

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



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

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

“La estrategia comercial de venta de la Compañía comercial GUAPO´S
Cía. Ltda. Ante la Importación de llantas desde Lima Perú”

Tesis de grado previa la obtención del
título de Ingeniera en Comercio Exterior y
Negociación Comercial Internacional.

AUTORA: Liliana Silvana Bastidas Benavides

ASESORA: Msc. Milena Gutiérrez

TULCÁN - ECUADOR

2013

CERTIFICADO.

Certifico que la estudiante Liliana Silvana Bastidas Benavides con el número de cédula 0401440813 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: La estrategia comercial de venta de la Compañía “COMERCIAL GUAPO´S” Cía. Ltda. Ante la Importación de llantas desde Lima Perú.

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. Milena Gutiérrez

Tulcán, 25deJulio de 2013

AUTORÍA DE TRABAJO.

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

Yo, Liliana Silvana Bastidas Benavides con cédula de identidad número 0401440813 y declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

.....
Liliana Silvana Bastidas Benavides

Tulcán, 25 de Julio de 2013

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Liliana Silvana Bastidas Benavides declaro ser autora 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 declaramos 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, 25 de Julio de 2013

Liliana Silvana Bastidas Benavides
CI 0401440813

AGRADECIMIENTO.

Sobre todo a Dios por guiar mi camino. Agradezco a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por la formación académica impartida, la cual me permitió formarme como una buena profesional, a mis nobles maestros porque entregaron sus conocimientos sin egoísmo.

A mi asesora de tesis Dra. Milena Gutiérrez, mi agradecimiento profundo, por todos sus conocimientos, amistad y ayuda impartida para el desarrollo y culminación del presente trabajo de investigación.

Finalmente agradezco a mis compañeros y compañeras que me apoyaron y ayudaron para culminar mi objetivo personal, como también a la compañía GUAPO´S Cía. Ltda. Que colaboró para la realización de este modesto trabajo de Investigación.

DEDICATORIA.

Dedico a Dios y a mi padre que desde el cielo siempre me están dando sus bendiciones, a mi madre por todo su amor, apoyo incondicional, que me ha entregado a lo largo de toda mi vida.

A mis hermanos, hermanas y mi esposo, de quienes siempre he recibido su cariño y comprensión.

A mis amigos y amigas con quienes he compartido momentos agradables e inolvidables.

CERTIFICADO.....	ii
AUTORÍA DE TRABAJO.....	iii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO.....	- 1 -
ABSTRACT.....	- 2 -
INTRODUCCIÓN.....	- 4 -
I. EL PROBLEMA.....	- 5 -
1.1.planteamiento del problema.....	- 5 -
1.2. Formulación del problema.....	- 6 -
1.3.delimitación	- 7 -
1.4.justificación	- 7 -
1.5. Objetivos.....	- 9 -
1.5.1 objetivo general.	- 9 -
1.5.2 objetivos específicos.....	- 10 -
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	- 11 -
2.1. Antecedentes investigativos.....	- 11 -
2.2. Fundamentación legal.....	- 12 -
2.3. Marco teórico.....	- 14 -
2.3.1.- teorías utilizadas en la investigación.....	- 14 -
2.3.2.- metodología a utilizar en la investigación.....	- 15 -
2.3.3.- vocabulario técnico.....	- 15 -
2.4. Idea a defender. (investigación cualitativa)	- 15 -
2.5. Variables.....	- 15 -
III. METODOLOGÍA.....	- 16 -

3.1. Modalidad de la investigación.	- 16 -
3.2. Tipo de investigación.	- 17 -
3.3. Población y muestra de la investigación.	- 17 -
3.4. Operacionalización de variables.	19
3.5. Plan de recolección de información.	- 21 -
3.6. Procesamiento, análisis e interpretación de resultados.....	- 31 -
3.6.1. Análisis situacional país destino.....	- 31 -
3.6.2. Análisis mercado - producto.....	- 39 -
3.6.3. Análisis situacional país Perú.....	- 43 -
3.6.4. Análisis mercado – producto.....	- 45 -
3.6.5 foda	- 46 -
3.6.6. Proyecciones del estudio	- 50 -
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	- 53 -
4.1. Conclusiones	- 53 -
4.2. Recomendaciones	- 54 -
V. PROPUESTA.	- 55 -
5.1. Título.....	- 55 -
5.2. Justificación.	- 55 -
5.3. Objetivos.....	- 56 -
5.3.1.- objetivo general	- 56 -
5.3.2.- objetivos específicos.....	- 56 -
5.4. Modelo operativo de la propuesta.	- 56 -
VI. BIBLIOGRAFÍA.	- 74 -
VII. ANEXOS	- 77 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Delimitación	7
Tabla N° 2 Fundamentación Legal	13
Tabla N° 3 Teorías en la investigación	14
Tabla N° 4 Operacionalización	19
Tabla N° 5 Factores socio, económicos	31
Tabla N° 6 Acuerdos comerciales entre Ecuador y Perú	32
Tabla N° 7 Tributos a pagar según la posición arancelaria	33
Tabla N° 8 Barreras arancelarias	34
Tabla N° 9 Factores geográficos	36
Tabla N° 10 POAM	38
Tabla N° 11 Exportaciones en valor FOB Perú-Ecuador	40
Tabla N° 12 Lista de precios de llantas peruanas de la marca Lima Caucho	41
Tabla N° 13 Empresas Jurídicas que mantienen el Registro de Importación	42
Tabla N° 14 FODA	46
Tabla N° 15 Oferta proyectada	50
Tabla N° 16 Demanda proyectada	50
Tabla N° 17 Cálculo para determinar el consumo de llantas en un año	51
Tabla N° 18 Empresas ofertantes de llantas en la provincia del Carchi.	51
Tabla N° 19 Demanda Importable	52
Tabla N° 20 Requerimiento de mano de obra	57
Tabla N° 21 Manual de funciones del gerente	57
Tabla N° 22 manual de funciones de la secretaria	58
Tabla N° 23 Requerimientos para la planta	59
Tabla N° 24 Activos fijos	59
Tabla N° 25 Fichas de procesos	62
Tabla N° 26 Información básica del producto	65
Tabla N° 27 Información básica del embarque	66
Tabla N° 28 Costos directos de exportación.	67
Tabla N° 29 Estructura de la inversión	69
Tabla N° 30 Estado de resultados	70
Tabla N° 31 Flujo de efectivo neto	71
Tabla N° 32 Punto de Equilibrio con financiamiento	73

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Vehículos matriculados en la provincia del Carchi	17
Gráfico N° 2 Rango de edad de los encuestados	21
Gráfico N° 3 Tipo de vehículo	22
Gráfico N° 4 Ciudad donde compra llantas	22
Gráfico N° 5 ha realizado compras en la compañía GUAPO´S	23
Gráfico N° 6 Tiempo que es cliente	24
Gráfico N° 7 Por que adquiere llantas en la compañía GUAPO´S	25
Gráfico N° 8 Frecuencia de consumo de llantas	26
Gráfico N° 9 Cantidad de llantas que adquiere en un año	26
Gráfico N° 10 Adquiere llantas importadas	27
Gráfico N° 11 Qué toma en cuenta cuando compra llantas	28
Gráfico N° 12 Conoce llantas Peruanas	28
Gráfico N° 13 Ha comprado llantas Peruanas	29
Gráfico N° 14 Compraría llantas Peruanas	29
Gráfico N° 15 Balanza comercial Ecuador con el Mundo	35
Gráfico N° 16 Principales puertos de Perú	37
Gráfico N° 17 Balanza comercial Ecuador-Perú	44
Gráfico N° 18 Organigrama	56
Gráfico N° 19. Tamaño de la planta	58
Gráfico N° 20 Localización de la planta	60
Gráfico N° 21 Ingeniería del proyecto	60

RESUMEN EJECUTIVO.

El presente estudio permite determinar la viabilidad para la implementación de un nuevo mecanismo de compra directa por parte del comercial GUAPO`S Cía. Ltda. Esto permite que la empresa opte por establecer una nueva estrategia comercial de venta, a través del estudio logístico, financiero y técnico administrativo.

Este servicio va dirigido principalmente a los clientes de la compañía, también a todas personas que tengan vehículos en la provincia del Carchi como del hermano país de Colombia. Por medio de este estudio de factibilidad se determina importar llantas para camión, permitiendo que el cliente final se encuentre satisfecho y esto permite la fidelidad del mismo.

Mediante el estudio de mercado realizado, se logra establecer que existe una demanda insatisfecha de 6995 llantas anuales en la provincia del Carchi, por medio de la discriminación de factores en la muestra se obtiene la cantidad de 1205 llantas que la compañía GUAPO`S debe importar, además permite conocer el precio para la venta final de 390,73 dólares por cada llanta, con esto se evitará que los consumidores finales adquieran llantas a empresas intermediarias.

En el estudio logístico, se analizan los procesos que la empresa debe realizar para importar llantas desde Lima Perú, como también los requisitos que debe cumplir antes y después de la importación. Además en el estudio financiero permite conocer los costos y gastos que generará la implementación del nuevo mecanismo de compra directa, estableciendo una inversión inicial de 136718 dólares.

ABSTRACT.

The present study to determine the feasibility of implementing a new mechanism for direct purchase by the commercial GUAPO `S CIA LTDA and this allows the company chooses to establish a new business strategy of sale, through the study logistical, financial and administrative technician.

This service is primarily aimed at customers of the company, also to all people who have cars in Carchi and the neighboring country of Colombia. By means of this feasibility study is determined importing truck tires, allowing the end customer is satisfied and this allows loyalty.

Through market research, it is established that there is an unmet demand for tires 6995 annual Carchi province, through discrimination factors in the sample is obtained by 1205 the number of tires that the company `S must import GUAPO also allows the price to the final sale of \$ 390.73 for each tire and this will prevent end users acquire tires from intermediary companies.

In the logistics study, we analyze the business processes must perform to import tires from Lima Peru, as well as the requirements to be met before and after import. Also in the financial study allows knowing the costs and cats that will generate the implementation of the new mechanism of direct purchase, establishing an initial investment of \$ 136,718.

ÑAUPACMA RESHU

Allí ñahupac yachac recorema tucuchina allinanima remana conañ mushuc maqui randena allí imatapis allí mera rechon alojericaripa mushuclla cay parloguan parloshpa allí formashpa allí yachashpa guiechimam rishin imatapish allí rurashpa y allí ciudashpa.

Caica callarim tucaie aillo cunapac tondalla caillacta y caisho antagua cumagumpesh shaj shinalla y caisho ajenos llactasguan pish imashima yachashparishón imacusasas randena cunatapish antagua cunapc reviola cumatapish randeshpa apamushim ñucanchicpish.

Imatapish yachashpa tapunacushpa maillape imarandemas tiascasta mashcoshpa caishac llactamanta y caillactamantapesh shamucpeca randeshum amaima casapesh cara randesca cachum cai-demandashca cunapeca recutame 6995 antaguapac reuda cuna cada Guatas cia Carchi llactapi cai apucuna catishpa imatapish yachasca cuna 1205 reuda cuna cai.

Antagua mushuc recurehum alajacunapac recsema imalaya randema cushquiguan randema y jatuma y allí preciostarecuna allí llachama guasipe recuna imararacus catapes yachaipa porte llactamanta antagua cumapac reuda cumastapas lluc empresa cumagua partashpa alli callqueta tarpashpa embertespa allí.

INTRODUCCIÓN

La idea de la importación de llantas desde Lima Perú por parte de la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Surge por la necesidad de satisfacer a los clientes, permitiéndole a la empresa determinar una estrategia comercial de venta. Que le permita ser más competitiva y le ayude a posesionarse en el mercado de la provincia del Carchi.

El objetivo general de este proyecto es, determinar la factibilidad de implementar una estrategia comercial de venta de la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Ante la importación de llantas desde Lima Perú. Mediante el estudios técnico administrativo, logístico y financiero.

En el capítulo I se indaga la existencia del problema, en donde se analizó los problemas que tiene la empresa mediante causas y efectos, lo cual permite determinar las variables a investigar. Además se establecen los objetivos a desarrollar en la investigación.

En el capítulo II se fundamenta teóricamente las variables, como también se hace un breve análisis de los antecedentes relacionados al tema de investigación.

En el capítulo III engloba varios temas, en donde se aplica las fuentes primarias obteniendo la muestra, y se realiza el análisis e interpretación de resultados, además se estudia la situación del país de origen como del país de destino por medio de herramientas de análisis como es el POAM.

En el capítulo IV se puntualizan las conclusiones y recomendaciones por último en el capítulo V se desarrolla la propuesta para solucionar el problema planteado.

I. EL PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

“La globalización surge de la integración cada vez mayor del comercio, las finanzas, los pueblos y las ideas en un mercado global”. (Economic, 2000, párr.1) esto les ha dado un fuerte impulso al crecimiento económico a los países desarrollados, permitiendo que los países en desarrollo se agrupen en grandes redes comerciales, lo cual les admite a las empresas que puedan permanecer en un mundo tan competitivo.

Por esto Ecuador es parte de bloques económicos que le permiten negociar productos, aplicando estrategias de comercialización. “Actualmente para que una empresa pueda mantenerse con éxito en el mercado debe ir adaptándose cada día a nuevas situaciones y circunstancias de un mercado global y cada día más competitivo” (Innovación, párr.2)

En Ecuador existen empresas que se dedican a la comercialización de llantas entre estas se encuentra, la Compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. La cual se creó hace quince años en la ciudad de San Gabriel, como un negocio familiar, con el paso de los años la empresa ingreso a una nueva plaza de mercado que es la ciudad de Tulcán, al ser una ciudad fronteriza la comercialización es más rentable, pero la empresa sigue encaminada en busca de nuevos mercados uno de ellos fue la ciudad de Otavalo, posteriormente la ciudad de Ibarra y en la ciudad de Julio Andrade.

La incursión a nuevos mercados se debe al crecimiento notable del parque automotor según América Economía (2011) indica que “las ventas de autos en Ecuador subieron en un 27%, pese a que pagan mayor arancel” (párr.1)

La empresa se dedica exclusivamente a la comercialización de neumáticos y accesorios para vehículos, esto es un limitante por lo que no puede fácilmente comercializar sus productos, ya que la mercancía que adquiere la realiza a través de intermediarios y esto no permite competir en el mercado, en donde

tiene que someterse a estrictas leyes y requisitos que exigen las empresas ofertantes, la empresa KHUMO líder a nivel nacional, exige a sus clientes que debe tener un historial en el mercado no menor a ocho años y los cupos son realmente altos tanto en volumen como en precio.

Por parte del gobierno ha existido una ayuda a las cooperativas y compañías que se dedican al transporte de pasajeros y de carga pesada, así lo informa el Consejo de Comercio Exterior (COMEX) (2010) “aprobó el incremento de cupos para la importación de llantas a cero arancel” (párr. 7). Lo que se busca es reducir los costos de operación de la transportación urbana y evitar el incremento de los pasajes. Lo cual favoreció a la Asociación Ecuatoriana Automotriz, en cambio para la empresa comercial GUAPO`S Cía. Ltda. No es favorable porque disminuyó sus ingresos ya que un determinado grupo de clientes eligen comprar directamente por medio de las asociaciones.

Desde su constitución comercial GUAPO`S Cía. Ltda. No ha realizado estudios de mercado por dos factores importantes primero por no querer invertir capital, y segundo por no tener el personal capacitado, lo cual le ha llevado a incursionar nuevos mercados sin antes analizarlos y esto le ha causado una desorganización en la comercialización.

