C

5.4.1.5. DESPACHO DE LA MERCADERIA

La importadora Suarez Cía. Ltda. debe contar con un sitio en la zona para la ubicación de las mercaderías que están listas para ser entregadas a los distribuidores. Se pretende obtener un vehículo que servirá para realizar las entregas en los diferentes locales de la ciudad de Tulcán.

GRÁFICO 12 DESPACHO DE LA MERCADERIA



Elaborado por: Patricio Suárez C

5.4.1.6. PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

La tecnología es sumamente importante en la cual se registra todos inventarios, base de datos en las cuales estén registrados los consumidores para brindarles una mejor atención se debe de contar con el local debidamente organizado como lo indica la siguiente tabla.

TABLA 25 PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

Activos Fijos - Inversión Fija			Año 2015
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios - Infraestructura			
Maquinaria y Equipo			8.000,00
vehículo	1	8.000,00	8.000,00
Muebles y Enseres			2.002,00
Escritorio	2	380,00	760,00
Silla giratoria	2	93,00	186,00
Silla para 4 personas	2	275,00	550,00
Archivador	2	120,00	240,00
Calculadora	1	69,00	69,00
Fax	1	45,00	45,00
Teléfono	2	76,00	152,00
Equipo de Computo			2.070,00
Computadora	2	900,00	1.800,00
Impresora	1	270,00	270,00
Total Activos Fijos - Inversión Fija			12.072,00

Elaborado por: Patricio Suárez C

5.4.1.7. EMPAQUE Y EMBALAJE

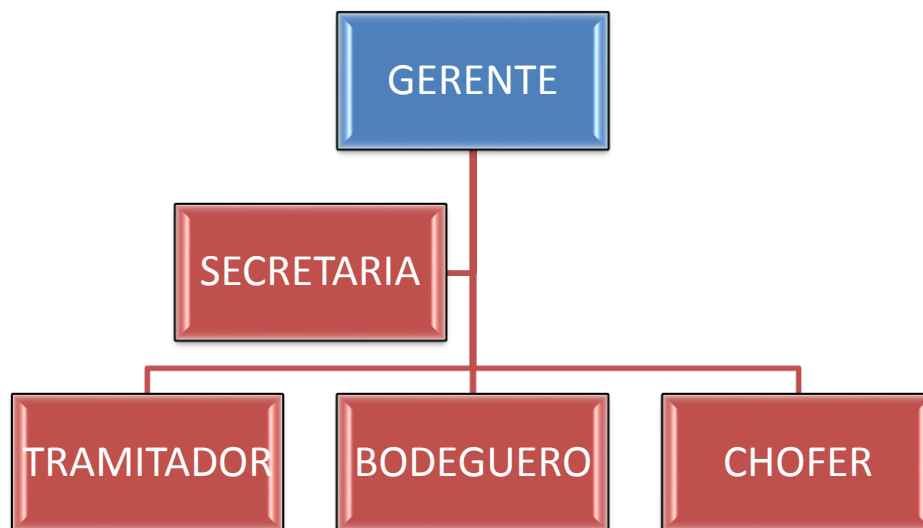
EL empaque y embalaje de accesorios para autos se lo realiza en cajas de cartón corrugado de 2,5 kilos. El área operativa para este fin, debe contar con una zona de preparación del producto donde se pueda manipular los productos sin ningún problema para que su acondicionamiento en su empaque final sea de una manera ágil organizada.

GRÁFICO 13 EMPAQUE Y EMBALAJE



Elaborado por: Patricio Suárez C

5.4.1.8. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL IMPORTADORA SUAREZ CIA. LTDA.



ACTIVIDADES

Las actividades que se desarrollan en esta área son:

- ✓ Planificación
- ✓ Organización
- ✓ Dirección
- ✓ Control de la gestión de la empresa en todas sus actividades.
- ✓ Negociación con proveedores y distribuidores al por mayor.
- ✓ Adquisiciones
- ✓ Contratación de empleados

- ✓ Pago a proveedores
- ✓ Pago empleados
- ✓ Manejo de trámites legales

Al contar con una administración adecuada y eficiente se da la pauta para establecer los procesos y actividades fundamentales y cotidianas para los miembros de la empresa.

5.4.1.9. MARCO LEGAL DEL PROYECTO.

La Importadora Suarez Cía. Ltda., será una entidad que se dedicará a la importación y comercialización de accesorios decorativos para autos en la ciudad de Tulcán Carchi-Ecuador. Para lo cual se debe cumplir con las leyes y reglamentos a nivel nacional e internacional.

TABLA 26 MARCO LEGAL DEL PROYECTO

BASE LEGAL.	
Nombre o Razón Social	IMPORTADORA SUAREZ CIA. LTDA.
Figura Jurídica	IMPORTADORA - PERSONA JURIDICA.
Objeto de la empresa	Comercialización e Importación de Accesorios decorativos para autos.
Representante legal	PATRICIO SUAREZ
Capital Social	Propio 20%, Financiado 80%.
Domicilio	Tulcán, Carchi, Ecuador. (Sector Sur Conjunto Habitacional Marymont, casa 19).

Elaborado por: Patricio Suárez C

5.4.1.9.1. REQUISITOS PARA OBTENER EL REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES.

Verificación del lugar donde se realizará la actividad económica, el contribuyente deberá presentar original y copia de cualquiera de los siguientes documentos:

- ✓ Original y copia de la cédula de ciudadanía.
- ✓ Planilla de servicio básico agua potable o luz eléctrica.

- ✓ Comprobante de pago del impuesto a la renta.
- ✓ Copia del contrato arrendamiento.

5.4.1.9.2. PATENTE MUNICIPAL DEL GAT, TULCAN

- ✓ Nombres completos y apellidos.
- ✓ Razón Social.
- ✓ Representante legal.
- ✓ Número de cédula y papeleta de votación.
- ✓ Dirección exacta donde va a ejercer la actividad económica.
- ✓ Clave Catastral (Es un dato muy importante con respecto del predio donde se va a ejercer la actividad).
- ✓ Número telefónico.
- ✓ Actividad económica principal con la que se inscribe la patente.
- ✓ Costo: USD 20 anual.

5.4.1.9.3. PERMISO DE FUNCIONAMIENTO DEL CUERPO DE BOMBEROS.

- ✓ Solicitud para la debida inspección del local.
- ✓ Informe favorable de la inspección.
- ✓ Copia del RUC.

5.4.1.9.4. REQUISITOS PARA SER IMPORTADOR

- ✓ Contar con el RUC.
- ✓ Regístrese como importador ante la SENA E.
- ✓ Dentro del SICE, registre su firma autorizada para la Declaración Andina de Valor (DAV)
- ✓ Una vez realizados los pasos anteriores, ya se encuentra habilitado para realizar una importación; sin embargo, es necesario determinar que el tipo de producto a importar cumpla con los requisitos de Ley.
- ✓ . Busque la asesoría y servicios de un Agente de Aduana de su confianza, quien realizará los trámites de desaduanización de sus mercancías. web: www.aduana.gob.ec

Documento de transporte:

- ✓ Póliza de seguro,
- ✓ Certificado de inspección
- ✓ Garantía,
- ✓ Factura comercial,
- ✓ Autorización para el régimen
- ✓ Lista de empaque y Autorización previa en caso de ser necesaria.

5.4.1.9.5. FIRMA DIGITAL, PERSONAS JURIDICAS

- ✓ Conocer el número de RUC de la empresa
- ✓ Copia de cédula o pasaporte a Color
- ✓ Copia clara de la papeleta de votación actualizada para ecuatorianos, (exceptuando a personas mayores de sesenta y cinco años, las ecuatorianas y ecuatorianos que habitan en el exterior, los integrantes de las Fuerzas Armadas y Policía Nacional, y las personas con discapacidad).
- ✓ Copia del nombramiento o certificado laboral firmado por el Representante Legal.
- ✓ Autorización firmada por el Representante Legal. Importante: Para el día en que realice el pago, traer esta autorización en formato impreso. Ver Modelo de oficio.
- ✓ Costo es de Emisión del Certificado de Firma Electrónica \$ 69,00 + IVA (sesenta y nueve dólares)
- ✓ Renovación del Certificado (válido por 2 años) : \$ 22,00 + IVA
- ✓ Tiempo estimado de entrega al alrededor de 45 (cuarenta y cinco) minutos.

5.4.1.10. REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

TABLA 27 ÁREA DEL PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DESPACHO

NOMBRE DEL PUESTO	CANTIDAD
AREA ADMINISTRATIVA	
GERENTE GENERAL	1
SECRETARIA / CONTADORA	1
TRAMITADOR	1
AREA DE DESPACHO	
BODEGUERO	1
CHOFER	1
TOTAL	5

Elaborado por: Patricio Suárez C

5.4.1.10.1. MANUAL DE FUNCIONES DEL TALENTO HUMANO

1. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Gerente General
Área	Administrativa
Unidad	Gerencia General
Reporta	Gerencia General
Supervisa	N/A
Reemplaza a	Atención al Cliente
Coordina con	Contador y Tramitador
PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Entre las diferentes funciones múltiples que desempeña está la de organizar, dirigir y controlar todos y cada uno de los procesos de la empresa Importadora, aplicando políticas de responsabilidad y honestidad para lograr las metas propuestas.	
RESPONSABILIDADES Y ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none">✓ Programar reuniones mensuales y anuales con el departamento de contabilidad para analizar la situación financiera de la empresa.✓ Controlar todas y cada una de las disposiciones emitidas por parte de la gerencia.✓ Delegar atribuciones al personal para cumplimiento de dichas funciones.	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Elaborar estrategias adecuadas para la correcta distribución de los recursos económicos, humanos y materiales de la empresa. ✓ Planificar, organizar y dirigir todas las actividades llevadas mediante un cronograma de trabajo empresarial. ✓ El gerente es el representante legal de la empresa y es el responsable directo del buen funcionamiento de la empresa. 	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
GRADO DE EDUCACIÓN	Título de Ingeniero Comercial o afines
Información Adicional	Administración de Empresas
Grado de Conocimientos	Atención a los clientes y buenas Relaciones Humanas
Experiencia	Minimo 2 años
Habilidades	Capacidad de dirigir una empresa, trabajo en Equipo y don de mando.

2. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Secretaria / Contadora
Área	Administrativa
Unidad	Administración
Reporta	Gerente General
Supervisa	Técnico
Reemplaza a	Contadora
Coordina con	Tramitador, Bodeguero y Chofer
PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
<p>La función de la secretaria es de llevar en orden la contabilidad tanto ingresos como egresos, los estados financieros con responsabilidad ya que de ello depende mucho la situación de la empresa para poder garantizar una estabilidad laboral y además tiene como función el control del personal.</p>	
RESPONSABILIDADES Y ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ En ausencia de la contadora puede reemplazarla interinamente, cumpliendo con las obligaciones requeridas por la gerencia con responsabilidad. ✓ Mantener una agenda actualizada de clientes, realizar y atender llamadas y también coordinar reuniones en el personal de trabajo. ✓ Programar con el gerente actividades que sean beneficiosas para el personal para llevar una buena imagen de la empresa. ✓ Elaborar cheques y pagos a los proveedores y personal que laboran en la empresa. 	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Establecer un inventario de toda la mercadería para poder llevar a cabo el control de la mercadería que puede ser mensual o anual. ✓ Llevar un control del recurso Humano de la empresa. 	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
GRADO DE EDUCACIÓN	Título de Licenciada en Contabilidad, Auditora o afines
Información Adicional	Auditoría
Grado de Conocimientos	Informática contable, atención al cliente, Hablar varios idiomas y tener conocimientos de secretariado Ejecutivo.
Experiencia	1 años de experiencia como mínimo
Habilidades	Habilidad para tratar a los clientes, agilidad en los procesos, capacidad de análisis y muy buena presencia.

3. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Tramitador de Importación / Vendedor
Área	Comercio Exterior y Logística
Unidad	Comercio Exterior y Logística
Reporta	Gerente General
Supervisa	Documentación para trámites de Importación y realiza las ventas.
Remplaza a	N/A
Coordina con	Gerente, Secretaria y Agente de Aduanas
PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Tener la responsabilidad de realizar los trámites de Importación de manera ágil y oportuna a fin de que el producto no tenga desabastecimiento y se pueda transportar de manera rápida al lugar de destino.	
RESPONSABILIDADES Y ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilitación de toda la documentación necesaria para que la importación se la realice de mejor manera. ✓ Mantener un archivo de toda la documentación de la Importación. ✓ Analizar la posibilidad con el Agente de aduanas para que se legalice el trámite aduanero con la mayor brevedad posible. ✓ Realizar el despacho respectivo. 	