La empresa comercial GUAPO`S Cía. Ltda. Al buscar nuevos mercados requiere de una compra directa, para satisfacer la gran demanda que existe, tomando en cuenta que la empresa debe poseer un capital para realizar la compra.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

La estrategia comercial actual de la compañía comercial GUAPO`S Cía. Ltda. No contempla la importación de llantas desde Lima Perú, por el desconocimiento de la demanda real importable

1.3. DELIMITACIÓN.

Tabla N° 1 Delimitación	
Objeto:	Estrategias de Comercialización
Sujeto:	Importación
Tiempo:	Agosto 2011 hasta Agosto 2013
Área geográfica:	La empresa comercializadora se encuentra ubicada en Tulcán provincia del Carchi, y las sucursales en la ciudad de Julio Andrade y en la ciudad de San Gabriel. La empresa productora se encuentra en la Ciudad de Lima, Perú.
Grupo Objetivo:	Comercial GUAPO´S Cía. Ltda. – Ecuador La empresa productora en Perú: Lima Caucho. Carretera central N° 349 Km 1 Lima-Perú, teléfono (511)317-0500 Ext 202, email www.limacaucho.com.pe
Fuente: comercial “GUAPO´S” Elaborado por: Silvana Bastidas	

1.4. JUSTIFICACIÓN.

Mediante la investigación obtenida y los antecedentes recopilados, se determina que existen varios temas relacionados a la importación de llantas se pretende aportar exclusivamente a la empresa comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Que mejore su economía y cumpla su principal objetivo empresarial es obtener mayor ganancia.

Si aporta una nueva forma de adquirir productos en la empresa, esta acción provocará un cambio en la comercialización. Se busca por medio de esta investigación que el comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Perfeccione y adquiera una nueva estrategia comercial de venta.

Al realizar el estudio de investigación de la importación de llantas desde Perú se busca expandir plazas de mercados en donde generará fuentes de empleo directa como indirectamente, se solicitará personal para la distribución de la mercadería, porque la cadena de abastecimiento “ayuda a las compañías a coordinar, programar y controlar el abastecimiento, la producción, la administración de inventarios y la entrega de productos” (Laudon, 2004,p.56). Para esto se requiere de capital, tiempo y personal idóneo.

De esta manera se pretende satisfacer la demanda en la región norte del país, en donde la empresa aparte de mejorar sus ingresos, contribuirá en la economía de sus clientes al adquirir llantas a precios más bajos. Pero en los últimos años ha existido inconvenientes para la adquisición de neumáticos así lo afirma Revista Líderes (05/09/2011) “a pesar de la restricción de las importaciones, decretada por el Gobierno en enero 2011, afectó al último trimestre con escasez de llantas y la especulación de algunos importadores, pese a que al sector solo se aplicó una reducción de cupos” (párr.3)

Pero el país proveedor que es Perú se encuentra entre los principales importadores para Ecuador así lo indica (La Asociación de Exportadores Perú ADEX, 2011)

La exportación de neumáticos peruanos registró un crecimiento de ocho por ciento en este trimestre, respecto al trimestre del año pasado, al sumar 28.200 millones de dólares, de los cuales el 16 por ciento (4.49 millones), se destinó a Ecuador (párr. 4)

Entre las principales empresas importadoras de llantas encontramos “La Cía. Goodyear del Perú encabezó la lista de exportadores con 21.83 millones de dólares, el 76 por ciento del total exportado, le siguen Lima Caucho con 4.59 millones” (ADEX, 2011) Los antes mencionados pueden ser los posibles proveedores.

Otro factor que justifica esta investigación es lo dispuesto en la ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (2011), menciona “el que

conduzca un vehículo automotor con uno o más neumáticos que superen los límites de desgaste que determinen los reglamentos, Incurre en contravención muy grave y será sancionado con prisión de tres días” (Art. 142, L p), por lo tanto se obliga a los transportistas a realizar el cambio de sus neumáticos.

Por medio de este trabajo de investigación se determina que los principales beneficiarios son, la empresa comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Porque el estudio se aplicará directamente a dicha empresa. Como también se benefician las personas que adquieren este producto, porque se brindará el producto a un precio más bajo. Además se generará fuentes de empleo permitiendo mejorar la economía de las familias que serán beneficiadas.

Como también esta investigación es un reto personal para demostrar los conocimientos adquiridos durante el proceso de formación universitaria, ya que este tema no es nada fácil porque requiere de un análisis muy minucioso. Se aplicará encuestas, entrevistas y talleres, a las principales fuentes como son los operadores económicos aduaneros y la principal fuente la empresa comercial GUAPO´S Cía. Ltda.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

Determinar la factibilidad de implementar una estrategia comercial de venta de la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Ante la importación de llantas desde Lima Perú.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Fundamentar bibliográficamente la estrategia comercial de venta que permita la importación de llantas desde Lima Perú para la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda.
- Determinar la oferta y demanda para establecer la cantidad de llantas a importación desde Lima Perú, que permita a la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Definir una estrategia comercial de venta.
- Realizar un estudio de importación de llantas desde Lima Perú a través del estudio técnico administrativo, logístico y financiero que permita a la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Definir una estrategia comercial de venta.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

En esta sección se comparan temas relacionados con el que está siendo investigado como es la estrategia comercial de venta de la Compañía comercial GUAPO'S Cía. Ltda. Y la Importación de llantas desde Lima Perú. Estos antecedentes de investigación servirán de apoyo y sustento para desarrollar la investigación.

Mediante estos antecedentes permiten encontrar autores de libros que sirvan para el desarrollo del estudio logístico, como también para el estudio financiero, y además son modelos que ayudan a explicar cómo realizar el proceso de importación, demostrando que estrategias utilizan. Con esto se evita indagar temas que han sido estudiados y se puede aportar con nuevos conocimientos lo cual ayude a resolver sencillamente el problema que está siendo investigado.

- Estrategias de marketing y su incidencia en las ventas de la empresa "Llanta andina S.A" en la ciudad de Ambato (2011) la empresa se dedica a la comercialización de llantas nacionales e internacionales y brinda un servicio de reencauche, este proyecto se apoya en las necesidades de innovación en los sistemas productivos de la empresa en la comercialización de los productos como también en la cadena de abastecimiento. Asimismo, "Llanta Andina S.A" tiene muchos problemas internos y externos con esta investigación busca solucionarlos para mantener un nivel estable en sus ventas. (Fiallos, 2011)
- Propuesta de mejoramiento del ciclo de pedido de importadora nacional de llantas (IMLLA) (2004) esta empresa se dedica a la importación

exclusiva de llantas TOYO y DUNLOP para Colombia, para el investigador considera que lo primordial es la responsabilidad para la buena imagen de una empresa internacional, con esto busca que los clientes reciban una mejor atención por parte de la empresa, eliminando errores y buscando que los pedidos sean entregados en el menor tiempo posible con esto busca que la empresa permanezca en el mercado de Colombia y pueda incursionar nuevos mercados internacionales. (Álvarez. F, 2004)

- Proyecto de factibilidad para la creación de una Importadora de llantas y repuestos automotrices desde china para la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo (2011) la investigación esta aplicada a la creación de una empresa que se dedique a la importación de llantas y accesorios de vehículos, analiza los aspectos más relevantes del país de China y la composición de las llantas, además realiza un estudio de mercado para determinar los accesorios de vehículos más vendidos, como también analiza a los posibles proveedores tanto de piezas como de neumáticos. Como también analiza todos los aspectos que requiere para realizar la importación como la implementación de la empresa en el lugar estratégico.

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Para realizar este proyecto fue necesario conocer las bases jurídicas en las que se sustenta las variables, permitiendo determinar la factibilidad legal, tanto para realizar la importación de llantas desde Lima Perú hasta Ecuador, como también los convenios que permiten mantener una buena relación comercial entre ambos países, y para determinar la estrategia comercial de venta que la empresa determinará culminada la investigación, en ese sentido se enumeran las siguientes:

Tabla N° 2 Fundamentación Legal

DOCUMENTO	DESCRIPCIÓN
Constitución 2008	Art. 306 El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten la producción
Plan nacional del Buen Vivir	Objetivo 5. Política 5.6. Sustitución selectiva de importaciones las que sean indispensables para cumplir los objetivos del Buen Vivir, especialmente las de insumos para la producción. Objetivo 11. Política 11.7 Manejar eficiente y transparentemente los servicios aduaneros para facilitar el comercio de exportación y de importación.
Plan territorial Zona 1	Eje de Comercio Exterior.- Los diferentes tipos de conexiones comerciales entre los países vecinos como Perú, Brasil y Colombia.
Código Orgánico de la producción comercio e inversión.	Art. 86 Verificación del origen de las mercancías de importación Art. 147 Permite la libre circulación de las mercancías importadas previo pago de impuestos.
Decisión 416	Art. 2 Programa de liberación de mercancías originarias de cualquier país miembro
Acuerdo de Integración Subregional andino “ACUERDO DE CARTAGENA”	Art. 51 Permitir la integración con bloques económicos en los ámbitos político, social y económico-comercial. Art. 72 Eliminar los gravámenes y las restricciones, de la importación de productos originarios del territorio de cualquier País Miembro.
Decreto 572 del 9 de Diciembre de 2010	Que se aplicará un arancel compuesta para las subpartidas arancelarias 4011.10.90.00, 4011.20.10.00 y 4011.20.90.00. Como es arancel compuesto a 0% Ad-Valorem y 0.00 Kg Que la aplicación del arancel específico está afectando a las economías de los usuarios.
Decreto 692 del 03 de Octubre de 1997	Art. 1 Las importaciones originarias y procedentes del Perú, ingresarán al Ecuador liberados de derechos arancelarios.
Fuente: Constitución 2008, Plan nacional del Buen Vivir, Plan territorial Zona 1, Código Orgánico de la producción comercio e inversión. Elaborado por: Silvana Bastidas	

2.3. MARCO TEÓRICO.

2.3.1.- TEORÍAS UTILIZADAS EN LA INVESTIGACIÓN.

Tabla N° 3 Teorías en la investigación		
TEORIA	Características de la teoría	Relación de la teoría con el tema de investigación
TEORIA DE LA VENTAJA COMPARATIVA.	<ul style="list-style-type: none"> Una nación puede importar un bien que podría ser el producto de más bajo costo, si todavía es más productiva en la producción de otros bienes. Si un bien se importa es porque ésta producción indirecta requiere menos trabajo (para el país que lo realizó) que la producción directa. 	<ul style="list-style-type: none"> Ecuador cuenta con una empresa productora de llantas ERCO tires, el precio es similar a las llantas que distribuyen los Importadores. Pero si la compañía comercial GUAPO'S CIA. LTDA. Importaría directamente estaría un precio por debajo de las llantas nacionales. Importar neumáticos es más barato que producir.
TEORIA DE HECKSCHER-OHLIN	<ul style="list-style-type: none"> Es la escasez relativa de factores (tierra, trabajo y capital), que origina distintos precios relativos de los mismos. Las preferencias son iguales en ambas naciones. Hay competencia perfecta en los mercados de mercancías El comercio internacional entre las dos naciones está equilibrado 	<ul style="list-style-type: none"> El factor más escaso que predomina en el país, es el capital. La falta de capital y recursos naturales para la elaboración de neumáticos hace que Ecuador se vea obligado a imponer políticas comerciales para proteger el producto nacional. Por medio de los acuerdos comerciales existentes entre ambas naciones permite la importación a cero aranceles.
LA TEORÍA DE LA VENTAJA ABSOLUTA	<ul style="list-style-type: none"> Libre comercio para que la riqueza de las naciones se incremente Producir un bien a un costo absolutamente menor. Especialización en aquel bien en el que se tenga mayor eficiencia 	<ul style="list-style-type: none"> El país no es eficiente en la producción de llantas Solo produce materia prima En Ecuador solo existe una planta la cual no abastece el mercado nacional. Existe acuerdos comerciales entre ambas naciones hermanas permitiendo el libre comercio.
<p>Fuente: Arango C (2011) Mondragón (2009) Quiroz(2012) Mondragón (2009) Elaborado por: Silvana Bastidas</p>		

2.3.2.- METODOLOGÍA A UTILIZAR EN LA INVESTIGACIÓN

Se hará una revisión o búsqueda de información en Internet y biblioteca (metodología documental) lo cual permitirá fundamentar el problema de investigación que está siendo estudiado.

Además se aplicaron encuestas, entrevistas como instrumentos de recopilación de información para la investigación (recopilación in situ)

2.3.3.- VOCABULARIO TÉCNICO.

Barreras arancelarias: Son tasas aduaneras que permite proteger la industria nacional de la competencia incrementando el precio del producto.

Barreras no arancelarias: Son leyes, políticas que puede prohibir o limitar la importación de ciertos productos.

Comercialización: Ofrecer un producto o servicio en el lugar y en el momento en que el consumidor desea adquirirlo.

Canal de Distribución: Es la circulación de un producto terminado hasta llegar al consumidor final.

Importación: Es comprar un bien o servicio a otro país, el producto deberá pagar un impuesto para luego ser comercializado o distribuido.

2.4. IDEA A DEFENDER.

Realizar un estudio de importación de llantas desde Lima Perú a través del estudio técnico administrativo, logístico y financiero entonces la compañía comercial GUAPO'S Cía. Ltda. Podrá definir una estrategia comercial de venta.

2.5. VARIABLES.

Variable independiente: Estrategia Comercial

Variable dependiente: Importación

III. METODOLOGÍA.

El método que se aplicará en la investigación es de campo ya que se requiere acudir al lugar de los hechos como es la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. En donde se realizó la recopilación de información, además para determinar la oferta y demanda se necesita estudiar el mercado por tal motivo se aplicará encuestas. Como también se utilizó la investigación bibliográfica para recabar opiniones de diferentes autores que aporten a este trabajo de investigación.

Se empleó el método de investigación descriptiva porque requiere describir la situación que se encuentre la empresa, igualmente ayuda a detallar los posibles problemas que tiene la compañía con la comercialización. Como también se usó la investigación aplicada porque se aprovechó los conocimientos adquiridos en la vida universitaria.

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

La modalidad de la investigación a ser utilizada es cuantitativa porque permite interpretar y examinar los datos recopilados de manera numérica. Para determinar todos estos aspectos se necesita toda la información financiera posible y estadística, la cual se recopiló por medio de encuestas y entrevistas, como también los balances y estados de resultados de la empresa comercial GUAPO´S Cía. Ltda.

Además se aprovechó la investigación Cualitativa la cual permite determinar las características y conductas humanas de los investigados, por lo que nos ayudará a investigar y conocer sobre el comportamiento de los clientes de la compañía sujeto de estudio, como también nos permitirá conocer a los competidores y ofertantes.

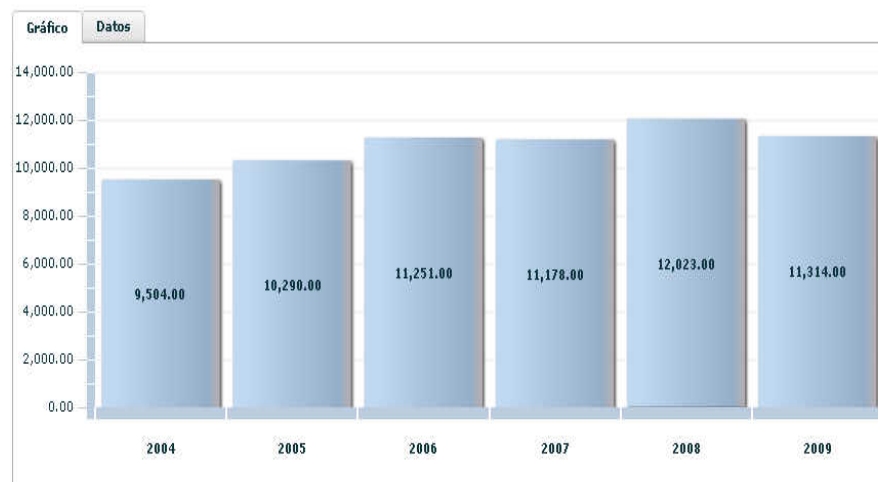
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

Se aplicó la tipología aplicada porque permite desarrollar problemas prácticos, este método “busca el mayor número posible de técnicas y métodos utilizables y dentro de ellos se haga una selección (...) la búsqueda de información documental y marco referencial sobre la problemática estudiada” (González, p, 41) de esta manera se considera que el tema a ser investigado exige toda la información documental necesaria para obtener los resultados más evidentes y concretos y evitar caer en conclusiones totalmente erróneas perjudicando a nuestro objeto de estudio como es la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

Población: La recolección de la información primaria se utiliza el método aleatorio estratificado, que consiste en tomar los datos a sujetos en igualdad de condiciones: edad, género, usos o consumo del servicio, para tabular y luego formular conclusiones. Para este problema de investigación la población es tomada según la base de datos del INEC todos los vehículos matriculados en la provincia del Carchi

Gráfico N° 1 Vehículos matriculados en la provincia del Carchi



Fuente: INEC
Elaborado por: ECUADOR EN CIFRAS

Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de ocurrencia.

q= Probabilidad de no ocurrencia

N= Población

E= Error de muestreo

Por medio del desarrollo de la fórmula se determina que se aplicarán 400 encuestas en la provincia del Carchi a todas las personas que tengan vehículos.

La operacionalización permite detallar las inquietudes de cada una de las variables, considerando estudiar aspectos importantes que influyan para la toma de decisiones. Se establece analizar el entorno legal, político, socioeconómico, como también el mercado nacional e internacional, lo cual permitirá detallar la oferta y demanda de llantas en la provincia del Carchi. Con esto se pretende obtener información clara y precisa, toda esta búsqueda se la obtendrá aplicando encuestas como entrevistas, y accediendo a instrumentos y técnicas de investigación.

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES. Tabla N° 4 Operacionalización IDEA A DEFENDER: Realizar un estudio de importación de llantas desde Lima Perú a través del estudio técnico administrativo, logístico y financiero entonces la compañía comercial **GUAPÓ'S CIA LTDA.** Podrá definir una estrategia comercial de venta.

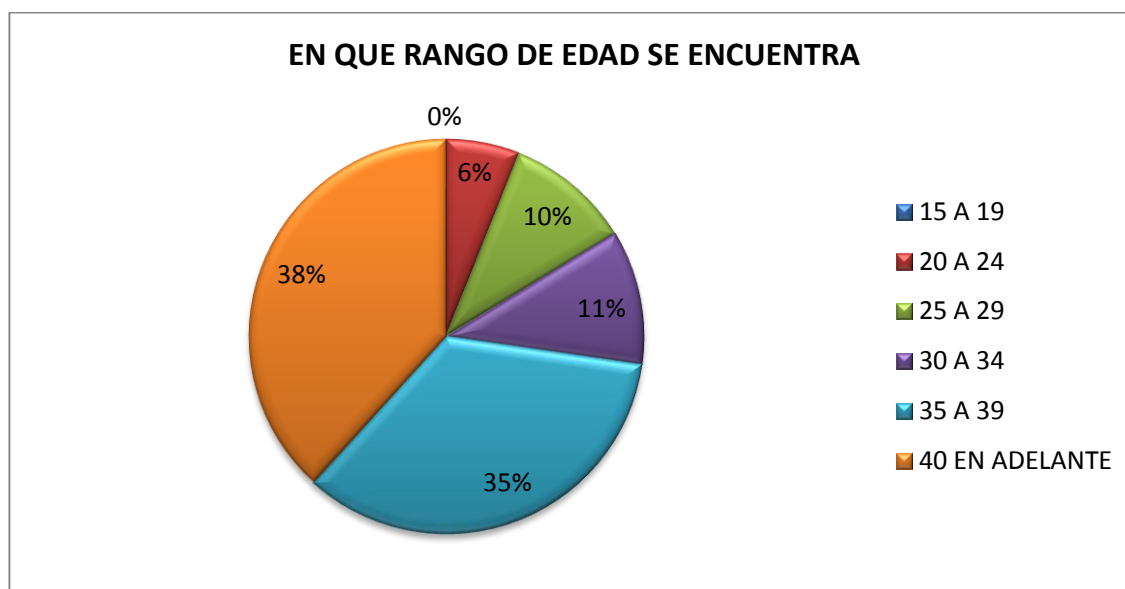
VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VI: COMERCIALIZACIÓN	ENTORNO (PERFIL DE OPORTUNIDADES Y AMENAZAS DEL MEDIO)	<ul style="list-style-type: none"> Socioeconómicos 	<ul style="list-style-type: none"> ¿Cuál es la situación del PIB en Ecuador? ¿Cuál es el índice inflacionario de Ecuador? ¿Cuál es el índice de riesgo país de Ecuador? ¿Cómo está constituida la población de Carchi? ¿Cuál es la distribución de los ingresos de los habitantes? 	Fichaje (Análisis linkográfico, bibliográfico)	Fichas	Internet: archivos, sitios web.
		<ul style="list-style-type: none"> Políticos Legales (medidas arancelarias, no arancelarias) 	<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? ¿Existen barreras arancelarias para la Importación de llantas? ¿Existen barreras no arancelarias para la Importación llantas? 			Acervo documental: libros, revistas, catálogos, periódicos, etc.
	MERCADO	<ul style="list-style-type: none"> Geográfico DEMANDA 	<ul style="list-style-type: none"> Principales características de las condiciones de acceso físico al mercado de destino? ¿Cuál es el perfil del consumidor? ¿Cuáles son los potenciales consumidores? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos importados? ¿Cuál es el nivel de aceptación de productos Peruanos? 			

		<ul style="list-style-type: none"> • 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? • ¿Cuál es el precio referencial del producto en el mercado de destino? • ¿Cuál es la competencia Nacional? • ¿Cuál es el Canal de distribución? 				
IDEA A DEFENDER: Realizar un estudio de importación de llantas desde Lima Perú a través del estudio técnico administrativo, logístico y financiero entonces la compañía comercial GUAPO'S CIA LTDA. Podrá definir una estrategia comercial de venta							
	VARIABLES	ÍNDICES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
VD: Importación		ENTORNO	<ul style="list-style-type: none"> • Político / legal (medidas arancelarias, no arancelarias) 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la política económica / comercial? <p>PERÚ</p> <ul style="list-style-type: none"> • ¿Existen barreras arancelarias para la importación de llantas? • ¿Existen barreras no arancelarias para la importación de llantas? • ¿Cuál es la balanza comercial? 	<ul style="list-style-type: none"> Fichaje Observación Entrevista (Análisis linkográfico, bibliográfico) 	<ul style="list-style-type: none"> Fichas cuestionario 	<ul style="list-style-type: none"> Internet: archivos, sitios web. Acervo documental
				<ul style="list-style-type: none"> • Factores socio económico Grupo ofertante 	<ul style="list-style-type: none"> • ¿Cuál es la situación actual de Perú? Inflación • ¿Cuál es la situación actual del sector ofertante? • ¿Cuál es el tamaño de la población ofertante? 		
	PRODUCTO / OFERTA		<ul style="list-style-type: none"> • Características del producto • Oferta exportable en una ficha 	<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 mediada y tiempo para la Importación? • ¿Cuál es el nivel de aceptación para la Importación? 	<ul style="list-style-type: none"> Fichaje Observación Entrevista 	<ul style="list-style-type: none"> Fichas Cuestionario 	<ul style="list-style-type: none"> Productores

3.5. PLAN DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Para desarrollar esta sección se realizó, la recopilación de información mediante fuentes primarias en donde se determina la muestra, lo que permite aplicar encuestas en la provincia del Carchi, y además se realizó una entrevista a la principal empresa productora de llantas en Lima Perú, accediendo obtener información concreta y relevante, como también se investigó en fuentes primarias las cuales son de mucha ayuda para resolver el problema investigado, mediante guías comerciales, libros, catálogos, revistas, anuncios de periódicos.

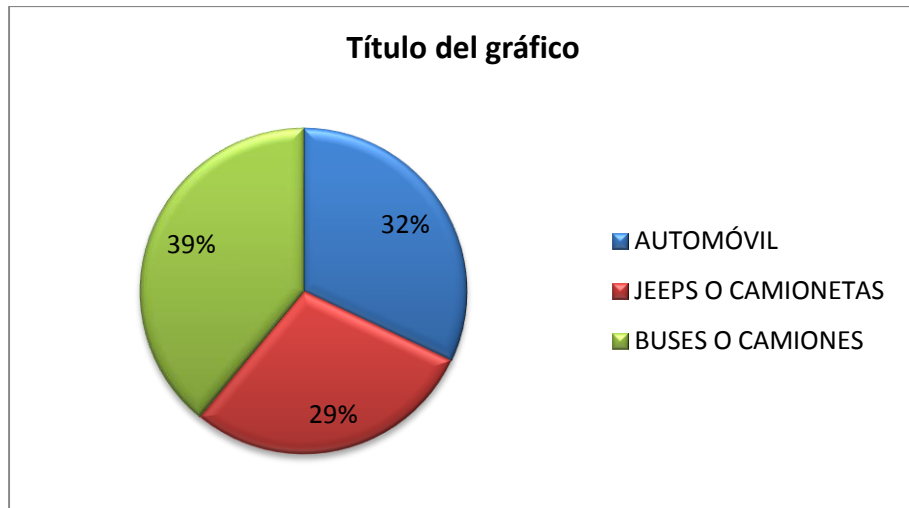
Gráfico N° 2 Rango de edad de los encuestados



Elaborado por: Silvana Bastidas

Del total de encuestados el mayor porcentaje, está representado el 38% que corresponde a las personas de 40 años de edad en adelante, seguido de las edades comprendidas entre los 35 a 39 años con un 35%, y con porcentajes mínimos esta las edades comprendidas entre 30 a 34 seguida por 25 a 29 y 20 a 24, las edades comprendidas entre 15 a 19 son personas que aún no tienen vehículos.

Gráfico N° 3 Tipo de vehículo



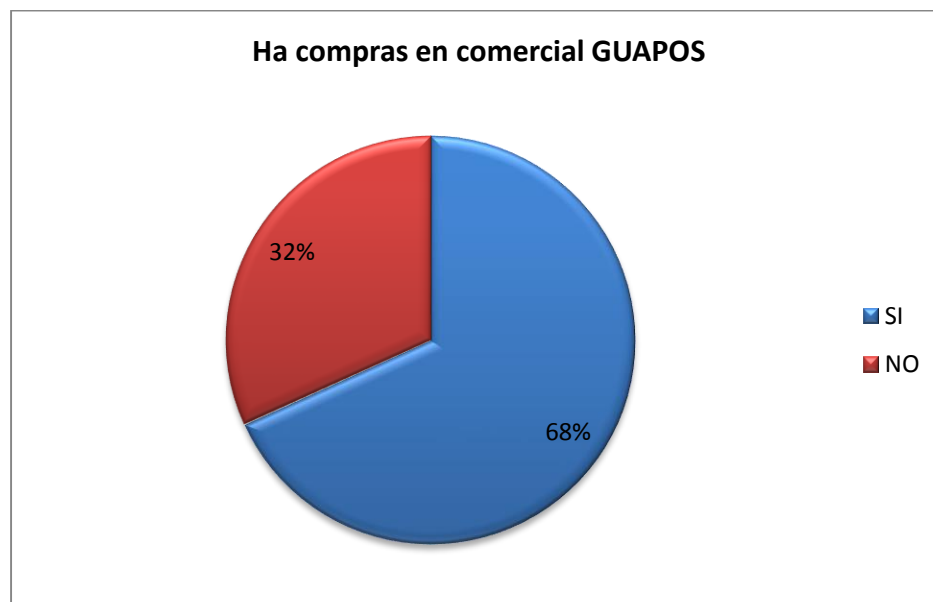
El 39% que es el mayor porcentaje del total de encuestados es propietario de un bus o camión, se indica además que los propietario de estos buses o camiones, tienen auto o camioneta lo cual no está encuestado, se consideró que si tiene más de un vehículo, se encuestó al que mayor gasto en llantas tenga. Y con un 29% se encuentra las personas que tienen jeeps o camionetas los autos son los de menor porcentaje con 32%. Los principales compradores son los propietarios de camiones y buses se debe a que estos vehículos requieren de más llantas y tal motivo genera más consumo por el uso. Las camionetas y autos por lo general son de uso personal lo cual la vida útil de la llanta es más duradera y su consumo es mínimo, en pocas cantidades.

Gráfico N° 4 Ciudad donde compra llantas



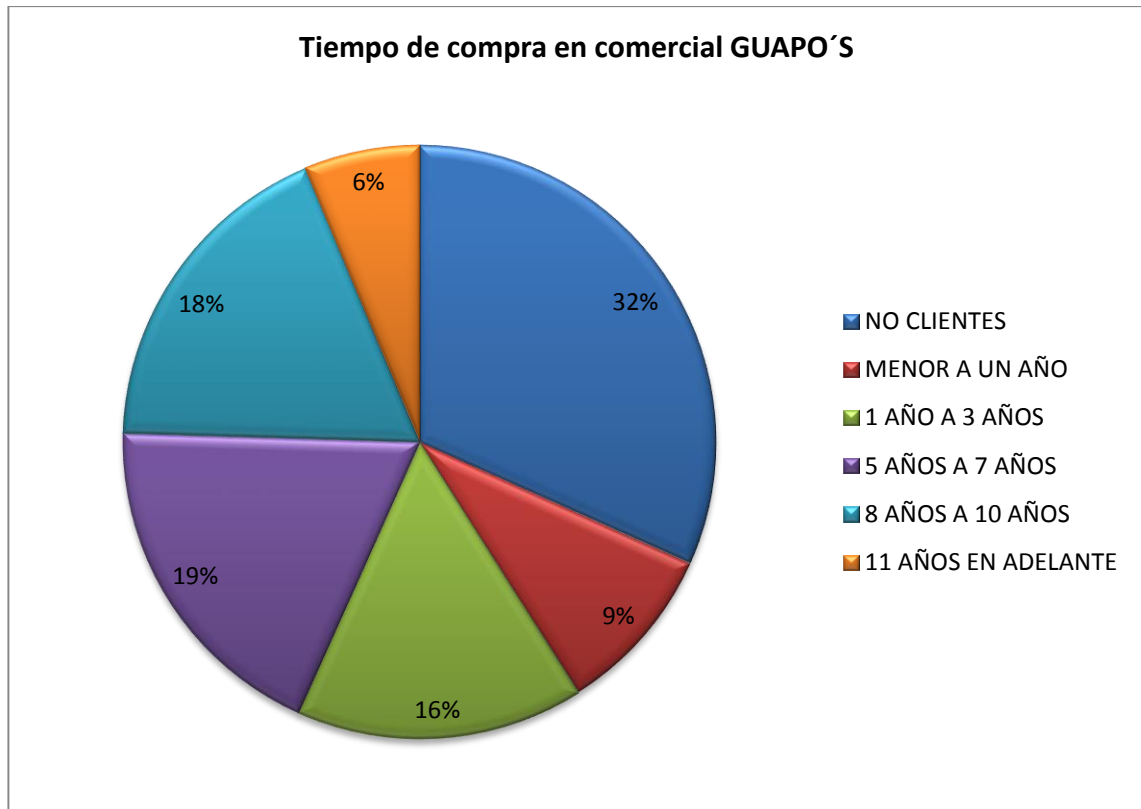
La ciudad donde la mayoría de personas adquieren las llantas es Tulcán con un 60%, se consideró las ciudades donde más frecuentemente realizan compras debido a que algunas personas compran esporádicamente en otras ciudades. Seguido se encuentra Julio Andrade con 15% como también San Gabriel con 10% luego Ibarra con 7%, la ciudad de Otavalo con 3% y entre otras ciudades que representa el 5% se encuentra la ciudad de Quito, Santo Domingo y Ambato. El mercado con mayor venta de llantas es Tulcán la ventaja principal se debe por ser ciudad fronteriza y muy comercial. Pero no hay que descartar las ciudades de Julio Andrade y San Gabriel porque el consumo es conveniente.

Gráfico N° 5 ha realizado compras en la compañía GUAPO´S



Se determina que el 68% del total de encuestados son clientes de Comercial GUAPO´S y un 32% no son clientes. Para esta pregunta no se consideró si son clientes fijos, o simplemente ha realizado compras ocasionalmente. Existe una aceptación favorable para la empresa pero se refleja cierto grupo de personas las cuales no realizan compras es un déficit que se debe cubrir.