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar el cargue de la mercadería en el vehículo desde el Puerto hasta el punto de destino. ✓ Realiza la distribución del producto a los distribuidores 	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	
GRADO DE EDUCACIÓN	Título en Comercio Exterior
Información Adicional	Administración Aduanera
Grado de Conocimientos	Relaciones Humanas, conocimientos de informática, alto nivel de idiomas.
Experiencia	1 año como mínimo
Habilidades	Comunicación efectiva, trabajo en Equipo, buenas relaciones personales, muy buen desenvolvimiento en el área

4. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Bodeguero
Área	Despacho
Unidad	Administración
Reporta	Gerente
Supervisa	N/A
Remplaza a	N/A
Coordina con	Gerente, Secretaria y Chofer
PROPOSITO GENERAL DEL PUESTO	
Llevar un mediante un proceso de empaque y embalaje, apegado a todas las normas y procedimientos establecidos para que el producto llegue a su destino final. Además tiene la obligación de coordinar con la secretaria y el Chofer para realizar una logística de entrega de la mercadería.	
RESPONSABILIDADES Y ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Control de entrada y salida de mercadería con responsabilidad y honestidad. ✓ Aportar con nuevas ideas para el mejoramiento de los despachos. ✓ Planificar con responsabilidad todas las entregas de la mercadería. ✓ Recibir y chequear las facturas que llegan para el despacho con la debida responsabilidad que lo amerita. ✓ Cultivar el sentido de honradez, responsabilidad y servicio así la empresa. ✓ Puntualidad en los horarios de entrada a la empresa. 	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	

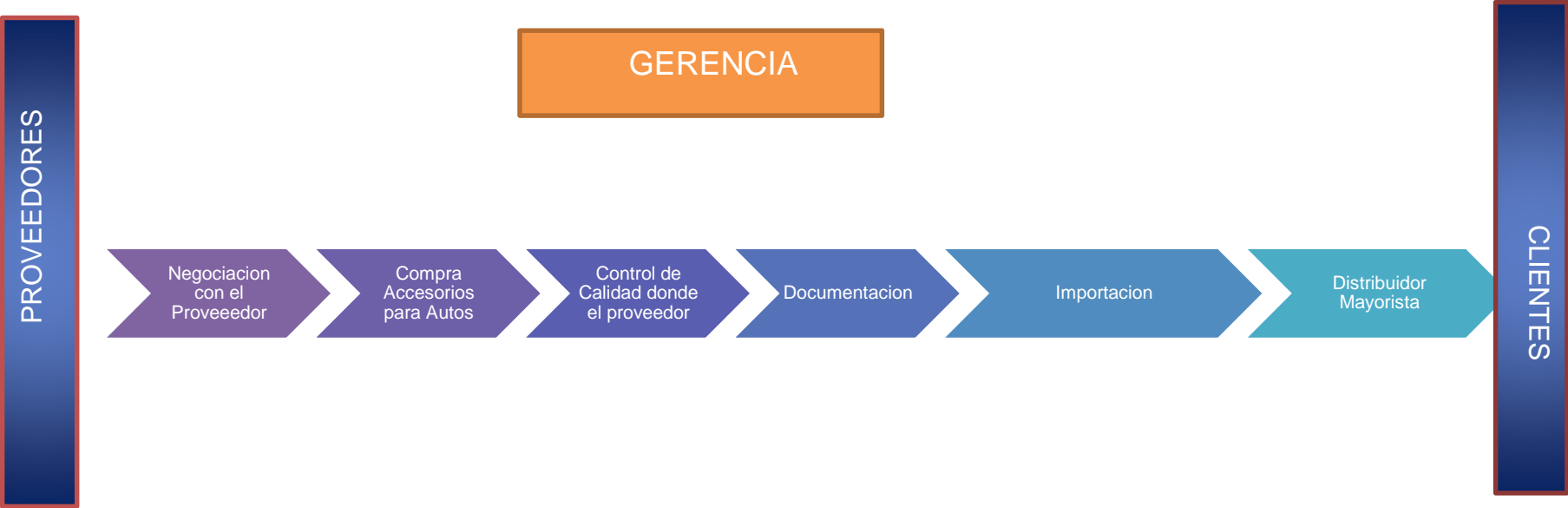
GRADO DE EDUCACIÓN	Técnico en manejo de Bodegas
Información Adicional	Conocimientos en abastecimiento
Grado de Conocimientos	Conocimiento de bodegas, dominar el idioma Ingles, saber computación
Experiencia	Mínimo 1 años
Habilidades	Trabajo en Equipo, buenas relaciones interpersonales, conocimiento amplio de la mercadería.

5. IDENTIFICACIÓN DEL PUESTO	
Nombre del Puesto	Chofer
Área	Transportista Despachador
Unidad	Transportista Despachador
Reporta	Gerente General
Supervisa	N/A
Reemplaza a	N/A
Coordina con	Secretaria y Bodeguero
PROPÓSITO GENERAL DEL PUESTO	
Su compromiso es de coordinar con el bodeguero para realizar las entregas de las mercaderías a los distintos lugares donde sea requerida dicha entrega con responsabilidad y honradez. También si es requerido para realizar los depósitos en los bancos. La obligación del chofer es de mantener el vehículo en perfectas condiciones para poder realizar los respectivos despachos.	
RESPONSABILIDADES Y ATRIBUCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Dar mantenimiento al vehículo que está a su cargo. ✓ Tiene la obligación de coordinar con el Bodeguero la ruta de despachos. ✓ Tiene la responsabilidad de realizar las entregas de las mercaderías donde el cliente le exija que ponga las mercaderías. ✓ Comunicarse continuamente con la empresa para saber dónde se encuentra y coordinar entregas de mercaderías. ✓ Recibir y chequear las mercaderías al momento de ser embarcadas en su vehículo. ✓ Contar el dinero recaudado para realizar la entrega de la misma en la empresa. ✓ Tener un tiempo aproximado para cada entrega de mercadería. 	
PERFIL Y REQUERIMIENTOS MÍNIMOS DEL PUESTO	


GRADO DE EDUCACIÓN	Mínimo Bachiller, conocimientos en despachos de mercaderías o experiencia en la misma.
Información Adicional	Poseer licencia profesional Indispensable.
Grado de Conocimientos	Manejo de computadora, conocer muy bien los productos.
Experiencia	1 año mínimo
Habilidades	Buena presentación, comunicación efectiva, trabajo en grupo, responsable y Honrado.

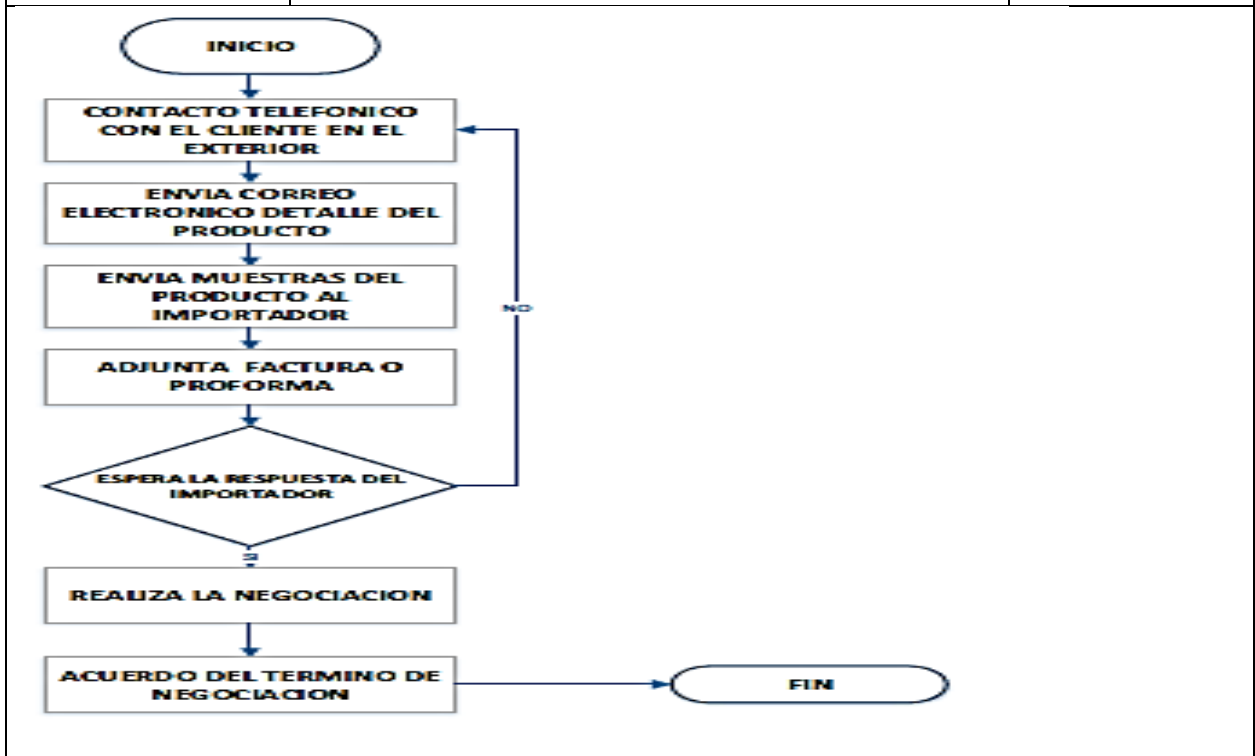
5.4.1.11. MAPA DE PROCESOS

“IMPORTADORA SUAREZ CIA. LTDA.”


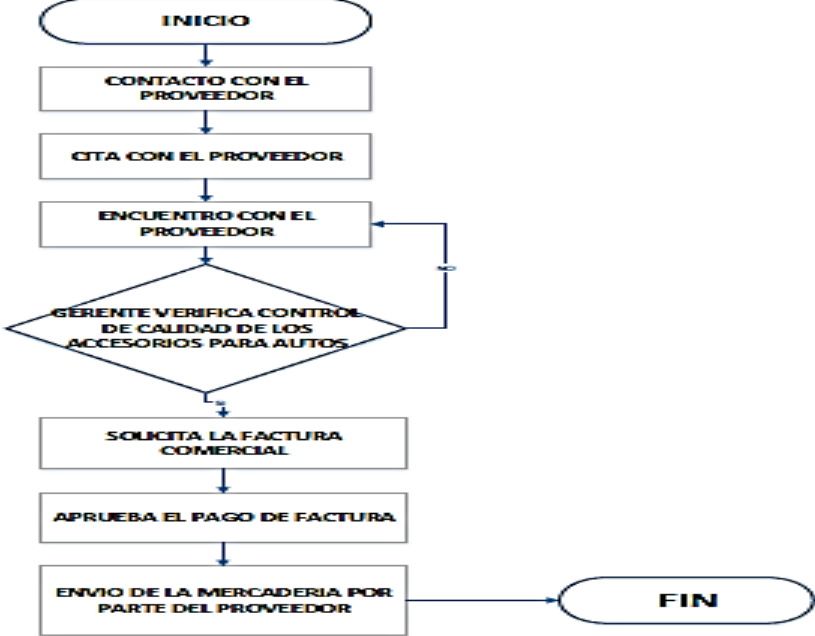


5.4.1.12. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS


	NOMBRE DEL PROCESO	Código:
	NEGOCIACION CON EL CLIENTE INTERNACIONAL	MP0001-CP
RESPONSABLE: Secretaria / Contadora		Revisión:
OBJETIVO: Contactar al cliente en los Estados Unidos para que el Gerente llegue a concretar una negociación		
ALCANCE: Desde el contacto con el cliente internacional hasta concretar toda la negociación y el producto llegue a las bodegas del importador.		
DETALLE		
RESPONSABLE	DETALLE	DOCUMENTO
Secretaria	1. Contacto telefónico o vía internet con el cliente en el exterior.	Directorio telefónico
Contadora	2. Envía correo electrónico en el que detalla todas las características de los productos.	Ficha técnica de los productos
	3. Envía muestras del producto al importador.	
	4. Adjunta la factura o proforma.	Factura
Gerente	5. Espera la respuesta del importador.	
	6. Realiza la negociación.	Proforma
	7. Acuerdan el termino de negociación	
	8. Fin.	



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DEL CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de contacto con el cliente en el exterior.	Número de días y semanas en el proceso.	2 semanas	1 vez al año	Secretaria / Contadora
Tiempo de envío de muestras.	Hora de salida - hora de llegada del producto	2 días	1 vez al año	Secretaria / Contadora
DETERMINACION DE RECURSOS RELACIONADO CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Secretaria / Contadora	Oficina	Escritorio sillas archivadores Teléfono		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
Departamento Administrativo	Gerente	20 de Noviembre del 2014		

	NOMBRE DEL PROCESO COMPRA DE ACCESORIOS DECORATIVOS PARA AUTOS EN EL EXTERIOR	Código: MP0001-CP Revisión:
RESPONSABLE: GERENTE		
OBJETIVO: COMPRA DE ACCESORIOS DECORATIVO PARA AUTOS DE CALIDAD		
ALCANCE: Desde el contacto de los proveedores hasta acordar el término de negociación.		
DETALLE		
RESPONSABLE	DETALLE	DOCUMENTO
Secretaria Gerente Secretaria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Contacto con el proveedor 2. Concertar cita con proveedor 3. Encuentro con el proveedor para realizar la negociación, forma de pago y termino de negociación. 4. El gerente se traslada a la bodega del proveedor para verificar los accesorios para autos y constatar el control de calidad y durabilidad. 5. Solicita la factura comercial donde se detalla cantidad, valor, pesos kg, Tn, y forma de pago. 6. Aprueba el pago de la factura. 7. Envío de la mercadería por parte del proveedor. 8. Fin. 	Contrato de compra. Factura Cheque orden de Pago
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> CONTACTO[CONTACTO CON EL PROVEEDOR] CONTACTO --> CITA[CITA CON EL PROVEEDOR] CITA --> ENCUENTRO[ENCUENTRO CON EL PROVEEDOR] ENCUENTRO --> VERIFICA{GERENTE VERIFICA CONTROL DE CALIDAD DE LOS ACCESORIOS PARA AUTOS} VERIFICA -- Sí --> SOLICITA[SOLICITA LA FACTURA COMERCIAL] VERIFICA -- No --> ENCUENTRO SOLICITA --> APRUEBA[APRUEBA EL PAGO DE FACTURA] APRUEBA --> ENVIO[ENVIO DE LA MERCADERIA POR PARTE DEL PROVEEDOR] ENVIO --> FIN([FIN]) </pre>		

MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/ME TA	PERIODICIDAD DEL CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo en la compra del producto.	Número de minutos y horas en el proceso	15 minutos	Semestral	Gerente
Tiempo del traslado del producto.	Hora de salida desde la bodega del proveedor hasta nuestra bodega.	2 horas	Semestral	Gerente
DETERMINACION DE RECURSOS RELACIONADO CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Gerente	Oficina	Escritorio sillas archivadores Teléfono		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
Departamento Administrativo	Gerente	20 de Noviembre del 2014		