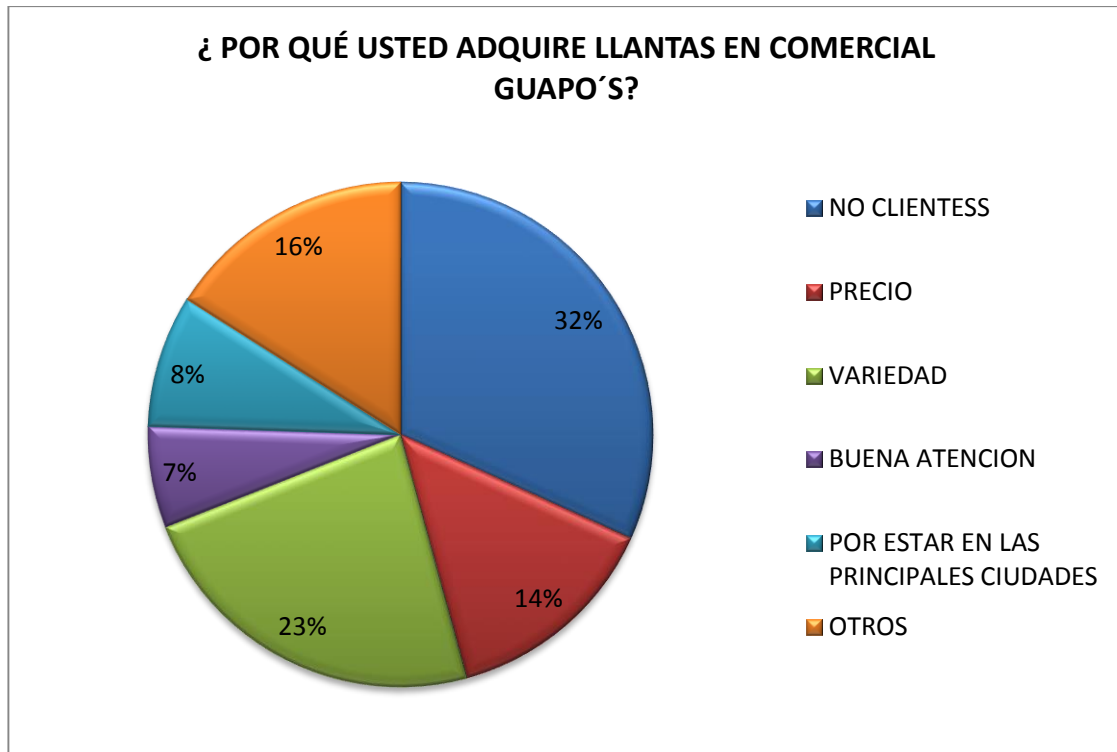
Gráfico N° 6 Tiempo que es cliente



Con esta pregunta se determina el tiempo que compran en comercial GUAPO´S algunas personas encuestadas. El de mayor porcentaje encontramos los años 5 a 7 con un 19% los cuales son clientes constantes para Comercial "GUAPO´S", seguido por el 18% entre los años 8 a 10 y los años 1 a 3 está un porcentaje de 16% y menor a un año tenemos 9% para los años 11 en adelante un 6%. Además se indica que existe encuestados que no son clientes de la empresa con un porcentaje 32% no se considera como mayoría.

Si existe fidelidad de clientes por los años que realizan compras en la empresa en relación a los años que comercial GUAPO´S está en el mercado, el local más antiguo es de 12 años y el más actual es de 4 años.

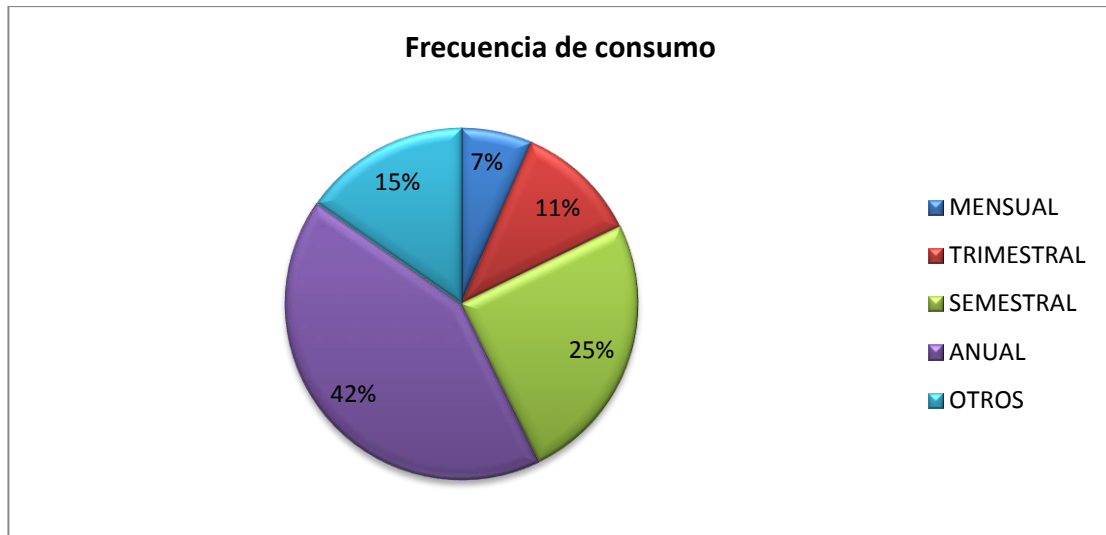
Gráfico N° 7 Por qué adquiere llantas en la compañía GUAPO´S



El motivo por el cual realizan compras en comercial Guapos se ve reflejado en la mayoría de los encuestados por el ítem de la variedad con un 23.30% seguido por otros aquí se encuentra: el servicio de entrega en domicilio se específica que esto solo se realiza en la ciudad de Tulcán, y el más importante es por el crédito. Encontramos además con el 14% que las personas compras es por el precio, con un 8.5%, por estar en las principales ciudades y por último con un 6.5% buena atención. Se indica que en esta pregunta solamente responden las personas que son clientas de la empresa.

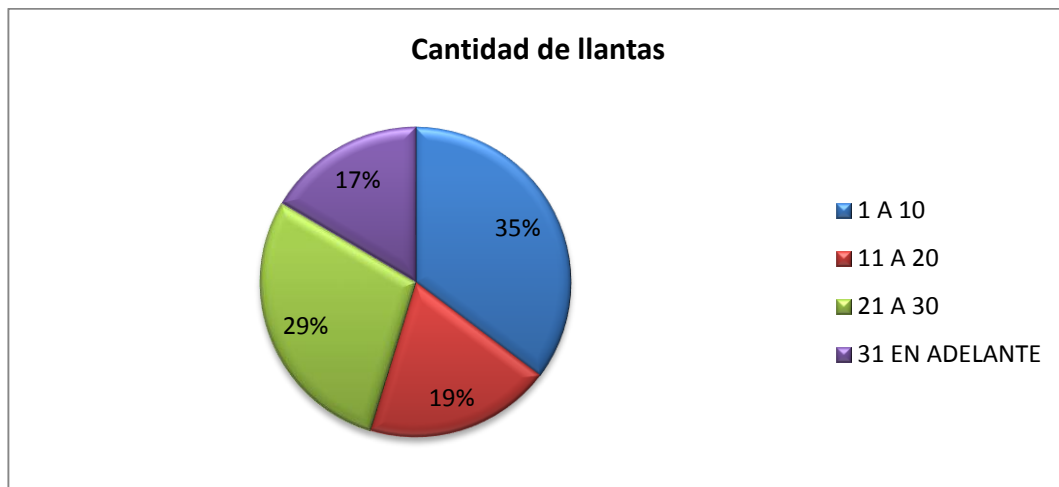
Las personas prefieren hacer sus compras en Comercial GUAPO´S por la variedad es decir prefieren lugares donde exista alternativas, además la empresa es reconocida por los créditos que fácilmente otorga. No hay que descartar que existan aspectos que se debe mejorar como por ejemplo, el servicio al cliente.

Gráfico N° 8 Frecuencia de consumo de llantas



La frecuencia de mayor consumo de neumáticos por los encuestados, es anual con 42% seguido con 25% semestralmente, como también se encuentra otros, se señala que algunos encuestados realizan compras a los 3 a 4 años dependiendo de la vida útil de la llanta y el uso. Además encontramos trimestral con 11.30% y por último mensual 6.50% en este segmento se encuentran personas que tienen más de un vehículo que les obliga a cambiar frecuentemente. Permite determinar la frecuencia de compra que debe hacer Comercial GUAPO´S, se puede decir que la empresa debe hacer compras semestrales para tener un inventario disponible.

Gráfico N° 9 Cantidad de llantas que adquiere en un año



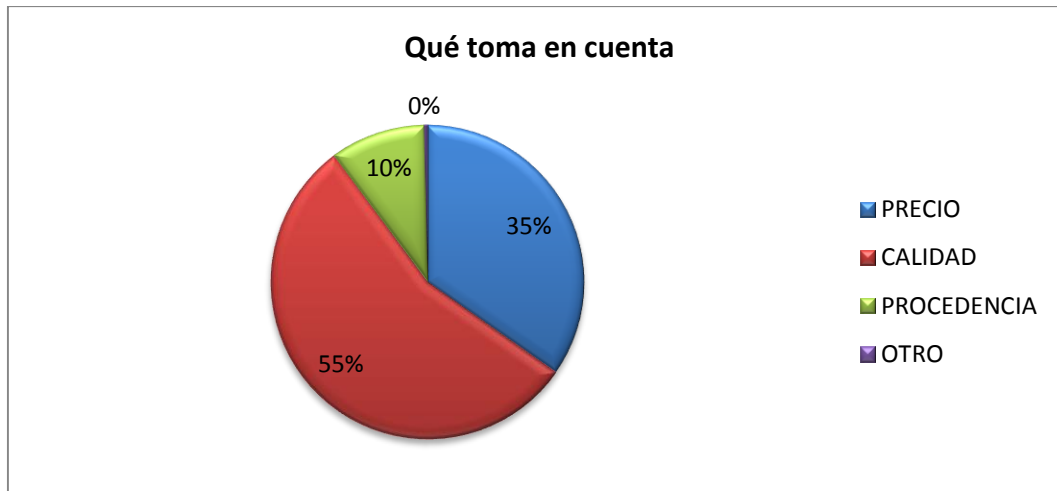
Se indica que la cantidad de mayor consumo por parte de los encuestados, es anual de 1 a 10 llantas con un 35%, se encuentra a continuación el consumo de 21 a 30 llantas con un 29%, seguido con un 19% que representa el consumo de 11 a 20 llantas finalmente se hallan los que consumen de 31 llantas en adelante con un 17%. El consumo de llantas es frecuente y elevado, existen sectores que consumen en grandes cantidades como otros grupos consumen en cantidades mínimas.

Gráfico N° 10 Adquiere llantas importadas



Para la mayor parte de encuestados considera que es muy importante adquirir llantas importadas con un 65.8% seguido por poca importancia con 32.5% y por último nada importante con un 1.80%. Se evalúa que las personas tienen apreciación a las llantas importadas, lo cual es favorable para implantar una marca extranjera al mercado.

Gráfico N° 11 Qué toma en cuenta cuando compra llantas



Al momento de adquirir llantas los encuestados toman en cuenta la calidad que tenga los neumáticos con un 55.3%, seguido por el precio con un 34.8% y por la procedencia un 9.8% por último esta otros con un 0.30%. Aquí se hallan personas que consideran que se debe tomar en cuenta el diseño antes de comprar una llanta. Es tan fundamental que la llanta cumpla con los requerimientos de los consumidores y de esto depende la aceptación o rechazo de los neumáticos, la calidad siempre estará como requisito primordial sin dejar a un lado el precio. Al momento de hacer la importación se debe considerar de vital importancia la calidad del neumático.

Gráfico N° 12 Conoce llantas Peruanas



Del total de encuestados 292 personas contestaron que no conocen llantas Peruanas que representa un 73% y 108 personas con un 27% respondieron que si conocen o si han escuchado que existe llantas Peruanas. En el mercado Carchi aun no conocen llantas de Perú. La empresa deberá incursionar con estrategias que le permita introducir la marca peruana y ganar mercado.

Gráfico N° 13 Ha comprado llantas Peruanas



Del total de encuestados 313 personas respondieron que no ha comprado llantas de Perú con un 78.3% y 87 personas si ha comprado llantas de Perú con 21.8%. Para Comercial GUAPO´S deberá realizar un plan estratégico para comercializar el producto hacer importado, según los datos obtenidos la gran mayoría no tienen conocimiento de llantas peruanas.

Gráfico N° 14 Compraría llantas Peruanas



Si existe aceptación para adquirir llantas Peruanas, siempre y cuando cumpla con los requerimientos de los consumidores, el principal aspecto es que sea de calidad y precios bajos.

Entrevista dirigida a empresa productora de llantas en Perú

ANÁLISIS:

La empresa Lima Caucho S. A se dedica a la producción y comercialización de llantas tanto para autos, camionetas o Jeep y Camiones o bus, actualmente cuenta con una producción de neumáticos tanto radiales como convencionales. La frecuencia que la empresa produce es mensualmente esto se debe a que existen varios pedidos de consumidores a nivel internacional, al ser la producción mensualmente la cantidad es de 60000 llantas y anualmente estaría produciendo 720000.

La empresa para poder permanecer en el mercado y si desea mantener el mercado internacional, siempre debe cumplir con normas de calidad, no solo en la elaboración de la llanta, le exigen medidas que permita cuidar y proteger el medio ambiente, cuando cumple con todos estos requisitos la empresa puede producir y comercializar.

Los términos de negociación dependen del vendedor como del comprador, pero el más utilizable es el término FAS, esto se debe porque tanto el vendedor como el comprador asumen riesgos y esto exige a que se comprometan a cumplir sus obligaciones. Las garantías se aplican con un porcentaje de descuento en la próxima compra y en caso de falla del neumático cubre un cien por ciento es decir la devolución de la llanta.

3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.

3.6.1. ANÁLISIS SITUACIONAL PAÍS DESTINO

3.6.1.1.- Factores Socio, Económicos.

Tabla N° 5 Factores socio, económicos	
INDICADOR	ÍNDICE
PAÍS	Ecuador
CAPITAL	Quito
PIB	134,7mil millones USD
PIB PER CAPITA	8800 USD
CRECIMIENTO DEL PIB	3.6%
INFLACIÓN	5.3%
POBLACIÓN	15´466262
SALARIO MÍNIMO LEGAL	318 USD
CANASTA BÁSICA DE ALIMENTOS	587 USD
NIVEL DE DESEMPLEO	5%
Fuente: Banco Central del Ecuador, Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) Elaborado por: Silvana Bastidas	

Ecuador tiene aspectos favorables para invertir capital o fomentar empresas dedicadas a la comercialización como afirma Márquez (2012) “el Ecuador es atractivo para la inversión extranjera, debido a la estabilidad política”. (párr. 1). Lo único cierto es que la política del actual gobierno de impulsar la dinámica económica a través de mayor gasto público se mantiene como también se sigue manteniendo por el incremento de tributos y el financiamiento de China son datos más relevantes del PIB, se indica además que tiene un crecimiento 3.6% respecto al año base 2011. Igualmente el PIB per cápita es favorable por el ingreso petrolero y por tener menos población que los países vecinos, otro aspecto a considerar es la inflación en donde se indica que, “Uno de los

principales problemas que enfrenta el gobierno es el incremento de precios, para fines de 2011 se terminó con una inflación anual mayor al 5,5%” (Hurtado, 2010, p 2) la canasta básica de alimentos por lo general está en relación al incremento de la inflación, dicho sea de paso se incrementó el salario básico mínimo legal a inicio del 2013.