	NOMBRE DEL PROCESO DOCUMENTACIÓN	Código: MP0001-CP Revisión:
-----------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------	--------------------------------------------

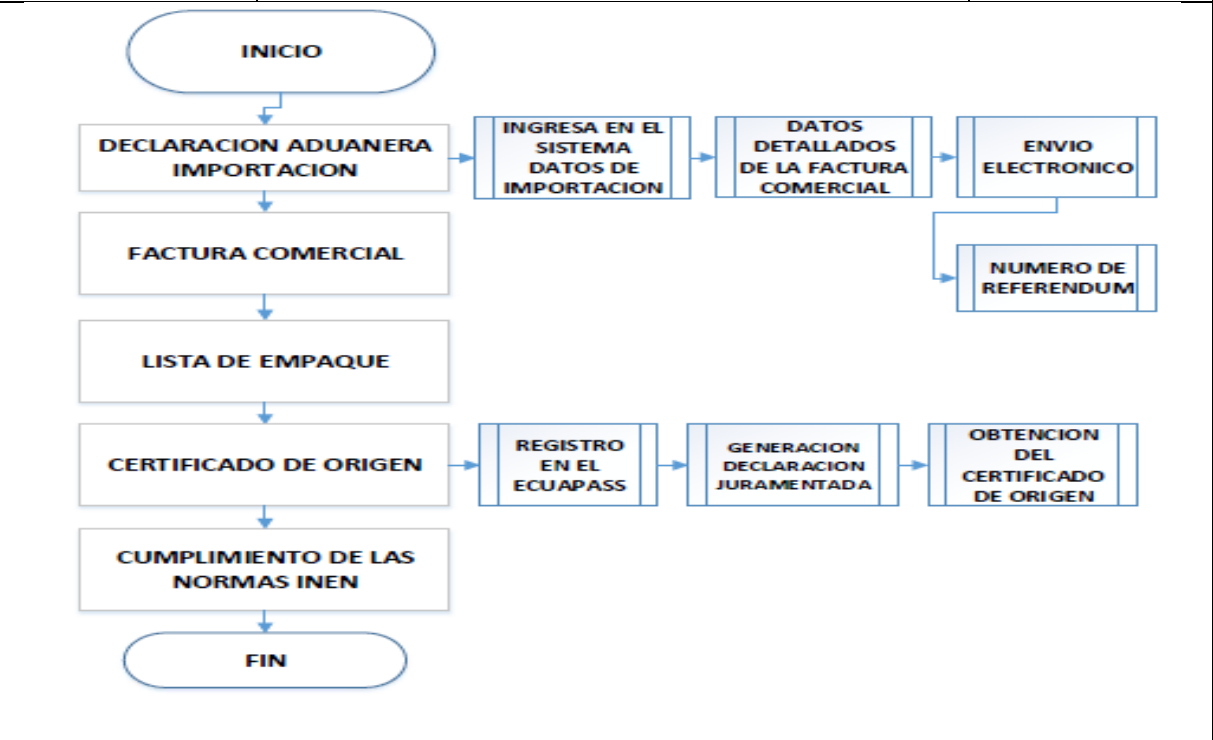
RESPONSABLE: Secretaria y Tramitador

OBJETIVO: Reunir toda la documentación necesaria para realizar el trámite de Importación


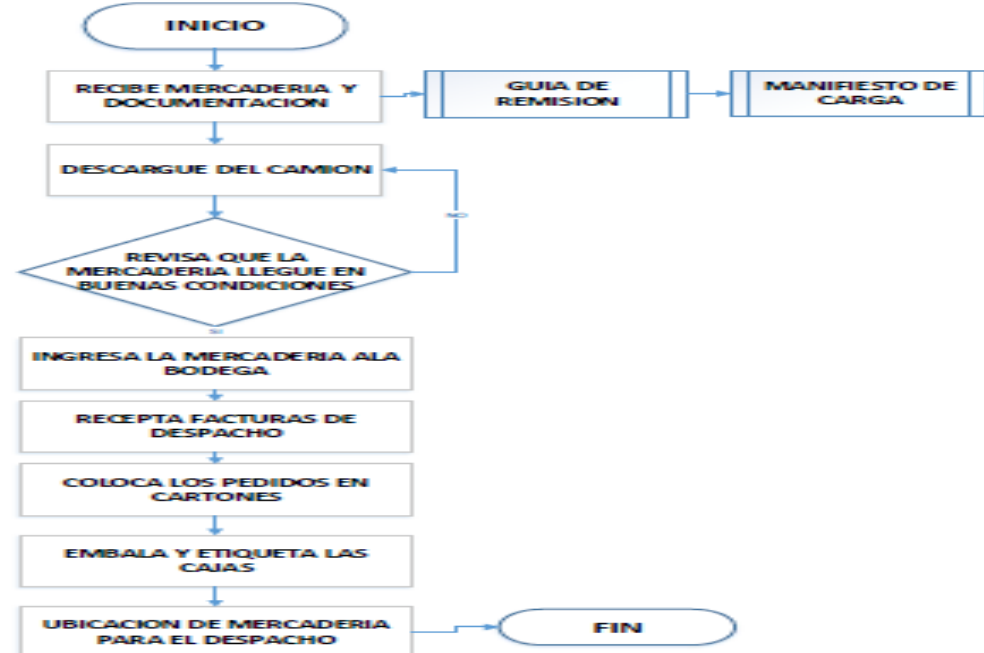
ALCANCE: Desde la llegada de la mercadería al puerto con toda la documentación para poder nacionalizar la mercadería hasta la llegada de la mercadería a bodega.

DETALLE


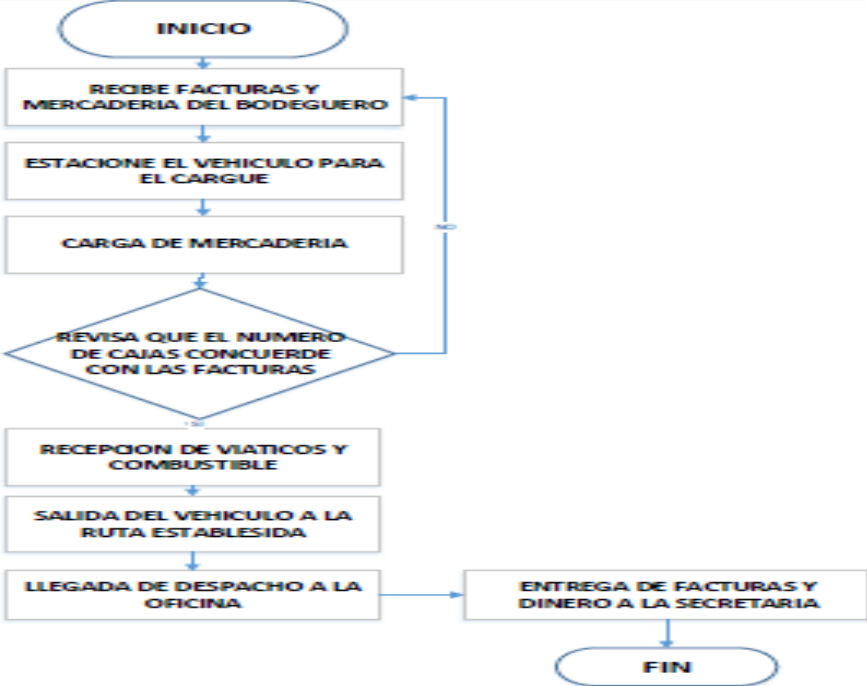
RESPONSABLE	DETALLE	DOCUMENTO
Tramitador Secretaria Tramitador	Presentar declaración aduanera de importación DAI. Factura Comercial Lista de Empaque Bill of lading Obtención del Certificado de origen Registro en el ECUAPASS Generación de la declaración juramentada de origen. Obtención del certificado de Origen Cumplimiento de las normas INEN Fin.	Guía marítima, Manifiesto de carga, Certificado de origen. Factura Comercial, Lista de empaque, Bill of lading, Certificado de Origen



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DEL CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo en la tramitación del documento.	Número de días y semanas en el proceso	2 días	Cada 20 días	Secretaria / Contadora
Tiempo para obtener la documentación	Hora de salida - hora de llegada de documentos	1 semana	Cada 20 días	Secretaria / Contadora
DETERMINACION DE RECURSOS RELACIONADO CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Secretaria / Contadora Tramitador	Oficina	Escritorio, Sillas, Archivadores Teléfono		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
Departamento Administrativo	Gerente	20 de Noviembre del 2014		

	<p align="center">NOMBRE DEL PROCESO</p> <p align="center">CONTROL DE CALIDAD Y ADECUACIÓN DE LA MERCADERÍA</p>	<p>Código:</p> <p>MP0001-CP</p> <p>Revisión:</p>
<p align="center">RESPONSABLE: Bodeguero</p>		
<p>OBJETIVO: Verificar que la mercadería recibida cumpla con todos los estándares de calidad para luego realizar el ingreso respectivo.</p>		
<p>ALCANCE: Desde le entrada de la mercadería a sus instalaciones hasta el despacho respectivo a sus distribuidores.</p>		
<p align="center">DETALLE</p>		
RESPONSABLE	DETALLE	DOCUMENTO
<p align="center">Bodeguero</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibe la mercadería con la documentación necesaria, guía de remisión, guía de embarque o manifiesto de carga. 2. Realiza el descargue del camión de la mercadería. 3. Revisa que la mercadería llegue en perfecto estado. 4. Procede a hacer el ingreso de la mercadería en el respectivo puesto manual y documental. 5. Receipta facturas de despacho 6. Coloca los pedidos en cartones. 7. Embala y etiqueta las cajas. 8. Ubica la mercadería en un lugar para después realizar la entrega respectiva. 9. Fin 	<p align="center">Guía de Remisión</p> <p align="center">Embarque</p>
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> RECIBE[RECIBE MERCADERIA Y DOCUMENTACION] RECIBE --> DESCARGUE[DESCARGUE DEL CAMION] RECIBE --> GUIA[GUIA DE REMISION] RECIBE --> MANIFIESTO[MANIFIESTO DE CARGA] DESCARGUE --> REVISAR{REvisa que la MERCADERIA LLEGUE EN BUENAS CONDICIONES} REVISAR --> INGRESA[INGRESA LA MERCADERIA ALA BODEGA] REVISAR --> DESCARGUE INGRESA --> RECEPTA[RECEPTA FACTURAS DE DESPACHO] RECEPTA --> COLOCA[COLOCA LOS PEDIDOS EN CARTONES] COLOCA --> EMBALA[EMBALA Y ETIQUETA LAS CAJAS] EMBALA --> UBICACION[UBICACION DE MERCADERIA PARA EL DESPACHO] UBICACION --> FIN([FIN]) </pre>		

MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DEL CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo en recibir e ingresar la mercadería.	Número de horas en el proceso	4 a 6 horas	Cada 20 días	Bodeguero
Tiempo de perchar la mercadería y embalaje para despacho.	Hora de salida - hora de llegada del producto.	2 a 4 horas	Todos los días	Bodeguero
DETERMINACION DE RECURSOS RELACIONADO CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Secretaria / Contadora	Oficina	Escritorio, Sillas, archivadores Teléfono		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
Departamento Administrativo	Gerente	20 de Noviembre del 2014		

	NOMBRE DEL PROCESO DESPACHO y COBRO A DISTRIBUIDORES	Código: MP0001-CP Revisión:
RESPONSABLE: CHOFER		
OBJETIVO: Realizar el respectivo despacho a todos los distribuidores de la ciudad de Tulcán y darle el respectivo mantenimiento al vehículo.		
ALCANCE: Desde la entrega de la mercadería puesta en el vehículo hasta el respectivo despacho y cobro.		
DETALLE		
RESPONSABLE	DETALLE	DOCUMENTO
Bodeguero Chofer Secretaria	<ol style="list-style-type: none"> 1. Recibe las facturas y mercadería por parte del bodeguero para el despacho. 2. Estaciona el vehículo en el sitio de carga 3. Carga de mercadería. 4. Revisar que el número de cajas estén completas igual con las facturas. 5. Recepción de viáticos y combustible. 6. Salida del vehículo a la ruta establecida para su entrega y cobro. 7. Llegada del chofer con las facturas de entrega y los respectivos cobros a la oficina. 8. Entrega de las facturas y el dinero a la secretaria. 9. Fin. 	Facturas Cheques
 <pre> graph TD INICIO([INICIO]) --> RECIBE[RECIBE FACTURAS Y MERCADERIA DEL BODEGUERO] RECIBE --> ESTACIONE[ESTACIONE EL VEHICULO PARA EL CARGUE] ESTACIONE --> CARGA[CARGA DE MERCADERIA] CARGA --> REvisa{REvisa QUE EL NUMERO DE CAJAS CONCUERDE CON LAS FACTURAS} REvisa --> RECIBE REvisa --> RECEPCION[RECEPCION DE VIATICOS Y COMBUSTIBLE] RECEPCION --> SALIDA[SALIDA DEL VEHICULO A LA RUTA ESTABLESIDA] SALIDA --> LLEGADA[LLEGADA DE DESPACHO A LA OFICINA] LLEGADA --> ENTREGA[ENTREGA DE FACTURAS Y DINERO A LA SECRETARIA] ENTREGA --> FIN([FIN]) </pre>		

MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO				
INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DEL CÁLCULO	RESPONSABLE
Tiempo de subir la mercadería al vehículo.	Número de horas en el proceso	De 1 a 2 horas	Todos los días	Chofer
Tiempo del traslado del producto al distribuidor.	Hora de salida - hora de llegada del producto.	De 2 a 6 horas	Todos los días	Chofer
DETERMINACION DE RECURSOS RELACIONADO CON EL PROCESO				
RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO		
Chofer	Bodega	Escritorio, Sillas Teléfono		
REVISADO	APROBADO	FECHA		
Departamento Administrativo	Gerente	20 de Noviembre del 2014		