3.6.1.2.- Factores políticos legales

Tabla N° 6 Acuerdos comerciales entre Ecuador y Perú	
NOMBRE DEL ACUERDO	DESCRIPCIÓN
ACUERDO DE CARTAGENA	Desarrollar una equidad y armonía entre los países miembros, manteniendo lasos políticos, económicos, sociales y culturales. Entre las medidas más importantes se encuentra un Programa de Liberación del intercambio comercial y un arancel externo común además existe un tratamiento preferencia a Bolivia y Ecuador.
Decreto N° 1398 de 04/01/2013 publicado en el Registro Oficial N° 870	El Acuerdo tiene como objetivos expandir y diversificar las corrientes de comercio a través del otorgamiento de preferencias arancelarias, la eliminación de obstáculos no arancelarios, la facilitación aduanera, estimular el desarrollo de inversiones e impulsar un intercambio bilateral de mercancías con valor agregado, garantizando el patrimonio natural y el uso de tecnologías limpias
Decreto Ejecutivo N° 1.294 de 02/03/2001	El Acuerdo tiene entre otros objetivos fortalecer el intercambio comercial recíproco mediante el otorgamiento de preferencias arancelarias y no arancelarias.
Acuerdo regional de apertura de mercados a favor del Ecuador	Aprueba las nóminas de productos para los cuales los países miembros conceden, sin reciprocidad, la eliminación total de gravámenes y demás restricciones, cuando sean originarios del Ecuador
Decreto Ejecutivo N° 292	Las importaciones originarias y procedentes del Perú, ingresarán al Ecuador liberados de derechos arancelarios.
Fuente: PROECUADOR, ALADI, CAN, SUPERINTENDENCIA DE NACIONAL DE ADUNAS Y ADMINISTRACION TRIBUTARIA SUNAT. Elaborado por: Silvana Bastidas	

Ecuador ha firmado varios convenios internacionales con diferentes países, los cuales le permiten exportar o importar productos a menor precio. Este es el caso para la importación de llantas procedentes de Perú, ya que Ecuador

mantiene un Decreto ejecutivo N° 692, publicado en el registro oficial N° 166 de octubre 03 de 1997, en donde indica que las importaciones originarias y procedentes del Perú, ingresarán al Ecuador liberados de derechos arancelarios. Y entre esa lista de productos se encuentran los neumáticos.

Tabla N°7 Tributos a pagar según la posición arancelaria				
NEUMÁTICOS		TRIBUTOS		
POSICIÓN ARANCELARIA SEIS DÍGITOS	%Ad-Valorem	% Liberación	% PAGAR	MECANISMO
401103	1%	100%	0 %	Decreto ejecutivo N° 692
401104	1%	100%	0 %	Decreto ejecutivo N° 692
401120	1%	100%	0 %	Decreto ejecutivo N° 692
401110	1%	100%	0 %	Decreto ejecutivo N° 692

**Fuente: CAN, ALADI, PROECUADOR, SUPERCENTRO DE LLANTAS.
Elaborado por: Silvana Bastidas.**

En Ecuador se implementó un nuevo mecanismo para proteger la balanza comercial como lo informa el Ministerio de Industrias y Productividad MIPRO (2011) “el plan REUSA llanta contribuirá a equilibrar la balanza comercial pues a través del reencauche se hace una sustitución” (párr.15) además para todos los importadores de neumáticos se implementó un cupo el cual se aumenta o disminuye según el historial de compras, y por cada importación que realice se debe solicitar una licencia, la cual se deberá solicitar con anticipación como indica El Comercio 27/08/2011 “la licencia se va a tener que pedir por embarque y la solicitud se deberá realizar antes de que la mercadería sea embarcada”

(párr.7) Con esto busca proteger la producción nacional, a continuación se citan las partidas arancelarias que se someten a presentar la licencia de importación.

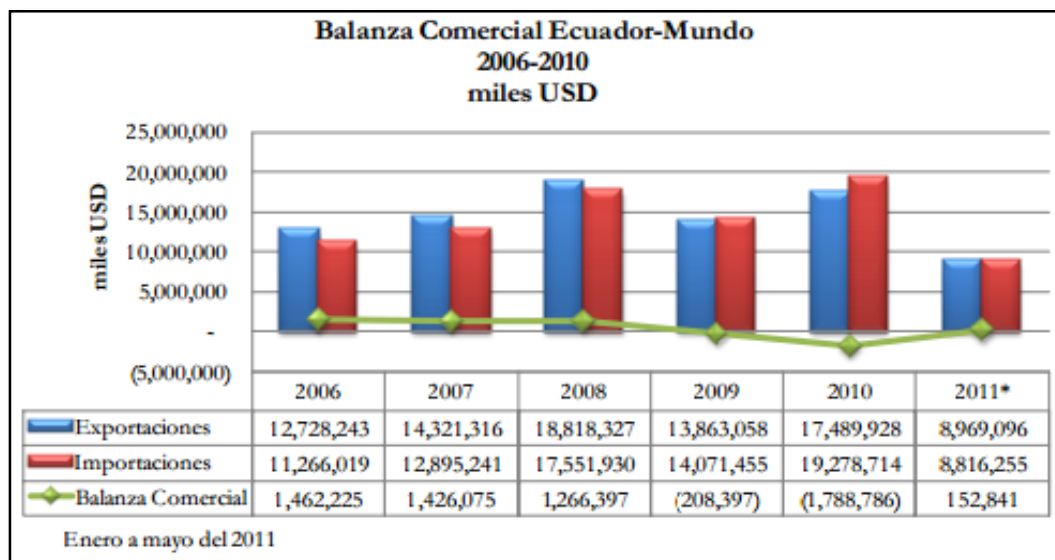
Tabla N° 8 Barreras arancelarias				
575	Descripción	Capítulo	Institución	Documento de control previo
4011101000	Radiales	40	MIPRO	Licencia de Importación
4011109000	Radiales	40	MIPRO	Licencia de Importación
4011201000	Radiales	40	MIPRO	Licencia de Importación
4011209000	Radiales	40	MIPRO	Licencia de Importación
Fuente: MINISTERIO DE INDUSTRIAS Y PRODUCTIVIDAD MIPRO				
Elaborado por: Silvana Bastidas.				

Actualmente el gobierno modificó el arancel específico para llantas de tipo pesado que es 0.83 centavos por kilogramo y para las llantas de tipo liviano es de 0,63 centavos, y para el arancel Ad-Valorem es de 1% para todas las llantas. Es importante aclarar que este reemplazo de los aranceles respetan los compromisos internacionales suscritos como lo indica Vistazo (27/07/2010) “Como es un arancel, se respetan los acuerdos comerciales; es decir, si el bien es originario de países con acuerdo comercial, no aplica ningún arancel, por lo tanto el costo no se ve afectado de manera alguna.” (párr. 4)

Se determina que Ecuador ha venido manteniendo un desequilibrio comercial, por lo que le obliga al gobierno aplicar restricciones a las importaciones, esto forzó al incremento de precio a los productos importados, mejorando el consumo nacional provocando un incrementado moderado de las exportaciones

como lo indica el Banco Central del Ecuador (BCE) (12/2012) La balanza comercial tuvo un saldo favorable de USD 7,349.3 millones, 11.1% superior al saldo registrado en el periodo del año 2011”. Además se menciona que la balanza comercial que mantiene Ecuador con el mundo durante los 2006 al 2011, avenida manteniéndose con altos y bajos, el año menos favorable es el 2010 es por eso que el actual gobierno, aplicó la política estimular a las exportaciones y restringir las importaciones.

Gráfico N° 15 Balanza comercial Ecuador con el Mundo



Fuente: PROECUADOR
Elaborado por: PROECUADOR

3.6.1.3.- Factor Geográfico.

Perú es parte de América del Sur. Limita al norte con Ecuador y Colombia, al este con Brasil, al sureste con Bolivia, al sur con Chile y al oeste con el Océano Pacífico, permitiéndole mantener un fácil acceso a varios medios de transporte como al aeropuerto internacional Jorge Chávez, el ferrocarril central y la carretera panamericana, le permiten la utilización al máximo del modo de transporte multimodal, permitiéndole ser más eficiente al momento de trasladar las mercancías, es considerado uno de los países más seguros de América

como indica PROECUADOR (2012) “En 2012 el LPI (Logistics Performance Index) índice de rendimiento logístico del Banco Mundial ubicó a Perú en la posición “ranking” 60, entre 155 países, con una calificación promedio de 2,94 donde el máximo es 5” (p. 13)

Tabla N° 9 Factores geográficos			
DETALLE	AÉREO	TERRESTRE	MARÍTIMO
Puertos Litoral de Pacífico Callao ubicado a 712 millas náuticas de Guayaquil - Ecuador			3 fluviales 2 muelles flotantes 3 almacenes 6 Puertos marítimos el más importante el de Callao, Lima
Desde el Puerto Callao 58 aeropuertos con pistas pavimentadas	Aeropuerto internacional Jorge Chávez Cusco y Arequipa en el sur Iquitos y Pucallpa en la selva Maldonado y Tacan		
Eje trocal desde Callao Recorre 3.000 km por la costa atravesando el territorio peruano desde la frontera con Ecuador hasta Chile		La carretera panamericana Ferrocarril Transandino, en el Sur Ferrovías Central Andina, centro del País, productos minerales	
Fuente: PROECUADOR			
Elaborado por: Silvana Bastidas			

Es por eso que Ecuador y Perú mantienen relaciones comerciales favorables porque ambos países cuentan con modos de transporte multimodal, Ecuador cuenta con una ruta directa, desde el puerto de Guayaquil, hacia los puertos de Callao, permitiendo el fácil traslado de las mercancías, ya que la empresa

productora se encuentra ubicada en la ciudad de Lima. Los tiempos de tránsito alcanzan 2 días y en el puerto de Paíta el tiempo de traslado es menos de 1 día (horas) respectivamente. Entre las principales agencias se encuentran como menciona (PROECUADOR, 2012)

La línea TBS por medio de su agente general Tecni Sea, Transavisa del grupo Transoceánica, Marglobal de CCNI, cubren esta ruta Guayaquil – Callao, el tiempo de tránsito es de 2 días el valor aproximado por contenedor es de USD 1,000.00

Gráfico N° 16 Principales puertos de Perú



Fuente: PROECUADOR
Elaborado por: PROECUADOR

3.6.1.4.- Perfil de oportunidades y amenazas en el medio POAM

Tabla N° 10 Análisis POAM		
ENTORNO ECONÓMICO	Oportunidad	Amenaza
PIB	3	
PIB PER CAPITA	2	
Crecimiento del PIB	2	
Inflación		2
Población	3	
Nivel de Desempleo		3
Salario mínimo legal		1
	SUMA	10
	PROMEDIO	4
	TOTALES	2,5
ENTORNO LEGAL		
Acuerdos comerciales	3	
Barreras Arancelarias		3
Barreras No Arancelarias		3
Licencias		2
Cupos		1
	SUMA	3
	PROMEDIO	1
	TOTALES	3
ENTORNO GEOGRÁFICO		
Transporte Terrestre	3	
Transporte Marítimo	2	
Calidad de Vías	2	
Condiciones Climáticos y Ambientales		3
	SUMA	7
	PROMEDIO	3
	TOTALES	2,33
Fuente: Gestión Estratégica, PROECUASDOR, BCE, INEC		
Elaborado por: Silvana Bastidas		

“El perfil de oportunidades y amenazas del medio (POAM) es la metodología que permite identificar y cuantificar las amenazas y oportunidades potenciales de una empresa” (Serna, párr.9) y también de un país, realizada la valoración se determina que en el entorno económico, existe una oportunidad favorable, lo cual se puede realizar actividades económicas, como invertir capital para implementar o mejorar una empresa. Para el entorno legal también es una oportunidad, esto se debe por los convenios que mantiene Ecuador con Perú permitiendo realizar transacciones comerciales sin perjudicar la producción nacional. En cambio para el entorno geográfico es una amenaza esto se debe a

las condiciones climáticas y ambientales. Ya que el traslado de la mercadería por vía marítima o vía terrestre es una dificultad, lo cual tardaría más horas o días en llegar el producto al lugar de destino, existiendo el riesgo de que a la mercadería sufra algún daño o pérdida de la misma por lo que es recomendable siempre asegurar.

3.6.2. ANÁLISIS MERCADO – PRODUCTO

3.6.2.1.- Perfil del consumidor

Mediante las encuestas aplicadas se determina, que los clientes siempre toman la decisión de comprar un bien o adquirir un servicio en función de su calidad, variedad, precio, presentación, utilidad, también consideran las características del negocio, este es, presentación, atención que brinda, confiabilidad, garantía, disponibilidad de los bienes y servicios en todo momento.

Las necesidades y preferencias de los clientes no son siempre las mismas. Dependen de sus recursos, sus gustos, la importancia que se les da a cada uno de ellos y lo que encuentran en el mercado, es fundamental estar al tanto que al momento de adquirir neumáticos se debe conocer muchos aspectos el diseño, la marca la medida, la procedencia y la más importante la calidad que esta tenga. Es por eso que muchos clientes dejan a que el vendedor le exponga el producto y sus beneficios.

Es importante indicar que por la seguridad de llantas, como del conductor y sus ocupantes, se deben cambiar cuando las bandas de rodamiento presentan una profundidad de 1.6 milímetros o menos con el objeto de prevenir el patinaje y el deslizamiento del automóvil. Es por eso que las llantas tienen una vida útil corta lo cual obliga su cambio constantemente y es tan fundamental ya que no existe un producto que pueda remplazar a los neumáticos.

Mediante la recopilación de la información primaria se determina que para la mayoría de los encuestados la frecuencia de consumo de llantas es anual esto

se determina debido al tipo de vehículo que ellos disponen, para otros casos los vehículos son los ingresos económicos, por lo que les obliga adquirir constantemente en tiempo más corto como es semestralmente. Los principales consumidores de neumáticos son todas las personas que tengan vehículos, mediante la encuesta aplicada se determina que los consumidores potenciales son los que tienen camiones o autobuses.

3.6.2.2.- El Producto: importaciones, exportaciones, producción nacional, precio referencial y competencia.

Ecuador mantiene actualmente una buena relación comercial con el hermano país Perú, ambos países gozan con acuerdos comerciales permitiendo mantener una balanza comercial favorable para ambas partes, se detalla en el siguiente cuadro las exportaciones más importantes realizadas desde Perú a Ecuador de neumáticos, se puede indicar que las llantas ha tenido un incremento moderado en los años 2009, 2010 y el 2011 respectivamente.

Tabla N° 11 Exportaciones en valor FOB Perú-Ecuador						
Código del producto	Descripción del producto	Perú hacia Ecuador				
		valor en 2007	valor en 2008	valor en 2009	valor en 2010	valor en 2011
4011209000	Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho: De los tipos utilizados en autobuses o camiones: Los demás	.319	.036	.500	.243	.827
4011201000	Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho: De los tipos utilizados en autobuses o camiones: Radiales	0	29	0	81	42
4011200000	Neumáticos (llantas neumáticas) nuevos de caucho.: De los tipos utilizados en autobuses o camiones	08				

Fuente: TRADEMAP
Elaborado por: TRADEMAP

También se indica las importaciones que realiza Ecuador en precios FOB y en Toneladas, por cada uno de los países proveedores de llantas en el año 2010, Perú ocupa el cuarto lugar con 5,31% determinando que existe una aceptación por los consumidores. Y según la encuesta aplicada se determina que un 98% estaría dispuesto a comprar llantas peruanas, considerando que el principal aspecto antes de adquirir un neumático es la calidad.

Otro de los puntos a considerar son los precios, esto se lo determina mediante la cantidad que se desea adquirir la frecuencia, por lo que se debe considerar puntos importantes al momento de determinar el precio como es, una buena negociación; existe diferentes precios debido a que las llantas no son las mismas, para cada tipo de carro existe una serie.

El precio varía de acuerdo al rin y de acuerdo al diseño más comercial, además siempre existirá incremento de precios o descuento según el tipo de negociación.

Entre sus productos tenemos:

- Llantas para bus y camión - direccionales
- Llantas para bus y camión - tracción
- Llantas para bus y camión - mixtas

Se detalla a continuación los costos de algunas llantas de marca lima caucho y sus diseños considerando que la empresa cuenta con descuentos dependiendo las formas de pago y volúmen. Estos precios que se definen son para clientes finales.