5.4.2. ESTUDIO LOGÍSTICO

En el estudio logístico se ejecuta una breve descripción de los accesorios decorativos para autos como se detalla en las siguientes tablas:

5.4.2.1. DATOS BÁSICOS DEL PRODUCTO

TABLA 28 DATOS BÁSICOS DEL PRODUCTO

INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:		VALOR EXW				
Nombre técnico o comercial del producto	Accesorios decorativos para autos					
posición arancelaria en el país exportador	8708.99.99.90					
posición arancelaria en el país importador	8708.99.99.90					
unidad comercial de venta	Cajas					
Moneda de transacción.	Usd	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor ex-work de la unidad comercial. TOTAL	3175,34	4135,71	3981,00	3913,87	3899,79	3918,64
Valor ex-work de la unidad comercial. CAJAS PLUMAS	7553	8051	7679	7536	7514	7560
Valor ex-work de la unidad comercial. CAJAS AROMATIZADORES	996	875	683	592	543	515
valor ex-work de la unidad comercial. CAJAS FORROS	2079	2325	2348	2383	2428	2480

INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE						
País de origen	Estados Unidos					
Ciudad de punto de embarque	Ciudad de San Diego California					
País de destino	Ecuador					
Ciudad de punto de destino	Tulcán-Carchi	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Nº de unidades comerciales por embarque CAJAS PLUMAS	2	3	4	5	6	7
Nº de unidades comerciales por embarque CAJAS AROMATIZADORES	1	2	3	4	5	6

Nº de unidades comerciales por embarque CAJAS FORROS	6	7	8	9	10	11
Nº de unidades comerciales por embarque TOTAL	9,00	12,00	15,00	18,00	21,00	24,00
Valor inicial del embarque TOTAL	28578	12407	15924	19569	23399	27430
Valor inicial del embarque (EXW) CAJAS PLUMAS	15106	24153	30716	37682	45085	52921
Valor inicial del embarque (EXW) CAJAS AROMATIZADORES	996	1750	2048	2369	2716	3087
Valor inicial del embarque (EXW) CAJAS FORROS	12476	16274	18786	21450	24282	27278
Valor inicial del embarque (EXW) TOTAL						
tipo de embalaje	Cajas					
tipo de unidad de carga	vehiculo 5 Tn					
Nº total de embalajes	9					
Nº total de unidades de carga	1					

INFORMACION ADICIONAL	
Termino de negociación	FOB - Manta
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	NO
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	2%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	4,98%
TASA PROMEDIO PAIS DE DESTINO	4,44%
INFLACION ANUAL	2,9%

Elaborado por: Patricio Suárez C

En las tablas anteriores nos muestran toda la información básica del producto, tipo de embarque y sus proyecciones además la partida arancelaria del país de origen y destino como también el nombre de los productos, número de unidades de carga, términos de negociación, tipo de embalaje, forma de pago, inflación del país de destino, la misma que será de mucha importancia para desarrollar el proceso logístico.

5.4.2.2. CÁLCULO DEL CUBICAJE

TABLA 29 CÁLCULO DEL CUBICAJE

CÁLCULO DE CUBICAJE										
	CÁLCULO DE CUBICAJE	EMPAQUE / EMBALAJE	UNIDAD DE CARGA	Estimación del espacio	Nº de vehículos a utilizar año	Nº de vehículos a utilizar año	Nº de vehículos a utilizar año	Nº de vehículos a utilizar año	Nº de vehículos a utilizar año	Nº de vehículos a utilizar año
					0	1	2	3	4	5
Turbo 5 ton	Nº de unidades	51	400		2	2	2	2	3	3
	Largo mts	0,4	4,2	10						
	Alto mts	0,2	2	10						
	Ancho mts	0,5	2	4						
	volumen total del embarque m3	0,04	16,8	30,0						
	Peso por unidad kg	3,12	1248	30,000						
	Peso total del embarque ton	0,003	1, 248	30,0						
SALDOS PARA OTRO TIPO DE VEHÍCULOS					-9	-12	-15	-18	-21	-24

Elaborado por: Patricio Suárez C

De acuerdo con la información obtenida de las tablas anteriores se procede a la realización de cálculos para determinar el cubicaje, es decir cubrir todo el espacio disponible del vehículo, utilizando las dimensiones del peso de los accesorios decorativos para autos, embalaje y dimensiones del vehículo con sus proyecciones. Para lo cual utilizaremos el vehículo sencillo de 5 Ton en el cual se transportara 30 cajas con un peso de 3,12 kilogramos por unidad de carga portando 1,248 accesorios cada una la cual ocupara 0,04 metros cúbicos por caja.

5.4.2.3. ESTIMACIÓN DE VENTAS

TABLA 30 ESTIMACIÓN EN VENTAS

DATOS	AÑOS					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
OFERTA EXPORTABLE UNIDADES	11632	18384	25136	31888	38640	45392
DEMANDA UNIDADES	107057	108104	109150	110197	111243	112289
% DE COBERTURA DE LA DEMANDA	10,9%	17,0%	23,0%	28,9%	34,7%	40,4%
FRECUENCIA DE ENVIO	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral	Trimestral
NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO	4	4	4	4	4	4
TAMAÑO DEL EMBARQUE (unidades por Trimestre)	2908	4596	6284	7972	9660	11348

Nº de empaques / embalajes cajas de accesorios	9,00	12,00	15,00	18,00	21,00	24,00
Nº Pallets	0	0	0	0	0	0
Nº Vehículos 5 Tn	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0	1,0
Peso total envío kg	80	114	147	180	213	246
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMBALAJES POR ENVÍO	9	12	15	18	21	24
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN ENVASES POR ENVÍO	2.908	4.596	6.284	7.972	9.660	11.348
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN/EMPAQUESEMBALAJES AL AÑO (CAJAS)	36	48	60	72	84	96
ESTIMACIÓN DE VENTAS Kg AÑO	322	454	587	720	852	985

Elaborado por: Patricio Suárez C

Con la ayuda de la oferta exportable y demanda insatisfecha que ya hemos calculado en el capítulo III se tiene como conclusión que el porcentaje de cobertura será un promedio del 10.9 % promedio trimestral, cumpliendo con 4 embarques cada año, haciendo uso de un vehículo sencillo de 5 Ton estimación anual de 36 cajas que deben de ser comercializadas.

5.4.2.4. TRANSPORTE INTERNO

TABLA 31 TRANSPORTE INTERNO

TRANSPORTE INTERNO				
DESCRIPCIÓN	Costo unitario por vehículo	Cantidad de vehículos	Tiempo en días de operación	Costo total de operación USD
flete interno vehículos de 5 TN	0	0	0	0
Flete interno vehículos de 5 TN	1200	1		1200
TOTALES			0	1200

Elaborado por: Patricio Suárez C

En el transporte interno la ruta que se va a realizar es Manta – Quito – Tulcán el mismo que se realizara en camión Hino de 5 Ton en un día, con un flete acordado de 1200 USD en este caso.

5.4.2.5. DOCUMENTACIÓN

TABLA 32 DOCUMENTACIÓN

DOCUMENTACIÓN						
DESCRIPCIÓN	Costo unitario USD	Cantidad	RR.HH.	Tiempo en Horas	Tiempo en Días	Costo total de operación USD
Factura Comercial	0	1	1 persona	1	0,125	0
Lista de empaque	0	1		0,5	0,0625	0
Certificado de Origen	0	1		2	0,25	0
INEN	0	0		0	0	0
Registro de importador/exportador	0	1		0	0	0
Otros	0	0		0	0	0
TOTALES				5,5	0,6875	0

Elaborado por: Patricio Suárez C

La documentación necesaria para realizar la Importación de accesorios para autos es factura comercial, certificada de Origen, carta porte, manifiesto de carga y lista de empaque que son muy necesarios para realizar la Importación. La persona encargada de realizar este trámite se demorara un día.

5.4.2.6. COSTOS BANCARIOS

TABLA 33 COSTOS BANCARIOS

COSTOS BANCARIOS					
Descripción	VALOR FCA	Tasa del banco	tiempo de contratación en horas	tiempo de contratación en Días	COSTO FINAL USD
COSTO CARTA DE CREDITO	28578,08	2,00%	2,00	0,25	571,56

Elaborado por: Patricio Suárez C

Esta negociación con el cliente se maneja mediante una carta de crédito, con el motivo de que este documento sirva de respaldo o garantía para el beneficiario o Importador haciéndose efectiva en el caso de que incumpla el Exportador, además utilizaremos el PayPal electrónico.

5.4.2.7. FLETE INTERNACIONAL

TABLA 34 FLETE INTERNACIONAL

FLETE INTERNACIONAL				
<i>Descripción</i>	<i>Costo unitario por embarque x kilo</i>	<i>Cantidad de kilos</i>	<i>Tiempo en días de operación</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Peso del embarque	0	0	6	0
FLETE MARITIMO	1500			1500
TOTALES			6	1500

Elaborado por: Patricio Suárez C

El flete comprende la ruta San Diego California Estados Unidos - Manta, en un buque de carga general de un contenedor de 20 Ton el mismo que tiene un valor de 1.500 USD por embarque y se realizar en un lapso de 10 – 12 días.

5.4.2.8. PAGOS ADUANEROS

TABLA 35 PAGOS ADUANEROS

ADUANEROS						
<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>% DE IMPUESTO</i>	<i>BASE IMPONIBLE</i>	<i>Costo total USD</i>	<i>Tiempo en horas</i>	<i>tiempo en días</i>	<i>COSTO FINAL USD</i>
ADVALOREM	10%	0,00	0,00	2	incluido en agentes	3746,07
FODINFA	0,05%	0,00	0,00			
IVA	12%	31217,24	3746,07			

Elaborado por: Patricio Suárez C

El Ecuador por no tener acuerdos bilaterales con Estados Unidos se debe de cancelar todos y cada uno de los tributos impuestos por la SENAE de acuerdo con las leyes y reglamentos que así lo ameritan. Para los accesorios decorativos para autos se paga de acuerdo a la partida 8708.99.99.90 lo siguiente Advalorem 10%, ICE 0,05% e IVA 12% de impuestos aduaneros por tanto se cancelara 3746,07USD.

5.4.2.9. AGENTES

TABLA 36 AGENTES

AGENTES					
<i>Descripción</i>	<i>HONORARIOS PROFESIONALES</i>	<i>RR.HH.DE LA EMPRESA</i>	<i>Tiempo en Horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
agente de carga	50	1		0	50
Agente de aduana	60			0	60
OTROS				0	0
TOTALES			0	0	110

Elaborado por: Patricio Suárez C

TARIFARIO QUE REGULA LOS HONORARIOS MÍNIMOS PARA LOS AGENTES DE ADUANA

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, el suscrito Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador RESUELVE expedir el siguiente: TARIFARIO QUE REGULA LOS HONORARIOS MÍNIMOS PARA LOS AGENTES DE ADUANA con fecha 03 de abril de 2012, mediante oficio No SENAE-SGN-2012-0012-OFA la Subdirección General de Normativa Aduanera del SENAE puso en conocimiento de esta Dirección General el análisis técnico para fijar la tarifa mínima de honorarios de los agentes de aduana, documento en el que se deja expresa constancia de las propuestas que sobre este asunto se plantearon por parte de la Federación Ecuatoriana de Agentes de Aduana así como por las Cámaras de Industrias y Comercio de Guayaquil, Quito y Cuenca

Artículo 3.- Fijese en medio salario básico unificado los honorarios mínimos de los agentes de aduana que tramiten cualquier tipo de régimen aduanero de importación de aquellos contemplados en los artículos 147, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 158, 159 y 160 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, bajo las modalidades de transporte aéreo o terrestre. Si la mercancía ingresare por vía marítima, la tarifa mínima será del 60% de un salario básico unificado. (Boletín, SENAE, 2012)

Tal es el caso de que los USD 354 del sueldo básico unificado se tomara el 60% que indica la aduana para el transporte Marítimo que es de 212,40.00 USD.

5.4.2.10. INCOTERMS

TABLA 37 INCOTERMS

INCOTERMS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor del embarque	28.578	12.407	15.924	19.569	23.399	27.430
EXW	28.578	12.407	15.924	19.569	23.399	27.430
Manipulación local X	0	0	0	0	0	0
Unitarización	0	0	0	0	0	0
FCA/FAS	28.578	12.407	15.924	19.569	23.399	27.430
Transporte interno	0	0	0	0	0	0
Manipuleo Embarque	0	0	0	0	0	0
Agentes	0	0	0	0	0	0
Documentación	0	0	0	0	0	0
Capital e inventario país de origen	16	7	9	11	13	15
Bancarios	572	248	318	391	468	549
FOB	29.165	12.662	16.251	19.971	23.880	27.994
Flete Internacional	1.500	1.567	1.636	1.709	1.785	1.864
CFR	30.665	14.229	17.887	21.680	25.664	29.858
Seguro Internacional	552	256	322	390	462	537
CIF	31.217	14.485	18.209	22.070	26.126	30.395
Capital e inventario tránsito internacional	29	13	17	20	24	28
Manipuleo desembarque	25	26	27	28	30	31
DAT	31.271	14.524	18.253	22.119	26.180	30.454
Almacenamiento temporal	0	0	0	0	0	0
Documentacion	100	103	106	109	112	115
Agentes	110	115	125	143	170	211
Transporte interno	1.200	1.253	1.309	1.367	1.428	1.491
DAP	32.681	15.995	19.793	23.738	27.890	32.272
Aduaneros	3.746	3.369	4.236	5.134	6.077	7.070
Capital e inventario país de destino	2	1	1	1	1	2
DDP	36.429	19.365	24.030	28.873	33.968	39.344

Elaborado por: Patricio Suárez C

En el resumen de la tabla se muestra cada uno de los cálculos que se han realizado con el objetivo de conocer los costos y gastos en los que se va a realizar. Esto nos permite tomar decisiones sobre que termino de negociación será el más conveniente, en este caso para los accesorios decorativos para autos se trabajará con FOB (Franco a Bordo) que es de 29.165 USD ya que el vendedor corre con todos los gastos de exportación y entrega los accesorios decorativos para autos sobre el buque del puerto

convenido en este caso puerto de Manta. Mientras que el comprador se encarga de reservar el buque y corre con todos los gastos y riesgos desde que traspasa la borda del buque hasta las bodegas de la ciudad de Tulcán.

5.4.2.11. MATRIZ GENERAL

TABLA 38 MATRIZ GENERAL

COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	0,0	2,0
Embalaje	0,0	0,0
Unitarización	0,0	0,0
Manipuleo en el local del exportador	0,0	0,0
Documentación	0,0	0,0
Transporte interno	0,0	1,0
Manipuleo Embarque	0,0	0,1
Agentes	0,5	0,5
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	571,6	0,3
capital e inventario país de origen	15,6	3,9
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	587,7	3,9
VALOR EXWORK	28578,1	2,0
VALOR FCA	28578,1	2,4
VALOR FOB	29165,3	3,9

Elaborado por: Patricio Suarez C

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	1500,0	6,0
VALOR CFR	30665,3	9,9
SEGURO INTERNACIONAL	552,0	0,3
VALOR CIF	31217,2	10,1
MANIPULEO DESEMBARQUE	25,0	0,4
COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	28,6	6,6
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	2105,6	6,6
VALOR DAT	31270,9	10,5

Elaborado por: Patricio Suárez C

En esta matriz sirve para explicar cuanto es el gasto que se va a dar en cada término de negociación EXW – CFR y CIF también nos indica el tiempo que se tarda en llegar al término de negociación en este caso DAT, el gasto es de 31270,90 USD en un tiempo de 10,5 días.

TABLA 39 MATRIZ GENERAL

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACION	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	0,0	0,0
Manipuleo desembarque	25,0	0,4
Documentación	100,0	0,0
Agentes	110,0	0,0
Transporte interno	1200,0	0,0
VALOR DAP	32680,9	10,9
Aduaneros	3746,1	incluido en agentes
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACION		
CAPITAL E INVENTARIO	1,7	0,4
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	5182,8	0,4
VALOR DDP	36428,6	10,9
Precio (c/u) en país de destino	4047,6	9,0
MARGEN DE VENTAS	809,5	
PRECIO DE VENTA	4857,15	

Elaborado por: Patricio Suárez C

Los costos del país importador implican en cuanto al gasto que se va a dar en cada término de negociación de acuerdo con el valor DAP Y DDP siendo de 36428,60 USD en tiempo de 10,9 días, generando un precio de venta de 4857,15USD con un margen de ventas de 809,5 USD.

5.4.3. ESTUDIO FINANCIERO

5.4.3.1. INVERSIÓN Y COSTOS

En este estudio financiero se han establecido costos e inversiones necesarias que el proyecto exige para su ejecución tal como se detalla a continuación.

5.4.3.2. ACTIVOS FIJOS

TABLA 40 ACTIVOS FIJOS

Activos Fijos - Inversión Fija			2015
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Edificios - Infraestructura			4.800
Arriendo	12	400,00	4.800
			0
Maquinaria y Equipo			8.000
Vehículo	1	8.000,00	8.000
Muebles y Enseres			2.002
Escritorio	2	380	760
Silla giratoria	2	93	186
Silla para 4 personas	2	275	550
Archivador	2	120	240
Calculadora	1	69	69
Fax	1	45	45
Teléfono	2	76	152
Equipo de Computo			2.070
Computadora	2,00	900,00	1.800
Impresora	1,00	270,00	270
Total Activos Fijos - Inversión Fija			16.872

Elaborado por: Patricio Suárez C

5.4.3.3. CAPITAL DE OPERACIÓN

TABLA 41 CAPITAL DE OPERACIÓN

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Producción	80.134
Gastos Administrativos	34.179
Gastos de Exportación	10.678
Total Costo Anual	124.990
Total Costo Diario	347
Ciclo de caja	120
Capital de Operación	41.663

Elaborado por: Patricio Suárez C

5.4.3.4. GASTOS DE CONSTITUCIÓN

TABLA 42 GASTOS DE CONSTITUCIÓN

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012
Constitución de la sociedad	1	2000	2.000
Diseños	1	100	100
Permisos	1	500	500
Firma Electrónica	1	72,8	73
Patente Municipal	1	20	20
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			2.693

Elaborado por: Patricio Suárez C

5.4.3.5. INVERSIÓN INICIAL

TABLA 43 INVERSIÓN INICIAL

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	16.872
Capital de Operación	41.663
Gastos de Constitución	2.693
Total Inversión Inicial	61.228

Elaborado por: Patricio Suárez C

5.4.3.6. ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

TABLA 44 ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

Estructura de Financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	20%	12.246
Capital Ajeno	80%	48.983
Total	100%	61.228

Elaborado por: Patricio Suárez C

En la realización del préstamo de 48.983 USD que será a través de la Cooperativa Pablo Muños Vega, a una tasa de crecimiento anual del 11,20%, cuotas de 1608,27 USD en un plazo de 3 años, para lo cual se debe de cumplir con los siguientes requisitos:

- Solicitud de crédito debidamente elaborada con los datos que contiene el formulario.
- Ultimo rol de pagos o certificado de ingresos deudor y garante

- Una copia a color de cedula y certificado de votación del solicitante, garante y cónyuges.
- Carta de pago de los servicios básicos, del solicitante y garante.
- Cuando los créditos superen los 5000,00 USD se solicitara la carta de pago del predio urbano de un bien inmueble del solicitante, garante o cónyuge.
- Tener una cuenta a nombre del solicitante con 1.224,58 USD en ahorros que servirán como encaje.

5.4.3.7. COSTOS DE PRODUCCIÓN

TABLA 45 COSTOS DE PRODUCCIÓN

Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018
Materia Prima			80.134	110.379	142.311	176.002
Caja de accesorios Plumas	8	4.989,60	39.917	61.612	84.531	108.728
Caja de accesorios Aromatizadores	4	141,96	568	1.169	1.804	2.475
Caja de accesorios Forros	24	1.652,04	39.649	47.599	55.976	64.799
Total Costo de Producción			80.134	140.183	174.971	211.801

Elaborado por: Patricio Suárez C

En la tabla indica los costos de producción de adecuación de accesorios decorativos para autos para su importación como materia prima que corresponde a 80,134 USD de accesorios decorativos para autos en primer año, el mismo que es adquirido por 36 cajas distribuidas de la siguiente manera 8 cajas plumas, 4 cajas aromatizantes y 24 cajas forros de volante.

5.4.3.8. GASTOS ADMINISTRATIVOS

TABLA 46 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018
Sueldos Administrativos más Producción	1	33.219	33.219	55.899	61.414	67.475
Servicios Básicos	12	30,00	360	376	393	410
Suministros de Oficina	12	20,00	240	251	262	273
Suministros de Limpieza	12	30,00	360	376	393	410
Depreciaciones			0	890	890	890
Amortizaciones			0	538,56	538,56	538,56
Total Gastos Administrativos			34.179	58.331	63.889	69.997

Elaborado por: Patricio Suárez C

De igual forma es necesario incurrir en gastos para el total manejo administrativo y el mantenimiento de la Importadora Suarez Cía. Ltda. Para poder calcular el valor real de los accesorios decorativos para autos

5.4.3.9. GASTOS DE IMPORTACIÓN (COMPRAS)

TABLA 47 GASTOS DE IMPORTACIÓN EN COMPRAS

Concepto	Cantidad	Valor Un.	2015	2016	2017	2018
Manipuleo en el local de exportador	4	0	0	0	0	0
Documentación	4	0	0	0	0	0
Transporte interno	4	0	0	0	0	0
Agentes	4	0	0	0	0	0
Costos bancarios	4	572	2.286	993	1.274	1.566
Capital e inventario - país de origen	4	16	63	27	35	43
Flete internacional	4	1.500	6.000	6.266	6.545	6.835
Seguro internacional	4	552	2.208	1.024	1.288	1.561
Capital e inventario - tránsito internacional	4	29	114	53	67	81
Capital e inventario en el país de destino	4	2	7	3	4	5
Manipuleo de desembarque	4	25	100	104	109	114
Total Gastos de Exportación (Ventas)			10.678	8.367	9.212	10.090

Elaborado por: Patricio Suárez C

Los gastos de Importación son muy importantes ya que está considerado en base al término de negociación DDP designado para esta transacción; incluye 4 envíos trimestrales.

5.4.3.10. ESTADOS FINANCIEROS

TABLA 48 BALANCE GENERAL - CON FINANCIAMIENTO

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	41.663	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	41.663	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios – Infraestructura	4.800	Préstamos Bancarios	48.983
Maquinaria y Equipo	8.000	Total Pasivos Largo Plazo	48.983
Muebles y Enseres	2.002		
Equipo de Computo	2.070	Total Pasivos	48.983
Total Activos Fijos	16.872		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	2.693	Capital Social	12.246
Total Activos Diferidos	2.693	Total Patrimonio	12.246
Total Activos	61.228	Total Pasivo + Patrimonio	61.228

Elaborado por: Patricio Suárez C.

El balance general se muestra con un financiamiento adecuado que servirá para aportar el dinero necesario para todas y cada una de las actividades de la empresa. Estos recursos que son prestados a una tasa de interés que hacen frente a gastos de corto plazo, para realizar la compra de un vehículo, compra de equipos de oficina, gastos de constitución y para reestructurar los pasivos a corto, mediano y largo plazo.

5.4.3.10.1. ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIAMIENTO

TABLA 49 ESTADO DE RESULTADOS - CON FINANCIAMIENTO

Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Ventas	149.988	253.963	301.334	351.612	406.312	465.800
Cantidad cajas accesorios	36	48	60	72	84	96
Precio cajas accesorios	4166,34	5290,89	5022,23	4883,51	4837,05	4852,09
- Costo de Ventas	80.134	140.183	174.971	211.801	250.777	292.008
Utilidad Bruta en Ventas	69.855	113.779	126.363	139.811	155.535	173.792
- Gastos Operacionales	44.857	66.698	73.102	80.088	87.816	96.159
Gastos Administrativos	34.179	58.331	63.889	69.997	76.805	84.181
Gastos de Exportación	10.678	8.367	9.212	10.090	11.011	11.978
Utilidad Operacional	24.998	47.082	53.261	59.724	67.719	77.633
- Gastos Financieros	0	4.754	3.039	1.122	0	0
Interés Bancario	0	4.754	3.039	1.122		
U.A.T.I	24.998	42.327	50.222	58.602	67.719	77.633
- 15% Particip. Trabajadores	3.750	6.349	7.533	8.790	10.158	11.645
Utilidad Antes de Impuestos	21.248	35.978	42.689	49.812	57.561	65.988
- 22% Impuesto a la Renta	4.675	7.915	9.392	10.959	12.663	14.517
Utilidad Neta	16.574	28.063	33.297	38.853	44.898	51.471

Elaborado por: Patricio Suárez C

Analizamos los resultados obtenidos de la compra de materia prima y venta del producto lo cual proporciona unos resultados favorables en cada año, representando que se trata de un proyecto rentable. Además se muestran las tablas de estados de resultados con financiamiento con la única discrepancia que el periodo durante el cual se mantiene el crédito vigente, es los tres años a partir del 2015 al 2017.

5.4.3.10.2. FLUJOS DE EFECTIVO CON FINANCIAMIENTO, VAN, TIR

Se han analizado los indicadores financieros básicos para la toma de decisiones, de acuerdo con lo establecido se determina que el negocio es rentable al tener un VAN positivo.

TABLA 50 FLUJO DE EFECTIVO NETO - CON FINANCIAMIENTO

Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Utilidad Neta		28.063	33.297	38.853	44.898	51.471
+ Depreciaciones		1.930	1.930	1.930	2.026	2.026
+ Amortizaciones		539	539	539	539	539
Liquidación del Proyecto						9.387
Recuperación Capital de Operación						41.663
Préstamos Bancarios	0					
Total Entradas	0	30.532	35.766	41.322	47.462	105.086
Salidas de Efectivo	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Inversión Inicial	61.228					
Amortización de la Deuda		14.545	16.260	18.178		
Reposición de Activos				2.358		
Total Salidas	61.228	14.545	16.260	20.536	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-61.228	15.987	19.506	20.786	47.462	105.086

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 61.228,20		
1	15.986,85	0,9041	14.453,35
2	19.506,06	0,8174	15.943,39
3	20.786,11	0,7390	15.359,96
4	47.462,32	0,6681	31.708,19
5	105.086,20	0,6040	63.470,77
		Σ FE	140.935,65
		- I.I.	61.228,20
		VAN	79.707,45
		TIR	39,73%
		PR	3,10
		C/B	2,30

Elaborado por: Patricio Suárez C.

Tenemos que el TIR se lo utiliza para tomar decisiones sobre si se acepta o rechaza el proyecto de inversión, por consiguiente al analizar los

flujos de caja que expulsa el proyecto para su evaluación se obtiene que el TIR es de 39,73 %, por lo que se considera el proyecto factible de realizarlo.