Tabla N° 12 Lista de precios de llantas peruanas de la marca Lima Caucho		
MEDIDA	DETALLE	PRECIO FINAL
1000X20	TH200	420,00
1100X20	DX-30	440,00
1100X20	TD440	440,00
Fuente: COMERCIAL GUAPO'S CIA LTDA		
Elaborado por: Silvana Bastidas		

Los importadores de llantas que son legalmente constituidos, y los importadores directos desde Perú entre estos tenemos Antonio Pino y Caza Cía. Ltda. SERVIRUEDA S.A. y Hi-Performance Automotriz Cía. Ltda.

Tabla N° 13 Empresas Jurídicas que mantienen el Registro de Importación		
PERSONERÍA	RUC	Rótulos de fila
JURIDICA	0190005070001	CONTINENTAL TIRE ANDINA S.A
JURIDICA	0190330699001	ERCOPARTS TRADING S.A
JURIDICA	0991355537001	MICHELIN DEL ECUADOR S.A
JURIDICA	0990032319001	ANTONIO PINO Y CAZA CIA LTDA
JURIDICA	1791218027001	HI-PERFORMANCE AUTOMOTRIZ CIA TLDA
JURIDICA	1891711774001	COMERCIAL CISNEROS IMPORTADORA KUNHO CIA LTDA.
JURIDICA	0190339610001	NEWTIRE S.A
JURIDICA	0992256230001	COMPAÑÍA FERREMUNDO S.A
JURIDICA	1790003388001	CEPSA S.A
JURIDICA	1790751422001	FEDERACION NACIONAL DE COOPERATIVAS DE TRANSPORTE PUBLICO DE PASAJEROS DEL ECUADOR
JURIDICA	1792019257001	NEUMATICOS DEL ECUADOR SERVIRUEDA S.A
JURIDICA	1790724263001	ELASTO S.A
JURIDICA	1790425282001	DURALLANTA S.A
JURIDICA	0990018685001	CONAUTO COMPAÑÍA ANONIMA AUTOMOTRIZ
JURIDICA	0990294143001	DEPOSITO AUTOMOTRIZ DEPOAUTO S.A
JURIDICA	1891715516001	CENTROLLANTA S.A
JURIDICA	1791166914001	COMPAÑIA PETROLEOS DE LOS RIOS C.A
JURIDICA	1790793559001	FEDERACION NACIONAL DE TRANSPORTE PESADO
JURIDICA	1791856007001	SUPERCENTRO DE LLANTAS MONTYE CIA TLDA.
JURIDICA	0992638672001	CIDICSA S.A
JURIDICA	0991502270001	LLANTAX S.A
JURIDICA	1791833546001	COPINTERLLANTA S.A
JURIDICA	1794727460001	TIRES PLUS & PURIFIERS SOCIEDAD ANONIMA
JURIDICA	0190314758001	AUSTRO AMERICA MOTORS S.A AUSMOTORS
JURIDICA	0190357716001	GUSNOBAL CIA LTDA.
JURIDICA	0992436271001	TIREXPRESS ECUADOR S.A
JURIDICA	0990792801001	MERCANTIL DISMAYOR S.A
JURIDICA	0790101251001	IMPORTADORA AGUILAR C.A IMAGUIRA
JURIDICA	1791342410001	REJAPON S.A
JURIDICA	0990357536001	FERNANDO PINOARGOTE CIA LTDA
JURIDICA	0991401377001	DISTRIBUIDORA GARZON S.A
JURIDICA	0992388382001	IMPORTADOR DE LLANTAS BORBOR S.A
JURIDICA	1891733697001	CODEOIL CIA LTDA
JURIDICA	0990387451001	AUTO MILANO AUTOMIL CLTDA
JURIDICA	0992324651001	CIA BUENASLLANTAS S.A
JURIDICA	0991400427001	CARMITEX S.A

Fuente: SCI-DDCBS MIPRO
Elaborado por: MIPRO

3.6.3. ANÁLISIS SITUACIONAL PAÍS PERÚ

3.6.3.1.- Factores políticos y legales

Antes de realizar la exportación de llantas desde Perú hacia Ecuador, es necesario que la empresa importadora cumpla con ciertos requisitos, los cuales le permite ser distribuidor o representante autorizado de la marca en el país y ese certificado solo puede entregar la empresa productora de neumáticos, además el producto debe cumplir con certificados de calidad como indica la resolución N° 24 Comité de Comercio Exterior (2011):

Declaración de conformidad del fabricante, según el formato establecido en el numeral 6.1 de la Norma ISO 17050-1 vigente, tratándose de empresas registradas con Certificación de Sistema de Calidad ISO 9001 emitido por un organismo de certificación debidamente acreditado y cuya acreditación sea reconocida por el Organismo de Acreditación Ecuatoriana

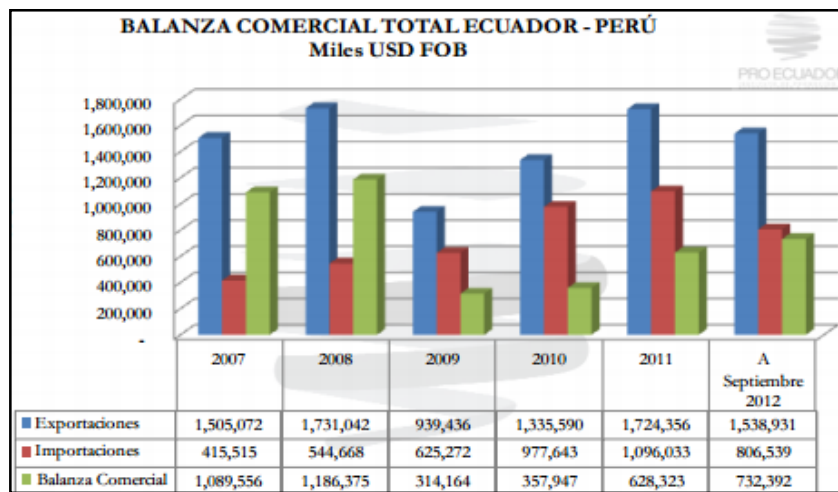
3.6.3.2.-Factores Socio, Económicos (país y sector o empresa, balanza comercial)

La economía Peruana se encuentra estable y con proyecciones de incremento, esto se debe a muchos factores importantes, uno de estos es el sector financiero que está apoyado a la industria, así lo afirma Situación Perú (2013) “los indicadores de confianza empresarial y de las familias se mantienen en niveles elevados y este año se espera un mayor impulso fiscal y que se mantengan las buenas condiciones de financiamiento” (p. 4) lo cual favorece a las sociedades industriales, lo que les permite que pueden seguirse manteniendo como empresas líderes y además favorece al sector laboral, “El mercado laboral viene mostrado tendencias favorables. El ingreso real de los trabajadores aumentó 5,0% en 2012 en Lima Metropolitana” (Situación Perú, 2013, p. 8)

Como también “la inflación interanual se ubicó en 2,9% y para el resto del año no se esperan descensos adicionales importantes debido a la influencia de factores como la expansión sostenida de la demanda interna y un mercado laboral algo más ajustado” (Situación Perú, 2013, p. 10)

Otro aspecto a considerar es el Producto Interno Bruto (PIB) el cual alcanzó tasas de crecimiento importantes. Como lo certifica PROECUADOR (2012) “En el año 2010 se registra una balanza comercial superavitaria, a pesar del elevado incremento que presentaron las importaciones (37%)” y mediante los años 2011 y 2012 existe un incremento del 5% esto se debe a que “La construcción creció 14,6% debido al dinamismo mostrado en los sectores inmobiliario, comercial y hotelero, en Lima y en el interior del país” (América Economía, 2013, párr.1)

Gráfico N° 17 Balanza comercial Ecuador-Perú



Fuente: PROECUADOR
Elaborado por: PROECUADOR

Según PROECUADOR menciona que las exportaciones de Ecuador a Perú registra una tasa de crecimiento promedio anual 0.1%, por su parte, las importaciones que hace Ecuador desde Perú, registra una tasa de crecimiento 26%, es decir que las importaciones tienen una evolución más dinámica,

registrando el doble de las exportaciones, indicando tendencia de superávit comercial.

3.6.4. ANÁLISIS MERCADO – PRODUCTO.

Las llantas son una parte esencial de los vehículos tanto para motocicletas, camiones, automóviles, camiones y camionetas 4x4, ya que en estas se soporta todo el peso del vehículo, dan la dirección, absorben los impactos, y son parte fundamental en el frenado, porque transmiten la tracción y la fuerza al camino, para que todo esto sea posible se necesita que las llantas se encuentren en estado óptimo y lleven la presión adecuada.

La composición de la llanta varía de acuerdo con el tipo de llanta que se esté usando; en general existen dos tipos de llantas que son la convencional y la llanta radial.

La composición de la llanta radial es de la siguiente manera:

- Carcasa
- Faja de refuerzo
- Banda de rodamiento

La composición de la llanta convencional es de la siguiente manera:

- Carcasa
- Capa de rodamiento
- Banda de rodamiento

Mediante la recopilación de información primaria aplicada a la empresa Lima Caucho S.A. productora de llantas en Perú. La cual fue constituida hace 50 años, dedicándose a la manufactura y comercialización de neumáticos, la empresa actualmente produce mensualmente 60000 neumáticos, como también otros productos de caucho. Son especialistas en la fabricación de llantas para automóvil, camioneta y camión además tiene la producción de llantas agrícolas, cuentan con un amplio portafolio de productos. Tienen una amplia red de distribución a lo largo del territorio nacional, asimismo en los países de: Bolivia, Colombia y Ecuador.

Lima Caucho cuenta con la certificación ISO 9001:2008 en sistema de gestión de la calidad, con tres recertificaciones consecutivas con la empresa Bureau Veritas Certification de Perú. Además tienen la certificación ISO 14001: 2004 en sistemas de gestión ambiental demostrando el interés constante por el ecosistema.

3.6.5 ANÁLISIS FODA

3.6.5.1 Análisis FODA

Tabla N° 14 FODA	
FORTALEZA	DEBILIDAD
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento en el mercado. • Recursos económicos propios. • Precios por debajo de la competencia local. • La empresa se encuentra constituida. • Sucursales en las principales ciudades. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de personal capacitado. • Vulnerabilidad a la competencia. • Mal manejo de cartera de los clientes. • Inexistencia de un sistema contable • Mala distribución de utilidades. • No aplicar estudios de mercados.
OPORTUNIDAD	AMENAZA
<ul style="list-style-type: none"> • Nuevos mercados. • Implementación de un nuevo sistema contable • Implementación de tecnología moderna, para un tecnocentro. • Implementación de canales de distribución • Viabilizar importación de llantas • Implementación de una nueva administración. 	<ul style="list-style-type: none"> • Nuevas barreras para importar. • Nuevas leyes implementadas por el gobierno para comercializar. • Ingreso de nuevas empresas. • Problemas socio económicos. • Problemas con empleados. • Problema con socios.
<p>Fuente: Comercial GUAPÓ'S Elaborado por: Silvana Bastidas</p>	

3.6.5.2 Análisis de las cinco fuerzas de PORTER

Factores que Influyen en el poder de negociación con los proveedores

Para la compañía GUAPO'S adquirir llantas siempre fue un problema se debe a que en la actualidad existe varias empresas que ofertan llantas pero sus requisitos para obtenerlas son elevados, por ejemplo la empresa debe estar algunos años realizando actividades comerciales además piden garantías o bienes, de esto dependerá el monto que ellos disponen.

En este factor se considera a todos los posibles proveedores, de los cuales se seleccionará dependiendo de la disponibilidad de la producción de llantas como, el tiempo que requiera para la entrega y los precios. Entre los principales proveedores Peruanos de neumáticos se encuentran J.C.H Commercial (17.3%) Tire Sol (13.6%) Pevisa Auto Partes (8.6%) PTS (8.2%) Steels & Asociados (5.9%) Michelin (2.7%). y la empresa más reconocida, por la disponibilidad del producto, por las garantías que brinda y la calidad de llanta encontramos.

Factores que influyen en el poder de negociación de los clientes

La compañía GUAPO'S Cía. Ltda. Cuenta con un determinado número de clientes tanto en la provincia del Carchi como la provincia de Imbabura. El principal mercado está proyectado para la provincia del Carchi e Imbabura porque se encuentra posesionada la empresa, y actualmente se comercializa en la frontera norte que es Nariño, para que una empresa exista, lo principal son los clientes, por eso se debe implantar políticas que permita fijar los clientes potenciales para determinar cuánto y en qué cantidades consumen para establecer el volumen que la empresa deba adquirir.

Las llantas es un bien irremplazable porque en la actualidad se ha incrementado la compra de vehículos como lo indica ADEX (2011) que “las ventas de autos en Ecuador subieron en 27%, pese a que pagan mayor arancel y que cada trece personas una tiene un vehículo”. En la provincia del Carchi existe una población de 164.524 si se menciona que cada 13 personas una tiene vehículo se puede decir que en el Carchi tienen 12.655 personas vehículo, de la misma manera se analiza en Imbabura la población total es de 398.244, de los cuales 30.634 personas tienen un vehículo.

Factores que influyen en la amenaza de nuevos entrantes

La amenaza de nuevos competidores es alta esto se debe a que muchas personas buscan implementar negocios que no tengan riesgo en pérdida, la llanta al ser un producto no perecible es un respaldo, y además son productos de consumo masivo.

Pero un aspecto importante para tomar en cuenta es la dolarización y la globalización por la que atraviesa el país, ha influido para que la competencia entre con más agresividad al mercado nacional. Por tal motivo la compañía GUAPO´S Cía. Ltda. Examina siempre plantear estrategias y buscar la solución de los problemas que le impiden ser competitivos y sobrevivir en medio de una economía dolarizada y un mercado globalizado.

Factores que influyen en la amenaza de productos sustitutivos

Existen, un sinnúmero de proyectos que ayuden a prevenir la contaminación y mejore la economía de cada uno de los propietarios de vehículos; uno de ellos es “PROYECTO DE DESARROLLO PRODUCTIVO DE LA INDUSTRIA DEL REENCAUCHE EN EL ECUADOR REUSA LLANTA” impulsado por el estado. Según este proyecto, indica que, el desecho de llantas al medio ambiente sin un estudio previo provoca grandes complicaciones a nivel de salubridad, al ser lanzadas las llantas al campo, quebradas, botaderos sin la observación de las

más mínimas normas de seguridad en la eliminación de desechos sólidos, se convierten en un foco de infección y ayudados por el clima se convierten en criaderos de mosquitos, generando un grave problema de nivel epidemiológico, afectando a la población y adicionalmente provocando que el Gobierno Nacional deba invertir grandes sumas de dinero en prevención y tratamiento de los habitantes de las zonas más vulnerables.

Además menciona que, por otra parte el proceso de reencauche es artesanal en su gran mayoría; actualmente a nivel nacional existen 11 empresas que se dedican a este proceso. Una de las materias primas indispensables es la carcasa, de la que no se han podido abastecer en el mercado nacional por la falta de una cultura de reciclaje y el inadecuado uso de las llantas.

Factores que influyen en la rivalidad entre los competidores

En el mercado de la provincia del Carchi existe un determinado grupo de empresas que ofertan llantas de diferentes tipos y precios, pero por otro lado está la compañía GUAO'S la cual ofrece llantas de diferentes marcas y precios dando un valor agregado que es la entrega del producto en domicilio, además es una empresa que se encuentra en las principales ciudades de la provincia.

A nivel local se considera a las principales empresas comercializadoras de neumáticos en la provincia del Carchi, las cuales se encuentran registradas en la base de datos del Servicio de rentas Internas.

TECNICENTRO ROMO calle Av. Centenario s/n y Gerónimo Carrión

COMERCIAL GUERRON Av. Veintimilla y Portugal

COMERCIAL GABRIEL SEGARRA barrió Sucre Olmedo 54029 y Boyacá

MUNDILLANTA Av. Brasil frente a los portones del aeropuerto.

AUTOLLANTAS JR frente a los portones del aeropuerto.

SURTILLANTA. Julio Andrade y san Gabriel.

GLOBALLANTAS. San Gabriel.

3.6.6. PROYECCIONES DEL ESTUDIO

Tabla N° 15 Oferta proyectada			
OFERTA CARCHI	AÑO	CANTIDAD LLANTAS	
DATOS HISTORICOS	2007	888	
	2008	943	
	2009	1002	
	2010	1064	
	2011	1130	
OFERTA ACTUAL		2012	1187
OFERTA PROYECTADA	2013	1247	
	2014	1307	
	2015	1367	
	2016	1428	
	2017	1488	

Fuente: Proveedores
Elaborado por: Silvana Bastidas

Para la proyección de la oferta se recopiló todas las compras históricas, que ha realizado la compañía GUAPO'S Cía. Ltda. Mediante el "crecimiento del parque automotor en Ecuador 5,84% en relación de los años 2011 al 2012" (AEADE, 2013), permitió proyectar para los respectivos años, por medio de esto se determina la capacidad para la compra de llantas que tiene la empresa.

Tabla N° 16 Demanda proyectada			
DEMANDA CARCHI	AÑO	CANTIDAD DE LLANTAS	
DATOS HISTORICOS	2007	4992	
	2008	5324	
	2009	5677	
	2010	6054	
	2011	6455	
DEMANDA ACTUAL		2012	6855
DEMANDA PROYECTADA	2013	7163	
	2014	7528	
	2015	7894	
	2016	8259	
	2017	8625	

Elaborado por: Silvana Bastidas

El cálculo de la demanda se determinó mediante las encuestas realizadas, del consumo de llantas y la frecuencia de la misma, y para proyectar se tomó el porcentaje de crecimiento del parque automotor en Ecuador como lo indica (AEADE, 2013) “crecimiento del parque automotor en Ecuador 5,84% en relación de los años 2011 al 2012”

3.6.6.1 DEMANDA EFECTIVA

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se aplicó la segmentación de mercado por medio de las encuestas aplicadas en la provincia del Carchi, en donde se seleccionó las preguntas que permitan determinar la demanda potencial.

Tabla N° 17 Cálculo para determinar el consumo de llantas en un año				
PERIODO	Porcentaje	Personas	Consumo individual	Consumo total al año
Anual	42%	168	41	6888
Semestral	25%	100	35	3500
Trimestral	11%	31	75	2325
Mensual	7%	45	13	585
Mas 1 año	15%	61	115	7015
TOTAL	100%	400	279	20313

Tabla N° 18 Empresas ofertantes de llantas en la provincia del Carchi		
EMPRESA	CADA MES	TOTAL AÑO
TECNICENTRO ROMO	113	1360
COMERCIAL GUERRON	33	400
COMERCIAL GABRIEL SEGARRA	67	800
MUNDILLANTA	210	2520
AUTOLLANTAS JR	235	2824
SURTILLANTAS	142	1700
GLOBAL LLANTAS	63	750
COMERCIAL GUAPO´S	247	2964
TOTALES	1110	13318

Elaborado por: Silvana Bastidas

La demanda insatisfecha se la obtiene mediante la resta de la demanda doméstica, que es el resultado del estudio realizado por medio de las encuestas aplicadas, menos la oferta doméstica que se la consiguió por la investigación realizada a todas las empresas comercializadoras de llantas que están legalmente constituidas y registradas en el SRI, logrando obtener la cantidad de 6995 llantas anuales.

Tabla N°19 Porcentaje útil de demanda importable	
Detalle	Porcentaje
Mayor consumo llantas de camión	39%
Realizan compras en comercial GUAPO´S	68%
Prefieren llantas Peruanas	65%
Porcentaje útil de importación	17,23%
Fuente: Encuestas aplicadas Elaborado por: Silvana Bastidas	

Para determinar la demanda importable se requiere discriminar los factores más relevantes en el mercado doméstico que se determina por medio de las encuestas aplicadas. Este porcentaje se multiplica por la demanda insatisfecha total 6995 llantas anuales. Los porcentajes discriminados son cantidades de llantas más usadas, personas que desean comprar en comercial GUAPO´S y por último personas que prefieren comprar llantas procedentes de Perú. Realizado el estudio se obtiene el total de llantas de la demanda importable 1205. Con este resultado obtenido se pretende solucionar parte del problema que está siendo investigado.

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.1. CONCLUSIONES

- La compañía comercial GUAPO'S mediante las encuestas aplicadas se determina que lidera el mercado del Carchi, como una de las comercializadoras con más aceptación, por la constante competencia le obliga a buscar nuevas estrategias que le permita seguir en el mercado.
- Se determina importar la cantidad de 1180 llantas anuales para camión, esto se debe a que el consumo de llantas es mayor por el uso de las mismas. Y además se establece traer esta cantidad por los resultados obtenidos mediante los estudios realizados a la muestra.
- Mediante el estudio realizado se comprueba que existe una demanda insatisfecha de 6995, por el alto crecimiento de las flotas vehiculares tanto en transporte liviano como pesado.
- La llanta al ser un producto de una corta vida, obliga a que exista un consumo constante, y mediante el estudio realizado se determina que la frecuencia de mayor consumo es anual.
- Este tema de investigación es factible ponerlo en práctica, cuenta con aspectos positivos como son, un TIR favorable de 24,81%, un VAN de 103.856. permitiendo recuperar la inversión inicial en un tiempo de tres años y nueve meses considerando que la empresa deberá acceder a un crédito, por no contar con el capital necesario.
- El precio para el consumidor final es de 390,73 dólares, es menor al precio que se encuentra actualmente en el mercado del Carchi, permitiendo fijar precios para consumidores potenciales.

4.2. RECOMENDACIONES

- Al momento de adquirir las llantas de forma directa debe ampliar sus plazas de mercado, por lo que debe contratar agentes de ventas que permita vender directamente o hacer convenios con empresas que se dedican al transporte pesado.
- Establecer precios fijos tanto para clientes mayoristas como clientes finales, además es necesario implementar una política inflexible para aquellos clientes que desean adquirir llantas a crédito para no seguir con la tradicional preferencia de clientes.
- Fijar descuentos de un 7% o bonos notorios para compras de contado, como también por compras por volumen.
- Capacitar al personal que labora por lo que deben tener conocimientos de los neumáticos, ya que cada llanta tiene diferentes funciones y esto permitirá garantizar la durabilidad de la misma.
- Implementar sistemas contables que permita mejorar la administración y la redistribución de las ganancias.
- Manejar canales de distribución y poner en práctica los procesos logísticos para la entrega inmediata de las llantas y así se evite mal manejo de inventarios, tiempo y pérdida de clientes.
- Crear el departamento de Investigación, Innovación y Desarrollo, para que mediante estrategias alcance la satisfacción del cliente, para crear relaciones duraderas y estables con clientes.

V. PROPUESTA.

5.1. TÍTULO.

Estudio de importación de llantas desde Lima Perú a través del estudio logístico, financiero, técnico administrativo que permita a la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Definir una estrategia comercial de venta.

5.2. JUSTIFICACIÓN.

Para la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. El principal objetivo es obtener más rentabilidad y que el cliente se sienta contento con el producto que lleva tomando en cuenta que las llantas sean de calidad y cumpla con las exigencias del cliente.

La empresa durante largos años en el mercado ha estado buscando ingresar a nuevas plazas nacionales como extranjeras lo cual no ha podido por diferentes factores, por este motivo se investiga como importar llantas directamente, realizando un análisis muy minucioso de factores que intervienen antes de hacer una negociación, también se averiguó la oferta y demanda para determinar si el proyecto tiene disponibilidad en el mercado, por medio de este estudio realizado le permitirá ser eficiente y eficaz en los recursos a ser utilizados, manejando adecuadamente el capital a ser invertido y el personal que la empresa deberá implementar para la distribución del producto.

Las llantas a ser importadas deberán cumplir con cada una de las normas de calidad tanto del país de exportación, como del país de importación. De esto dependerá la garantía de Comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Y el liderazgo en un mercado. Un aspecto a considerar son los tiempos de entrega, que con un adecuado plan logístico serán menores, es decir entregar el producto en el tiempo y cantidades que el cliente lo desee.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1.- OBJETIVO GENERAL

Realizar un estudio de importación de llantas desde Lima Perú a través del estudio logístico, financiero y técnico administrativo que permita a la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Definir una estrategia comercial de venta.

5.3.2.- OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

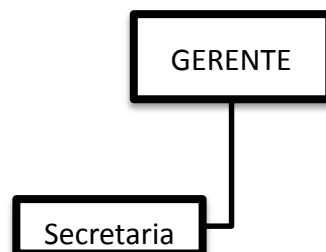
- Elaborar el estudio técnico administrativo de la importación de llantas desde Lima Perú que permita a la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Definir una estrategia comercial de venta.
- Estructurar el proceso logístico de la importación de llantas desde Lima Perú que permita a la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Definir una estrategia comercial de venta.
- Desarrollar el estudio financiero de la importación de llantas desde Lima Perú que permita a la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Definir una estrategia comercial de venta.

5.4. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

5.4.1.- ESTUDIO TÉCNICO ADMINISTRATIVO

5.4.1.1.- ORGANIZACIÓN

Gráfico N° 18 Organigrama




5.4.1.2.- REQUERIMIENTO DE MANO DE OBRA

Tabla N° 20 Requerimiento de mano de obra	
NOMBRE DEL PUESTO	CANTIDAD
Gerente	1
Secretaria	1
TOTAL	2
Fuente: PROECUADOR	
Elaborado por: PROECUADOR	


5.4.1.3.- MANUAL DE FUNCIONES.

Tabla N° 21 Manual de funciones del gerente

<p>Nombre del Puesto: GERENTE</p> 
<p>SUPERVISA: La junta de accionistas REPORTA: La junta de accionistas SUSTITUYE: Presidente</p>
<p>Es responsable ante los accionistas, actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas.</p>
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Liderar el proceso de planeación estratégica de la organización -Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas. -Implementar una estructura administrativa que contenga los elementos necesarios para el desarrollo de los planes de acción. -Mantiene contacto continuo con proveedores -Realiza las negociaciones, y cuando adquirir productos. -Se encarga de la contratación y despido de personal. -Está autorizado a firmar los cheques de la compañía, sin límite de monto. -Cualquier transacción financiera, como obtención de préstamos, cartas de crédito, asignación de créditos a clientes.
<p>PERFIL REQUERIDO</p> <p>EDUCACIÓN FORMAL: Superior EXPERIENCIA DE: Administración de empresas,</p>

Fuente: Compañía comercial GUAPO'S CIA LTDA
 Elaborado por: Silvana Bastidas

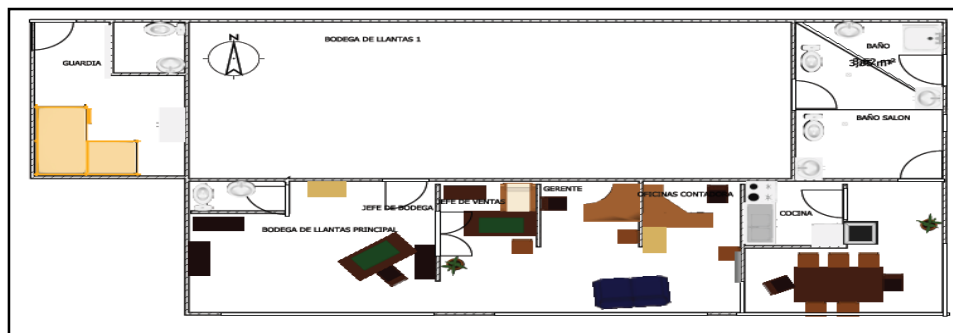
Tabla N° 22 manual de funciones de la secretaria

<p>Nombre del puesto: SECRETARIA</p> 
<p>SUPERVISA: Contadora REPORTA: Contadora, Jefe de ventas SUSTITUYE: Contadora</p>
<p>Ejecutar actividades de apoyo secretarial y contable que conllevan un grado de responsabilidad y confidencialidad.</p>
<p>FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Recepcionar, clasificar, registrar y distribuir la documentación de la Oficina, a través del sistema contable, así como cautelar y mantener actualizado el archivo correspondiente. -Preparar el despacho de la documentación para las respectivas sucursales. -Atender y efectuar llamadas telefónicas, así como mantener actualizada la agenda diaria reuniones y/o citas programadas. -Realizar otras funciones afines que le sean asignadas. -Presentar los informes diarios de ventas y compras al departamento contable <p>Manejo del archivo administrativo y contable.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Aprobación de la facturación que se realiza por ventas de bodega. -Supervisión de la facturación o/y elaboración de la misma.
<p>PERFIL REQUERIDO</p> <p>EDUCACIÓN FORMAL: Bachiller EXPERIENCIA DE: Contabilidad</p>

Fuente: Compañía comercial GUAPO'S CIA LTDA
 Elaborado por: Silvana Bastidas

5.4.1.4.- DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DE LA PLANTA

Gráfico N° 19 Tamaño de la planta



Elaborado por: Silvana Bastidas

5.4.1.5.- REQUERIMIENTO DEL ESPACIO FÍSICO

Tabla N° 23 Requerimientos para la planta		
N°	ACTIVIDAD	REQUERIMIENTO M ²
1	Bodega de llantas	50
2	Oficinas	40
TOTAL		90 m²
Fuente: Compañía comercial GUAPO'S CIA LTDA Elaborado por: Silvana Bastidas		

5.4.1.6.- PRESUPUESTO DE ACTIVOS FIJOS

Tabla N° 24 Activos fijos			
ACTIVOS FIJOS			
DETALLE	CANTIDAD	VALOR U.	VALOR T.
Muebles y Enseres			
Escritorio metálico	2	55	110
Sillones ejecutivas	1	120	120
Sillas	5	35	175
Archivadores	2	90	180
TOTALES	10	300	585
Muebles de Oficina			
Fax	2	40	80
Equipo audiovisuales	1	80	80
TOTALES	3	120	160
Equipos de computo			
Computadores de mesa	1	700	700
Impresoras	2	60	120
TOTALES	3	760	820
Fuente: Compañía comercial GUAPO'S CIA LTDA Elaborado por: Silvana Bastidas			

5.4.1.7.- LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DE LA PLANTA

Gráfico N° 20 Localización de la planta

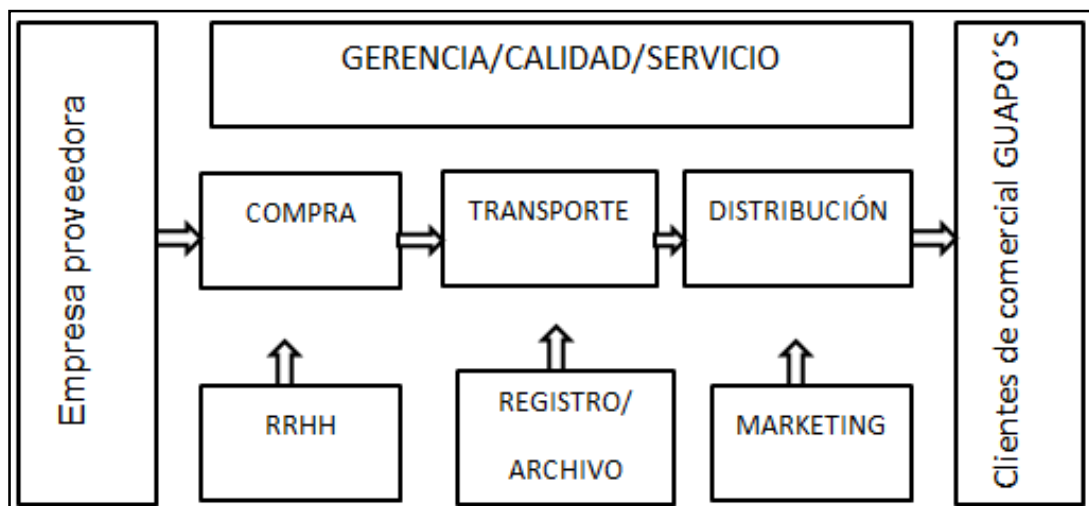
La compañía GUAPO'S ya se encuentra constituida y las instalaciones se encuentran en la ciudad de Tulcán en la av. Oriental y Panamericana.