5.4.3.10.3. PUNTO DE EQUILIBRIO

TABLA 51 PUNTO DE EQUILIBRIO CON FINANCIAMIENTO

Costo de Producción	Año 2015		Año 2016		Año 2017	
	Fijos	Variables	Fijos	Variables	Fijos	Variables
MPD		80.134		110.379		142.311
MOD		0		28.765		31.620
Costos Indirectos Fabricación						
Agua	0		0		0	
Energía	0		0		0	
Suministros de limpieza	0		0		0	
Depreciaciones	0		1.040		1.040	
Total Costo de Producción	0	80.134	1.040	139.143	1.040	173.931
Gastos Operacionales	34.179	10.678	58.331	8.367	63.889	9.212
Gastos Administrativos	34.179		58.331		63.889	
Gastos de Exportación		10.678		8.367		9.212
Gastos Financieros	0		4.754		3.039	
Interés Bancario			4.754		3.039	
Costos y Gastos Totales	34.179	90.811	64.125	147.510	67.969	183.143
Unidades	36		48		0	
Costos y Gastos Unitarios	949,41	2.522,54	1.335,94	3.073,13	1.132,81	3.052,38
Total Costos y Gastos Unitarios	3.471,95		4.409,07		4.185,19	
% Utilidad	20%		20%		20%	
Precio de venta Unitario	4166,34		5.290,89		5.022,23	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	21		29		35	

Elaborado por: Patricio Suárez C

El punto de equilibrio nos muestra el número de cajas mínimas a vender para no generar pérdidas. Se observa que el número de cajas que requiere va en aumento lo que es muy factible para este proyecto.

VI BIBLIOGRAFÍA

Baca, G. (2010). Evaluación de Proyectos, Sexta Edición. México McGraw-Hill.

Constitución 2008: Dejemos el pasado atrás (Colaborador Asamblea Constituyente, Editor Asamblea Constituyente, 2008, pág. 25)

Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones. (2011).

Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio, del libro V del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones Quito.

José Cegarra Sánchez (2011) Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica, Ediciones Díaz Santos, S.A.

Metodología para trabajos de grado (Miguel Ángel Poss o, tipos de investigación, 2010, pag.22).

Méndez, C. (2006), Guía para elaborar diseños de la investigación en ciencias Económicas, Contables, Administrativas. México. Thompson.

Negociación y Administración Intercultural (Mérida, Yucatán, Francisco Gerardo Barroso Tanoría, 2007, pag.95)

Porter, M (2009). Ser competitivo, España.

Rivera, J. y López, M. (2012). Dirección del Marketing Fundamentos y aplicaciones España. Tercera Edición. ESIC

Steinberg, F, (2004) la nueva teoría del comercio Internacional y la política comercial estratégica, Madrid.

LINKOGRAFÍA

Arancel Nacional Integrado, (2013) SENA. Recuperado en Abril 20, 2014
Disponible en <http://sice1.aduana.gov.ec/ied/>

Acecargo (2012) Procesos para Importar. Recuperación en Febrero, 18,2014.
Disponible en <http://www.acecarga.net/procesoimportar.htm>

Abarza (2012) Investigación Aplicada. Recuperación en Junio 03, 2014.
Disponible en <http://abarza.wordpress.com/2012/07/01/investigacion-aplicada-vs-investigacion-pura-basica/>

AME (2014) Cantón Tulcán Recuperación en Agosto 28, 2014. Disponible en
<http://www.ame.gob.ec/ame/index.php/ley-de-transparencia/74-mapa-cantones-del-ecuador/mapa-carchi/341-canton-tulcan>.

Banco Central del Ecuador, (2015) Importaciones de Estados Unidos.
Recuperado en Enero 19, 2015 Disponible en
<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro012014.pdf>

Becerra, R. (2007) Resumen de Tesis. Recuperado en Abril 06,2013
Disponible en <http://www3.espe.edu.ec:8700/bitstream/>

Carchi Noticias, (2015) Vehículos matriculados. Recuperado en Enero 28,
2015. Disponible en <http://carchinoticias.com/tag/transito/>

Cervantes (2012) Investigación Cuantitativa. Recuperación en Junio 04, 2014.
Disponible en: http://cvc.cervantes.es/aula/didactired/anteriores/diciembre_12/17122012.htm

Elinpc (2014) Inflación en Ecuador. Recuperación en Mayo 22,2014
Disponible en <http://elinpc.com.mx/inflacion-ecuador/>

Ekosnegocios (2013) Hábitos del Consumidor Ecuatoriano. Recuperación en Junio 23,2014. Disponible en <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/386.pdf>

Eumed (2013) Recolección de datos. Recuperación en Junio 02,2014
disponible en http://www.eumed.net/tesisdoctorales/2012/eal/tecnicas_recoleccion_datos.html

INEC (2010) Resultados de censos de población y vivienda en Tulcán.
Recuperado en Mayo 02,2014. Disponible en www.inec.gob.ec

Ministerio de Trabajo (2015) Salario Básico. Recuperado en Febrero 22,2015.
Disponible <http://www.trabajo.gob.ec/354-dolares-es-el-salario-basico-para-el-2015/>

Monografías (2012) merchandising. Recuperación en Mayo 24,2014
Disponible en <http://www.monografias.com/trabajos16/merchandising/merchandising.shtml>

Porter (2011) Gerencia de Mercados, Recuperado en Mayo 18,2014
Disponible en <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk16.htm>, 2011

Presupuesto (2013) Administración. Recuperación en Mayo 08,2014
Disponible en <http://www.funlam.edu.co/administracion/modulo/NIVEL-06/Presupuesto.pdf>

PRO-ECUADOR (2013). Instituto de Exportadores sector automotriz.
Recuperación en Enero 17, 2015. Disponible en
<http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/automotriz/>

Revista SATHIRI (2011) Avances Tecnológicos. Recuperación en Mayo 28, 2014. Disponible en http://www.upec.edu.ec/citte/archivos/publicaciones/Revista_citte_2011.pdf

Rico veri Marketing (2012) Marketing. Recuperación en Mayo 24, 2014. Disponible en <http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id33.htm>

Santandertrade (2014). Partidas Arancelarias, socios y proveedores de Estados Unidos. Recuperación en Junio 20, 2014. Disponible en <https://es.santandertrade.com/buscar-en-el-portal>

Tevni Grajales G. (2000) Tipos de investigación. Recuperación en Abril 06, 2013. Disponible en <http://tgrajales.net/investipos.pdf/>

Thewarehouse (2015) auto parts Warehouse. Recuperación en Enero 14, 2015. Disponible en http://www.autopartswarehouse.com/contact_the_warehouse.html

Trademap (2014) Organismo internacional de Producción. Recuperación en Junio 18, 2014. Disponible en http://www.trademap.org/index.aspx?ReturnUrl=%2fCountry_SelProductCountry_TS.aspx

Tulcanonline (2015) Situación Geográfica. Recuperación en Enero 13, 2015. Disponible en <http://www.tulcanonline.com/index.php/informacion.html?showall=1&limitstart>.

ANEXOS

VII. ANEXOS.

ANEXO 1 ENCUESTA PARA EL CONSUMIDOR
UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR
Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL



Objetivo: Establecer la opinión sobre la comercialización de accesorios decorativos desde San Diego, California, Estados Unidos hacia Ecuador.
Por favor marque con una X en el casillero que usted, considere pertinente, gracias por la debida atención.

Cuestionario:

Perfil del encuestado

1. ¿Entre que rango de edad se encuentra usted?

De 18 a 24

De 25 a 31

De 32 a 38

De 39 a 45

De 45 en adelante

2. ¿Alguna vez usted ha adquirido accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos?

Si No

(termina la encuesta)

3.- ¿señale a continuación el rango en el que se ubica sus ingresos?

De 318 a 350 USD

De 351 a 500 USD

De 501 en adelante

4. ¿De las siguientes características, que le atrae más al consumir accesorios decorativos para autos?

Presentación

Precio

Cantidad

Calidad

Otras

Cuales.....

5. ¿De los siguientes períodos de tiempo en un mes, con qué frecuencia usted adquiere accesorios decorativos para autos?

De 1 a 2 veces

De 3 a 5 veces

De 6 a 9 veces

De 10 a más

6. De los siguientes valores, ¿cuánto usted gasta en la compra de accesorios decorativos para autos?

De 1 a 30 USD

De 31 a 100 USD

De 101 a 150 USD

De 151 a más

7. ¿Porque compra accesorios decorativos para autos?

Status

Moda

Diferenciación

Necesidad

Otros

NO

Cuales.....

8. De la siguiente lista, indique cuales son los productos de su preferencia.

Ambientales

Ambiental Spray

- Chicas Fresas
- Accesorios Adhesivos
- Cintas decorativas
- Papel polarizado
- Papel reflectivo
- Otros
- Cuales.....

9. Accesorios para el exterior del Vehículo

- Antenas
- Cable de batería
- Espejos
- Pitos
- Plumas
- Para choques
- Resonadores
- Cinturones de seguridad
- Forro de volante
- Forro de asiento
- Volantes deportivos
- Licadoras
- Luces capó
- Otros
- Cuales.....

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

ANEXO 2 ENCUESTA PARA EL DISTRIBUIDOR



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIACIÓN COMERCIAL INTERNACIONAL



Objetivo: Establecer la opinión sobre la comercialización de accesorios decorativos desde San Diego, California, Estados Unidos hacia Ecuador.

Por favor marque con una X en el casillero que usted, considere pertinente, gracias por la debida atención.

Questionario:

1.- ¿Sus distribuidores son nacionales o extranjeros?

Nacionales
Extranjeros

2.- Porque prefiere comprar en los distribuidores marque con una X?

Calidad en los accesorios
Precios accesibles
Localización
Atención al cliente
Forma de pago
Otras
Cuales.....

3.- ¿Con que frecuencia se abastece de accesorios para autos?

Una vez a la semana Una vez al mes
Dos veces al mes Una vez cada dos meses

4.- De la siguiente lista, indique cuáles son los productos que más se venden.

Ambientales
Ambiental Spray
Chicas Fresas

Accesorios Adhesivos

Cintas decorativas

Papel polarizado

Papel reflectivo

Otros

Cuáles.....

5.- Accesorios para el exterior e interior del Vehículo

Antenas

Cable de batería

Espejos

Pitos

Plumas

Para choques

Resonadores

Cinturones de seguridad

Forro de volante

Forro de asiento

Volantes deportivos

Licadoras

Luces capó

Otros

Cuales.....

6.- ¿Cuánto invierte en la compra de accesorios decorativos al mes?

De 100 a 500 dólares

De 501 a 1000 dólares

De 1100 en adelante

7.- ¿Estaría dispuesto a adquirir los productos de otra empresa desde Estados Unidos?

Si NO

Porque.....

8.- ¿Le gustaría adquirir productos novedosos a precios asequibles?

Si NO

Porque.....

9.- ¿Cuál es su preferencia en la entrega de los accesorios para autos?

En el plazo establecido Antes

Después

10. ¿Cuál es su preferencia al realizar el pago?

Efectivo Cheque Tarjeta de Crédito

Crédito directo a plazos

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Y₂₀₁₅ = 365418

2017

$Y_{2016} = 624418 + (-37000) \times (8)$

Y₂₀₁₆ = 328418

2018

$Y_{2017} = 624418 + (-37000) \times (9)$

Y₂₀₁₇ = 291418

2019

$Y_{2018} = 624418 + (-37000) \times (10)$

Y₂₀₁₈ = 254418

2020

$Y_{2019} = 624418 + (-37000) \times (11)$

Y₂₀₁₉ = 217418

PROYECCIÓN DE EXPORTACIONES DE AROMATIZANTES	
Años	UNIDADES
2015	4875461
2016	4427192
2017	3978923
2018	3530654
2019	3082385
2020	2634116

2019

$$Y_{2018} = 7565076 + (-448269) \times (10)$$

$$Y_{2018} = \quad \quad \quad \mathbf{3082386}$$

2020

$$Y_{2019} = 7565076 + (-448269) \times (11)$$

$$Y_{2019} = \quad \quad \quad \mathbf{2634117}$$

PROYECCIÓN DE EXPORTACIONES DE FORROS DE VOLANTE	
Años	UNIDADES
2015	152114
2016	138128
2017	124142
2018	110156
2019	96170
2020	82184

EXPORTACION ECUADOR UNI (FORROS)			
x	Y	x2	xy
1	107226	1	107226
2	332334	4	664668
3	224442	9	673326
4	205794	16	823176
5	100566	25	502830
15	970362	55	2771226

Elaborado por: Patricio Suarez C

A	11801520 50	236030
B	-699300 50	-13986

2015

$$Y_{2014} = 236030 + (-13986) \times (6)$$

$$Y_{2014} = \quad \mathbf{152114}$$

2016

$$Y_{2015} = 236030 + (-13986) \times (7)$$

$$Y_{2015} = \quad \mathbf{138128}$$

2017

$$Y_{2016} = 236030 + (-13986) \times (8)$$

$$Y_{2016} = \quad \mathbf{124142}$$

2018

$$Y_{2017} = 236030 + (-13986) \times (9)$$

$$Y_{2017} = \quad \mathbf{110156}$$

2019

$$Y_{2018} = 236030 + (-13986) \times (10)$$

$$Y_{2018} = \quad \mathbf{96170}$$

2020

$$Y_{2019} = 236030 + (-13986) \times (11)$$

$$Y_{2019} = \quad \mathbf{82184}$$

Se realiza las proyecciones de los tres productos aplicando las formulas correspondientes para cada producto de la exportación accesorios decorativos para autos.

ANEXO 4 PROYECCION DE IMPORTACIONES DE ACCESORIOS PARA AUTOS

PROYECCIÓN DE IMPORTACIONES DE PLUMAS	
Años	UNIDADES
2015	1577434
2016	1528277
2017	1479120
2018	1429963
2019	1380806
2020	1331649

IMPORTACIONES ECUADOR UNIDADES (PLUMAS)			
x	Y	x2	Xy
1	1703761	1	1703761
2	1968047	4	3936094
3	1363714	9	4091142
4	2294000	16	9176000
5	1295000	25	6475000
15	8624522	55	25381997

Elaborado por: Patricio Suarez C

A	93618755 50	1872375
B	-2457845 50	-49157

2015

$$Y_{2014} = 1872375 + (-49157) \times (6)$$

$$Y_{2014} = \mathbf{1577433}$$

2016

$$Y_{2015} = 1872375 + (-49157) \times (7)$$

$$Y_{2015} = \mathbf{1528276}$$

2017

$$Y_{2016} = 1872375 + (-49157) \times (8)$$

$$Y_{2016} = \mathbf{1479119}$$

2018

$$Y_{2017} = 1872375 + (-49157) \times (9)$$

$$Y_{2017} = \mathbf{1429962}$$

2019

$$Y_{2018} = 1872375 + (-49157) \times (10)$$

$$Y_{2018} = \mathbf{1380805}$$

2020

$$Y_{2019} = 1872375 + (-49157) \times (11)$$

$$Y_{2019} = \mathbf{1331648}$$

$$Y_{2015} = 18515651$$

2017

$$Y_{2016} = 22684557 + (-595558) \times (8)$$

$$Y_{2016} = 17920093$$

2018

$$Y_{2017} = 22684557 + (-595558) \times (9)$$

$$Y_{2017} = 17324535$$

2019

$$Y_{2018} = 22684557 + (-595558) \times (10)$$

$$Y_{2018} = 16728977$$

2020

$$Y_{2019} = 22684557 + (-595558) \times (11)$$

$$Y_{2019} = 16133419$$

PROYECCIÓN DE IMPORTACIONES DE FORROS DE VOLANTE	
Años	UNIDADES
2015	596270
2016	577688
2017	559107
2018	540526
2019	521944
2020	503363

IMPOR ECUADOR UNI (FORROS)			
x	y	x ²	xy
1	644022	1	644022
2	743922	4	1487844
3	515484	9	1546452
4	867132	16	3468528
5	489510	25	2447550
	326007		
15	0	55	9594396

Elaborado por: Patricio Suarez C

A 35387910 707758
50

B -929070 -18581
50

2015

$$Y_{2014} = 707758 + (-18581) \cdot x \quad (6)$$

$$Y_{2014} = 596270$$

2016

$$Y_{2015} = 707758 + (-18581) \cdot x \quad (7)$$

$$Y_{2015} = 577688$$

2017

$$Y_{2016} = 707758 + (-18581) \cdot x \quad (8)$$

$$Y_{2016} = 559107$$

2018

$$Y_{2017} = 707758 + (-18581) \cdot x \quad (9)$$

$$Y_{2017} = 540526$$

2019

$$Y_{2018} = 707758 + (-18581) \quad \times (10)$$

$$Y_{2018} = \quad \mathbf{521944}$$

2020

$$Y_{2019} = 707758 + (-18581) \quad \times (11)$$

$$Y_{2019} = \quad \mathbf{503363}$$

Se realiza las proyecciones de los tres productos aplicando las formulas correspondientes para cada uno de ellos para la importación de accesorios.

ANEXO 5 CONSUMO NACIONAL APARENTE

AÑOS	X (-)	M (+)	PRODUCCIÓN (+)	CNA (OFERTA)	CNA (OFERTA) TULCAN
	(UNI)	(UNI)	(UNI)	(UNI)	(UNI)
2015	5429994	21284915	0	15854921	442
2016	4930739	20621619	0	15690880	434
2017	4431484	19958324	0	15526840	425
2018	3932229	19295028	0	15362799	417
2019	3432974	18631732	0	15198758	408
2020	2933719	17968436	0	15034718	400
TOTAL	25091138	117760054	0	92668916	2527

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Patricio Suárez C.

ANEXO 6 OFERTA EXPORTABLE DE ACCESORIOS DECORATIVOS PARA AUTOS

Producto	Ventas Anuales en Cajas – Proyección					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cajas de accesorios PLUMAS	8	12	16	20	24	28
Cajas de accesorios AROMATIZADORES	4	8	12	16	20	24
Cajas de accesorios FORROS	24	28	32	36	40	44
TOTAL	36	48	60	72	84	96

AÑOS	OFERTA USA ACCESORIOS			TOTAL
	PLUMAS	AROMATIZADORES	FORROS VOLANTES	
2015	3520	4368	3744	11632
2016	5280	8736	4368	18384
2017	7040	13104	4992	25136
2018	8800	17472	5616	31888
2019	10560	21840	6240	38640
2020	12320	26208	6864	45392

Elaborado por: Patricio Suárez C

Se pretende abastecer el mercado de Tulcán tomando en cuenta la oferta exportable que es de 11632 accesorios durante el año 2015

ANEXO 7 PROYECCION DE LA POBLACION Y CONSUMO PER CÁPITA

PROYECCION DE LA POBLACION	
Años	POBLACION TOTAL TULCAN (40%)
2015	35.834
2016	36.180
2017	36.526
2018	36.872
2019	37.217
2020	37.563
TOTAL	220191

Elaborado por: Patricio Suárez C

ANEXO 8 CONSUMO PER CÁPITA

CNA (OFERTA) TULCAN	POBLACION TOTAL TULCAN (40%)	CONSUMO PER CAPITA ANUAL
(UNI)		REAL (UNI)
442	35.834	3,0
434	36.180	3,0
425	36.526	3,0
417	36.872	3,0
408	37.217	3,0
400	37.563	3,0
2527	220191	18

Fuente: INEC

Elaborado por: Patricio Suárez C

De la población total del cantón Tulcán se toma el 40% de las personas que poseen vehículos. Teniendo consumo nacional aparente y la población de Tulcán se procede a determinar el consumo per cápita anual que da como respuesta un 3,0 real en unidades.

ANEXO 9 DISTRIBUIDORES DE ACCESORIO

Lista de distribuidores de la zona Urbana del cantón Tulcán con los cuales se va a realizar la negociación directa de los accesorios decorativos para autos desde California - Estados Unidos.

DISTRIBUIDORES DE ACCESORIOS PARA AUTOS DE TULCAN CARCHI – ECUADOR	DIRECCION
DISTRILUJOS	Bolívar y Carabobo Ref. Bajos Edificio Velotax Sector Terminal Terrestre
SUPERLUJOS	Bolívar y General Plaza
AUTO SHOPPING	Av. Manabí y Calderón
MULTILUJOS	Av. Veintimilla s/n y Seminario
AUTO JUNIOR	Bolívar y Tarqui
DECOR SPORT	Av. Veintimilla y Juan de Velazco
MEGA REPUESTOS	Av. Veintimilla y pasaje s/n Sector Terminal Terrestre
DISTRIFORROS	Av. Manabí y Los Ciprés
AUTO MUNDO	Av. 24 de Mayo Junto al Comando de Policía , Barrio: Ejido Norte
AUTOMOTOR	Bolívar y 9 de Octubre
REPUESTOS AUTOMOTRICES	Av. Veintimilla y San Cristóbal
LUBRICANTES Y ACCESORIOS POZO	Av. Veintimilla Ref. Junto al Comercial Hidrovo
TODO PARA SU AUTO	Av. Veintimilla Ref. junto a la Iglesia Cristo Rey
AUTOLATAS	Bolívar y Tarqui
EL REPUESTO	Bolívar y Rocafuerte Esquina Ref. Bajo el Edificio del Sindicato de Choferes del Carchi.
LUBRICANTES REPUESTOS Y ACCESORIOS ELAON	Av. Veintimilla y Pablo Muñoz Vega Esquina
AUTOMUNDO	Bolívar y Rocafuerte Ref. Bajo el Edificio del Sindicato de Choferes del Carchi.
AUTO PARTES	Av. Centenario y Av. Veintimilla Ref. Sector Terminal Terrestre.
LUBRIAUTO	Av. San Francisco y Uruguay Barrio la Habana
DECORACIONES, EMBLEMAS, POLARIZADOS	Av. Veintimilla y Camilo Ponce

Elaborado por: Patricio Suárez C

ANEXO 10 FOTOGRAFIAS
LLEGADA AL ALMACEN DISTRILUJOS VISTA EXTERIOR



VISTA INTERIOR RECONOCIENDO LOS ACCESRIOS



**LLEGADA AL ALMCEN SUPERLUJOS VISTA INTERIOR ENTRVISTA
CON EL SR. MANUEL SANTOS DUEÑO DEL LOCAL DE ACCESORIOS**



**LLEGADA AL ALMACEN AUTOSHOPPING VISTA INTERIOR
IDENTIFICANDO LOS ACCESORIOS**



ENTREVISTA CON LA SRA. SUSANA PROPIETARIA DEL LOCAL



LLEGADA AL ALMACEN MULTILUJOS VISTA INTERIOR



ENTREVISTA CON SR. CARLOS VALLEJO EMPLEADO DEL LOCAL





ALMACEN DISTRIFORROS VISTA INTERIOR



ANEXO 11 LISTA PRECIOS DE ACCESORIOS DE ESTADOS UNIDOS

PRODUCTO	PRECIO DE LISTA (USD)	PRECIO IMPORTADOR (USD)	AHORRO (USD)
PLUMAS	\$ 25,77	\$ 22,67 Todas las Medidas	\$ 3,10
CUBIERTA DE VOLANTE	\$24,29	\$ 21,18	\$3,81
CAR AIR FRESHENER PRECIO IMPORTADOR	\$ 1	\$ 0,25	\$,075

	DESCUENTOS	
COMPRA	100 - 500 UNIDADES	30%
DE	501 - 1000	40%
ACCESORIOS	1001 - 2000 en Adelante	50%

Fuente: Auto Parts Warehouse (2015)

Elaborado por: Patricio Suarez C

En esta lista de precios constan los artículos que más se comercializan a nivel de Tulcán- Ecuador como son plumo, aromatizante y forros de volante y se venden a nivel de Estados Unidos, por el cual tomara en cuenta el descuento del precio de importador es de acuerdo con la cantidad de mercadería adquirida para cubrir la demanda insatisfecha y es el que se va tomar como referencia para que este proyecto tenga el beneficio esperado. Teniendo en cuenta las características adecuadas de descuentos que son muy importantes para los accesorios decorativos tenga un valor agregado y de calidad que esté acorde con el mercado de Tulcán.

ARTÍCULO CIENTÍFICO

NELSON PATRICIO SUÁREZ CARRILLO



Egresado de la carrera de Ingeniería en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, Tulcán. Seminario Taller de Perspectivas y Políticas Administrativas del Comercio Exterior, Tercer seminario Taller de Manejo de las Partidas Arancelarias, Primer Seminario Taller de Regímenes Espaciales, Seminario Análisis de indicadores Socioeconómicos de la Provincia del Carchi con SPSS, Seminario Estructura de Planes de Negocios y Manejo de Datos, Primera Jornada Internacional de Comercio Exterior, Segunda Jornada Internacional de Comercio Exterior COPCI, Control al Valor, Fiscalidad aduanera, Control Posterior y Prevención de Fraude Comercial y Tercera Jornada Internacional de Comercio Exterior Normativa y Procedimientos Aduaneros , Quinto Encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo Ecuatoriana, Foro de Franquicias y Oportunidades de Negocio.

“Comercialización de Accesorios Decorativos para Autos desde Estados Unidos y la Demanda en el Mercado de Tulcán”

Universidad Politécnica Estatal del Carchi
(UPEC) - Tulcán - Ecuador
Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional
(CEYNCI)
pacho_suarez@hotmail.es

Resumen

Analizar la comercialización de accesorios decorativos para autos desde San Diego California - Estados Unidos y la demanda en el cantón Tulcán provincia del Carchi - Ecuador, tiene consigo una gran serie de factores que se constituyen como una información fundamental para poder identificar muy bien este proceso.

El objetivo principal de este proceso de investigación es el de relacionar las variables comercialización y demanda, por lo que se tomó como base de información secundaria el análisis del mercado de Tulcán zona urbana y la participación de los distribuidores para conocer la realidad del proceso de distribución y comercialización.

Quienes serán abastecidos por la importadora Suarez Cía. Ltd. para el proceso de comercialización Internacional, la empresa proveedora es Auto Parts Ware house ofrece productos de calidad y durabilidad creando un mercado dinámico y comercial ya que cuenta con el stock suficiente para abastecer el mercado Ecuatoriano a precios sumamente bajos con una gran variedad de modelos.

“Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

Nelson Patricio Suárez Carrillo (UPEC – Ecuador)

“Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

Con la comprometida oportunidad de ingresar al mercado Ecuatoriano, la comercialización de accesorios decorativos para autos maneja un correcto proceso logístico para el transporte de accesorios decorativos para autos, ocasionando el ahorro de tiempo y de dinero que son la base fundamental para que el proyecto cumpla con las expectativas propuestas.

Palabras claves: Demanda, Comercialización, Calidad, Durabilidad, Mercado, Producto, Logística, Proyecto, Proveedor.

Abstract

Analyze the marketing of decorative accessories for cars from San Diego California - United States and demand in the canton Tulcán Carchi - Ecuador has with it a number of factors that constitute a fundamental information to identify this process very well.

The main objective of this research is the process of linking marketing and demand variables, so it was based on secondary data analysis Tulcán urban market and the participation of distributors to know the reality of the distribution process and marketing.

Who will be supplied by the importing Suarez Cia Ltd to process international marketing, the supplier is Auto Parts Ware house offers quality products and durability creating a dynamic and commercial market as it has the stock enough to supply the Ecuadorian market at prices extremely low with a variety of models.

With compromised Ecuadorian opportunity to enter the market, the marketing of decorative accessories for cars handle proper logistics process for the transport of decorative accessories for cars, causing saving time and money that are the foundation for the project to comply with proposals expectations.

1. Introducción

En el mercado Ecuatoriano principalmente en la provincia del Carchi, zona urbana del cantón Tulcán existe la demanda de accesorios decorativos para autos debido al incremento paulatino de vehículos en los últimos años de acuerdo con Carchi noticias (2014) también a una insuficiencia básica de accesorios decorativos para autos de Estados Unidos por consiguiente se llegó a determinar que existe la necesidad de realizar el proceso de importación tomando en cuenta la calidad, durabilidad de los productos y su valor agregado a precios competitivos, lo que permitirá diversificar los mercados y generar mayor rentabilidad tal como lo manifiesta Luis Caicedo(17/Febrero/2014),lo cual contribuye a la economía creando plazas de trabajo y mejorando la calidad de vida de los Tulcaneños.

De acuerdo con INEC censo (2010) Carchi cuenta con el 0.9 % que son alrededor de 277 establecimientos que están distribuidos a nivel de toda la provincia tomando en cuenta la zona urbana de Tulcán que son 20 distribuidores los cuales se tomaran los mejores precios para ser competitivos y lograr que este proyecto cumpla con los objetivos propuestos.

“Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

Nelson Patricio Suárez Carrillo (UPEC – Ecuador)

“Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

En base a la política del Buen Vivir propuesta por el Gobierno actual, que pretende promover la diversificación de productos y mercados es allí donde intervienen los accesorios decorativos para autos ya que se pagaran todos los impuestos establecidos por el estado Ecuatoriano lo cual es muy beneficioso para el país ya que genera mayor ingresos al estado.

2. Materiales y métodos

El método de investigación que se utilizó es el científico, porque se realizó un estudio de campo aplicando encuestas personalizadas con los distribuidores y consumidores para establecer que tipos de accesorios decorativos para autos son los que más se comercializan y lograr identificarlos, para determinar sus costos, precio de venta al por mayor, precios de competencia entre otros, como también analizar la calidad del productos que se están comercializando en la zona de Tulcán. Con los datos obtenidos se comprobar la idea a defender si es factible realizar la importación de accesorios decorativos para autos hacia Tulcán- Ecuador.

Además se utilizó el método descriptivo porque permite identificar cada uno de los procesos que intervienen desde que los accesorios decorativos para autos son enviados desde San Diego California- Estados Unidos y son transportados hasta el mercado de destino que es la zona Urbana del cantón Tulcán- Ecuador; en donde se analizaron las siguiente variables: la calidad, durabilidad, el precio, la cantidad, estrategia de comercialización, la logística, el proceso de Importación, gustos, preferencias y la capacidad de consumo.

Por otro lado se utilizaron técnicas necesarias para recolectar la información tales como: el fichaje, la observación, encuestas y la entrevista personal, ya que se realizó una investigación documental por medio de libros y el internet, además se realizó las visitas a todos y cada uno de los locales de distribución de accesorios decorativos para autos donde se obtuvo una conversación directa con los distribuidores y consumidores de la zona urbana del cantón Tulcán, para obtener datos como: gustos preferencias, precios, pedidos, formas de pago, tiempos de entrega entre otros.

3. Resultados y discusión

El estudio de esta investigación es la oferta de accesorios decorativos para autos de San diego California -Estados Unidos y la demanda insatisfecha en la zona urbana del cantón Tulcán -Ecuador. De acuerdo con los distribuidores de este producto se debe al desconocimiento del proceso de importación y los costos que ocasionan este trabajo comercial han sido el obstáculo para que no se pueda diversificar el mercado, como también la falta de empresas importadoras de accesorios americanos, debido a esto los distribuidores han tenido que adquirir productos de otras nacionalidades para poder abastecer el mercado a precios convenientes pero sin garantizar la calidad y durabilidad del producto.

Además cabe recalcar que el 100% de los distribuidores están dispuestos a adquirir los accesorios decorativos para autos de Estados Unidos ya que son productos que garantizan la durabilidad y calidad por ende si son productos americanos tienen mayor

“Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

acogida ya que son productos muy conocidos y poco comercializados, según Wilmer Lucero (12/Enero/2015) existen pocos importadores y no abastecen el mercado de Tulcán debido a que se demoran mucho tiempo en realizar los pedidos y entregas, por lo que surge la necesidad de cubrir parte de la demanda insatisfecha por medio de una empresa importadora que garantice los pedidos y entregas a corto tiempo.

Según Pablo Velasco (13/Febrero/2015), actualmente los distribuidores no están al tanto de las nuevas tecnologías como son la internet lo cual se les hace imposible contactarse con importadores de otros países y realizar las respectiva negociación directa con los importadores sin intermediarios lo que ocasiona que tienen que trabajar con intermediarios reduciendo su rentabilidad.

Análisis de la Demanda

De acuerdo a PROECUADOR (2013), A escala nacional, de acuerdo a la información del Censo Nacional Económico 2010, existen 29.068 establecimientos económicos dedicados a actividades de comercio automotriz, de los cuales el 70% corresponden a establecimientos que realizan mantenimiento y reparación de vehículos automotores, mientras que el 30% restante se dedica a la venta de partes, piezas y accesorios de vehículos pero no cuentan con todos los accesorios ya que no disponen de la maquinaria y tecnología necesaria para poder elaborarlos; el consumidor de la zona urbana del cantón Tulcán prefiere productos con características únicas como son calidad, durabilidad, marca del producto y a precios convenientes.

Además el crecimiento de accesorios decorativos para autos ha ido aumentando paulatinamente ya que la mayoría de accesorios que son comercializados en Tulcán son importados en base a el crecimiento vehicular en los últimos años en la ciudad de Tulcán, debido al aumento salarial de las personas en esta ciudad, de acuerdo con la información proporcionada del “ministerio de trabajo el sueldo básico para el año 2015 es de 354 USD.” (Ministerio de Trabajo, 2015, pag.1), lo cual genera mayor demanda de accesorios en especial si son de Estados Unidos.

En la ciudad de Tulcán los consumidores están dispuestos a pagar el precio establecido por un producto que cuente con buena presentación, calidad y que se diferencie de los demás productos.

Precio referencial

El precio referencial de accesorios decorativos para autos de acuerdo con los distribuidores de cantón Tulcán- Ecuador varía notablemente ya que todo depende de la calidad del que están elaborados tal como lo indica la siguiente tabla.

TABLA 52 PRECIO REFERENCIAL

LISTA DE PRECIOS EN EL MERCADO DE TULCAN	
DETALLE	PRECIOS
Plumas	DE 14 - 35 USD
Aromatizantes	DE 1 - 1,50 USD
Forros de Volante	DE 4 - 29,99 USD

Elaborado por: Patricio Suárez C

“Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

En cambio el precio internacional del país exportador con sus respectivos descuentos como se aprecia en la siguiente tabla.

TABLA 53 PRECIO INTERNACIONAL

PRODUCTO	PRECIO DE LISTA (USD)	PRECIO IMPORTADOR (USD)	AHORRO (USD)
PLUMAS	\$ 25,77	\$ 22,67 Todas las Medidas	\$ 3,10
CUBIERTA DE VOLANTE	\$24,29	\$ 21,18	\$3,81
CAR AIR FRESHENER PRECIO IMPORTADOR	\$ 1	\$ 0,25	\$,075
DESCUENTOS			
COMPRA	100 - 500 UNIDADES		30%
DE	501 - 1000		40%
ACCESORIOS	1001 - 2000 en Adelante		50%

Elaborado por: Patricio Suárez C

Con estos datos se puede determinar la demanda de los posibles consumidores de la zona norte del cantón Tulcán tomando en cuenta los siguientes factores la oferta exportable y la demanda insatisfecha, los cuales permitieron conocer ampliamente el mercado al cual va a cubrir parte de la demanda insatisfecha.

TABLA 54 DEMANDA INSATISFECHA EN UNIDADES

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA	PROYECTO	
		Oferta (UNI)	% DE COBERTURA
2015	107057	11632	10,8%
2016	108104	18384	16,9%
2017	109150	25136	22,9%
2018	110197	31888	28,8%
2019	111243	38640	34,6%
2020	112289	45392	40,3%
TOTAL	658040	171072	25,898%

Fuente: Investigación

Elaborado por: Patricio Suárez C

De acuerdo a la tabla No. Se evidencia una demanda insatisfecha en la ciudad de Tulcán de un total de 107057 unidades de accesorios decorativos para autos, específicamente de plumas, aromatizantes y forros de volante. Además se determinó que el porcentaje de cobertura de la demanda insatisfecha es del 10,8% en el primer año. Este valor nos refleja que este sector tiene una gran demanda que crece paulatinamente cada año y que con la implementación de este proyecto apenas se

“Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

Nelson Patricio Suárez Carrillo (UPEC – Ecuador)

“Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

cubre menos del 11% de accesorios decorativos que los consumidores están dispuestos a adquirir.

En el cantón Tulcán existe la demanda de accesorios decorativos para autos por lo que su oferta exportable se la realiza de Estados Unidos -California se realiza por medio de los pedidos obtenidos por parte de los distribuidores quienes son a los que se les va a abastecer de productos de acuerdo al número de 11632 unidades y 36 cajas de los tres productos anualmente se procede a realizar los pedidos tal como lo especifica las siguientes tablas:

TABLA 55 OFERTA EXPORTABLE

Producto	Ventas Anuales en Cajas – Proyección					
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Cajas de accesorios PLUMAS	8	12	16	20	24	28
Cajas de accesorios AROMATIZADORES	4	8	12	16	20	24
Cajas de accesorios FORROS	24	28	32	36	40	44
TOTAL	36	48	60	72	84	96

AÑOS	OFERTA USA ACCESORIOS UNIDADES			TOTAL
	PLUMAS	AROMATIZADORES	FORROS VOLANTES	
2015	3520	4368	3744	11632
2016	5280	8736	4368	18384
2017	7040	13104	4992	25136
2018	8800	17472	5616	31888
2019	10560	21840	6240	38640
2020	12320	26208	6864	45392

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Autor del proyecto.

4. Conclusiones

- ✓ De acuerdo con los indicadores socio-económicos de los dos países son de gran apoyo para la salida e ingreso de accesorios decorativos para autos que son de gran beneficio para las personas relacionadas para la ejecución del proyecto.
- ✓ La zona urbana del cantón Tulcán – Ecuador por estar en frontera Norte cuenta con una gran oportunidad de comercialización ya que los accesorios decorativos para autos pueden ser distribuidos al país vecino como es Colombia y generando un valor agregado.
- ✓ El actual desconocimiento de los procesos y costos de importación de los distribuidores de accesorios decorativos para autos de la zona urbana del cantón Tulcán – Ecuador, limita generar mayores ingresos por tal motivo se pierde la diversificación del mercado creando nuevas formas de presentación del producto.

“Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

Nelson Patricio Suárez Carrillo (UPEC – Ecuador)

“Comercialización de accesorios decorativos para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán”

5. Recomendaciones

- ✓ Beneficiarse al máximo del país desarrollado como es el caso de Estados Unidos analizando sus operaciones comerciales como también el crecimiento poblacional, el PIB, industrias existentes, los tratados comerciales, entre otros por lo que nos ayuda a determinar el mercado del cual se pretende importar y qué medidas se pueden tomar para que exista la debida factibilidad en el proyecto.
- ✓ Favorecer al distribuidor de la zona norte del cantón Tulcán facilitándole los accesorios para autos por medio de la importación para que se beneficie directamente al momento de crear una oferta exportable que esté acorde con los competidores y así diversificar los mercados.

6. Referencias bibliográficas:

- ✓ Banco Central del Ecuador, (2015) Importaciones de Estados Unidos. Recuperado en Enero 19, 2015 Disponible en <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro012014.pdf>
- ✓ Carchi Noticias, (2015) Vehículos matriculados. Recuperado en Enero 28, 2015. Disponible en <http://carchinoticias.com/tag/transito/>
- ✓ José Cegarra Sánchez (2011) Metodología de la Investigación Científica y Tecnológica, Ediciones Díaz Santos, S.A.
- ✓ Metodología para trabajos de grado (Miguel Ángel Poss o, tipos de investigación, 2010, pag.22).
- ✓ Ministerio de Trabajo (2015) Salario Básico. Recuperado en Febrero 22,2015. Disponible <http://www.trabajo.gob.ec/354-dolares-es-el-salario-basico-para-el-2015/>
- ✓ PRO-ECUADOR (2013). Instituto de Exportadores sector automotriz. Recuperación en Enero17, 2015. Disponible en <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/sectores/automotriz/>



UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI

Ley No. 2006-36 · Publicada en el Segundo Suplemento del Registro Oficial No. 244 del 5 de abril del 2006

ACTA DE SUSTENTACIÓN DE PROYECTO DE GRADO

No. 0066.1-AS-CEYNI/2012

A los trece días del mes de agosto de 2012, siendo las 09h00, se instala el Tribunal de Sustentación del Proyecto de Grado conformado por: Msc. Beatriz Realpe, PRESIDENTE; Dra. Milena Gutiérrez, SECRETARIO; y Ing. Germán Ruíz ASESOR DEL PROYECTO "Comercialización de accesorios decorativos, para autos desde Estados Unidos y la demanda en el mercado de Tulcán" en base a lo establecido en el Reglamento de Tesis de Grado y el Instructivo de sustentación de Proyecto de Grado, para receptor la sustentación del estudiante SUAREZ CARRILLO NELSON PATRICIO de X nivel "A" Noche de la carrera Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

Una vez constatado y en cumplimiento de los requisitos administrativos y académicos, el estudiante SUAREZ CARRILLO NELSON PATRICIO APRUEBA la sustentación con el promedio de las siguientes calificaciones:

1. Exposición del Proyecto de Grado3.83
2. Precisión y Coherencia de Respuestas..... 2.33
3. Calidad de la Presentación del Trabajo0.83

Obteniendo como nota final 7.00 SIETE en la sustentación del Proyecto de Grado.

El tribunal considera pertinente que el estudiante cumpla las siguientes recomendaciones:

- Analizar la Fundamentación Legal
- Mejorar los antecedentes y la investigación en general
- Mejorar la ortografía
- Ampliar la bibliografía

Dado en la ciudad de Tulcán a los treces días del mes de agosto de dos mil doce, firman los integrantes del Tribunal de Sustentación de Proyecto de Grado de la Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional.

"EDUCACIÓN PARA EL DESARROLLO Y LA INTEGRACIÓN"


Msc. Beatriz Realpe
PRESIDENTE DEL TRIBUNAL


Dra. Milena Gutiérrez
SECRETARIA


Ing. Germán Ruíz
ASESOR DE TESIS