Fuente: Compañía comercial GUAPO'S CIA LTDA
Elaborado por: Silvana Bastidas

5.4.1.8.- INGENIERÍA DEL PROYECTO

Gráfico N° 21 Ingeniería del proyecto



Fuente: Compañía comercial GUAPO'S CIA LTDA
Elaborado por: Silvana Bastidas

Por medio de este proceso permite innovar o mejorar el proceso de comercialización que la empresa comercial GUAPO´S mantiene actualmente, en donde se pretende crear una estrategia para la venta de llantas por medio de la importación directa desde Lima Perú. Es necesario implementar un departamento exclusivo para que realice las compras, además se necesita de un espacio físico para las llantas a ser importadas.

Para la elaboración de la ingeniería del proyecto, se requiere de una empresa proveedora de llantas en Perú, entre las más importantes se encuentra Lima Caucho S.A la cual cuenta con una producción de 60000 llantas mensuales y una capacidad de exportación del 5% anualmente, para realizar el proceso se requiere de una persona que realice la negociación la cual será el representante legal, los pasos a seguir es la compra del producto, la contratación del transporte internacional; aquí engloba los documentos que se requiere para hacer la importación, y por último se encuentra la distribución que tendrá que realizar la compañía GUAPO´S, aspecto de gran importancia porque de aquí depende que la empresa aplique la estrategia comercial de venta que le permita comercializar y obtener ganancias.

En las siguientes fichas se detallan los pasos para realizar la importación, como también los documentos que requiere para nacionalizar la mercadería, el traslado del producto desde el puerto de Guayaquil hasta las bodegas de la empresa. Aplicando los canales de distribución que permita ahorras gastos.

Responsable: GERENTE

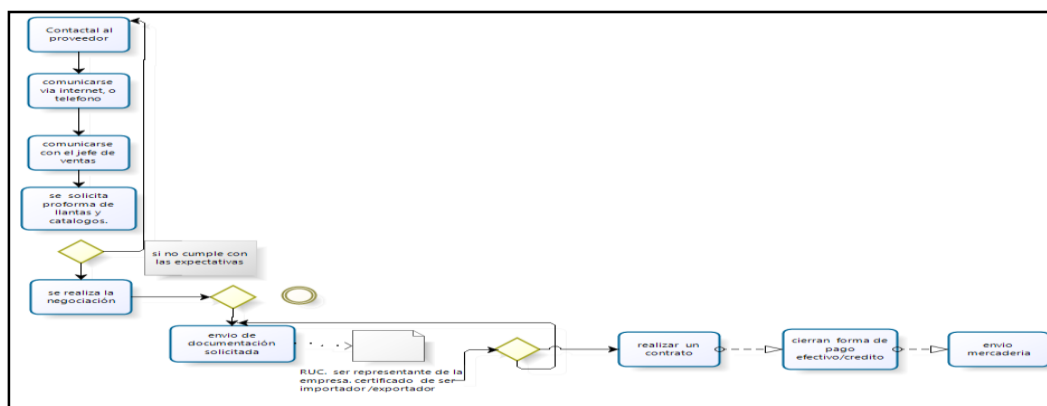
Objetivo: Realizar la negociación con la empresa que oferte a bajos costo y de mejor calidad.

Alcance: Empieza desde contactar al Proveedor hasta la cierre de la negociación

1.DETALLE

Responsable	Detalle	Documento
Gerente	1.- Ingresar páginas web del cliente o enviar correo electrónico a cliente	correo electrónico
Gerente y Proveedor	2.- Envía especificaciones de productos disponibles (tipo de producto) 3.- Realizan acuerdo de negociación vía internet o vía telefónica (precio, tipo) 4.- Receptar documentación y catálogo de pedido, envía por correo electrónico. 5.- Cierre de negociación, 6.- El proveedor envía certificado de representación de la marca 7.- Ser apostillado en la embajada del Ecuador en el exterior	ANEXOS

2. FLUJOGRAMA



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Evaluación inicial proveedores	Mediante encuestas	10	Trimestral	Gerente
Descuentos	2% por cada compra	100	Trimestral	Gerente
Devoluciones	Nº de Unidades devueltas	10	Mensual	Gerente
Incumplimiento de plazos	Nº de incumplimientos	5	Mensual	Gerente

DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
GERENTE	Equipos informáticos como computadora	NINGUNO

	TRANSPORTE	Código:	PO-T-02
		Versión:	000
		Páginas:	1-1

Responsable: GERENTE

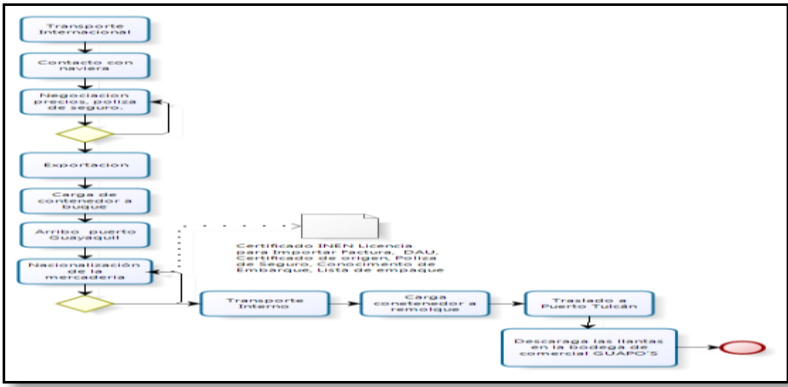
Objetivo: Realizar el traslado de las llantas desde el país de origen Perú al país de destino Ecuador.

Alcance: Empieza desde que el proveedor deja la mercadería al costado del buques hasta que llega a la bodega del comercial GUAPO'S

1.DETALLE

Responsable	Detalle	Documento
Operarios Puerto Empresa Naviera Gerente, Agente de adunas	1.- Carga el contenedor al buque 2.- Arribo de la mercadería al puerto de Guayaquil. 3.- Nacionalización de las llantas 4.- Carga contenedor a remolque	ANEXOS

2. FLUJOGRAMA



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/M ETA	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
% Cumplimiento plazo a clientes	Nº entrega en plazos	100	Trimestral	Logística
Nº de suplementos de fletes	Nº de transportes entre proveedores y clientes	100	Mensual	Logística

DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
GERENTE	Equipos informáticos, Buque, Remolques	NINGUNO

Responsable: GERENTE, JEFE DE BODEGA

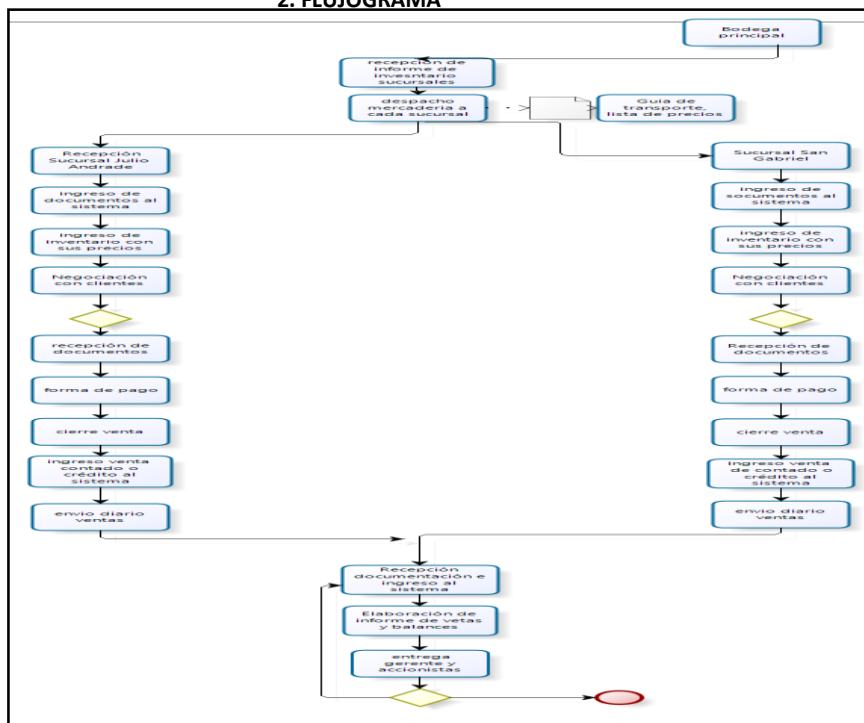
Objetivo: Realizar la entrega de las llantas a cada una de las bodegas para la comercialización

Alcance: Empieza desde que llega la mercadería hasta la venta a los consumidores

1.DETALLE

Responsable	Detalle	Documento
Jefe de Bodega	1.- Ingresar los neumáticos a la bodega principal	correo electrónico ANEXOS
Bodegueros	2.- Se receipta los inventarios de las sucursales	
Jefe de Bodega	3.- Se envía las llantas a cada sucursal	
Jefe de Ventas	4.- Ingreso al sistema los nuevos productos con sus precios	
Jefe de Ventas	5.- Contacta a clientes	
Jefe de ventas	6.- Se realiza la negociación	

2. FLUJOGRAMA



MEDICIÓN Y SEGUIMIENTO DEL PROCESO

INDICADOR	FORMA DE CÁLCULO	ESTANDAR/META	PERIODICIDAD DE CÁLCULO	RESPONSABLE
Encuesta a clientes	Total de clientes	100	Mensual	Gerente
Nuevos clientes	N° de contratos	100	Mensual	Gerente
Quejas de clientes	N° de quejas y reclamos	100	Mensual	Gerente
% Cumplimiento cartera de clientes	Pagos de clientes	100	Mensual	Gerente

DETERMINACIÓN DE RECURSOS RELACIONADA CON EL PROCESO

RECURSO HUMANO	INFRAESTRUCTURA	AMBIENTE DE TRABAJO
GERENTE	Equipos informáticos como computadora	NINGUNO

REVISADO		APROBADO	FECHA
CARGO	GERENTE	JUNTA DE SOCIOS	22. 05. 2013

5.4.2.- ESTUDIO LOGÍSTICO

Tabla N° 26 Información básica del producto	
INFORMACIÓN BÁSICA DEL PRODUCTO:	
Nombre técnico o comercial del producto	llantas para camión
posición arancelaria en el país exportador	4011.20.90.00
posición arancelaria en el país importador	4011.20.90
unidad comercial de venta	Llanta
Moneda de transacción.	Usd
Valor ex-work de la unidad comercial.	200,82

El nombre técnico del producto a ser importado por la compañía GUAPO'S son llantas para tipo camión, para realizar esta transacción comercial se realizara en dólares para facilitar el proceso.

Tabla N° 27 Información básica del embarque	
INFORMACIÓN BÁSICA DEL EMBARQUE	
País de origen	Perú
Ciudad de punto de embarque	Lima(callao)
País de destino	Ecuador
Ciudad de punto de destino	Tulcán
Nº de unidades comerciales por embarque	297
Valor inicial del embarque (EXW)	59643
tipo de embalaje	Llanta
tipo de unidad de carga	Contenedor
Nº total de embalajes	297
Nº total de unidades de carga	1

Para implementar el nuevo mecanismo de compra se debe conocer los pasos y técnicas que se requiere para importar los neumáticos, por tal motivo en el estudio logístico se pretende enseñar los costos y procesos a realizar antes de la importación, con los resultados obtenidos se determina la factibilidad, para que la compañía GUAPO´S pueda determinar la estrategia comercial de ventas más favorable.

Se determina importar llantas radiales para camión, por los resultados obtenidos en la aplicación de la encuesta, además la frecuencia de importación se realizará cada trimestre, ya que la empresa maneja ventas de crédito que corresponde a tres meses.

Se manejará el término de negociación FAS, por utilizar el transporte marítimo y además permite dividir las obligaciones tanto para el comprador como para el vender, la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Cuenta con un convenio con la compañía de transporte pesado CIATEGI CIA LTDA ya que forman parte del mismo grupo familiar, la cual se encargará de trasladar la mercancía desde el puerto de Guayaquil hasta las bodegas de la comercializadora.

Tabla N° 28 Costos directos de exportación.		
COSTOS DIRECTOS PAÍS DE EXPORTACION		
DESCRIPCIÓN	COSTO	TIEMPO DÍAS
Empaque	0,0	0,0
Embalaje	0,0	0,0
Unitarización	305,0	5,0
Manipuleo en el local del exportador	0,0	0,0
Documentación	102,0	0,0
Transporte interno	0,0	0,0
Manipuleo Embarque	170,0	0,1
Agentes	0,1	0,1
COSTOS INDIRECTOS PAÍS DE EXPORTACIÓN		
Bancarios	1199,0	0,3
capital e inventario país de origen	42,2	5,5
TOTAL COSTO - TIEMPO DE LA DFI PAÍS EXPORTADOR	1818,3	5,5
VALOR EXWORK	59642,8	0,0
VALOR FCA	59947,8	5,3
VALOR FOB	61480,9	5,5

La empresa proveedora se encargara de entregar la mercadería hasta el costado de buque es decir, se encargara del transporte interno que es desde la bodega hasta la aduna, además se encargará de toda la documentación necesaria para realizar la exportación en el país de origen, deberá asumir con todos los gastos como están reflejados en el Anexo IV.

El actual gobierno ha implementado una política que le permite proteger la balanza comercial, es la implementación de una licencia Anexo II, la cual se la debe obtener antes de cada importación, este trámite lo debe realizar la empresa importadora.

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL		
COSTOS DIRECTOS	COSTO	TIEMPO EN DÍAS
FLETE INTERNACIONAL	1000,0	2,0
VALOR CFR	62480,9	7,5
SEGURO INTERNACIONAL	1874,4	0,3
VALOR CIF	64355,3	7,7
MANIPULEO DESEMBARQUE	160,0	0,3
COSTOS INDIRECTOS		
CAPITAL E INVENTARIO	20,2	2,5
COSTO DE LA DFI EN EL TRÁNSITO INTERNACIONAL	3054,7	2,5
VALOR DAT	64535,6	8,0

La compañía GUAPO´S se encargará con todos los gastos que incurran desde la entrega de la mercadería al costado del buque, con el pago del flete internacional, el seguro, como también con los gastos bancarios. Además deberá asumir con los trámites para nacionalizar las llantas, como también se encargará del transporte interno en el país de Ecuador, realizado todo el proceso. La empresa implementará la estrategia comercial de venta que le permita mejorar su economía.

ANÁLISIS DE COSTOS EN EL PAÍS IMPORTADOR		
COSTOS DIRECTOS IMPORTACION	COSTO	DÍAS
Almacenamiento temporal	86,0	1,0
Manipuleo desembarque	160,0	0,3
Documentación	51,0	0,3
Agentes	280,0	1,1
Transporte interno	800,0	1,0
VALOR DAP	65752,6	11,6
Aduaneros	34756,8	incluido en agentes
COSTOS INDIRECTOS IMPORTACIÓN		
CAPITAL E INVENTARIO	30,0	3,6
COSTO DE LA DFI EN EL PAÍS IMPORTADOR	36163,8	3,6
VALOR DDP	100539,4	11,6
Precio (c/u) en país de destino	338,5	
MARGEN DE VENTAS	50,8	
PRECIO DE VENTA	389,29	

Realizado todo el proceso de importación, e incrementado el margen de utilidad del 15% es el precio final sin incrementar es 389,29 que está por debajo del precio que actualmente se comercializa en la provincia del Carchi. Para la empresa comercial GUAPO'S deberá implementar una política que le permita manejar los clientes potenciales, las ventas de contado o por volumen en donde deberá fijar porcentajes o bonos para incentivar al cliente más consumo.

5.4.3.- ESTUDIO FINANCIERO

Mediante el siguiente estudio financiero permite determinar que este proyecto hacer investigado es rentable, además ayuda a la compañía GUAPO'S Cía. Ltda. A determinar cuál es el capital que debe invertir y la rentabilidad que generará la comercialización de llantas en la provincia del Carchi.

La inversión para poner en marcha el proceso de importación de llantas desde Lima Perú es de 136.718 de los cuales el 60% es capital propio es. Y el saldo lo obtendrá mediante un crédito en una institución financiera que será de un 40%.

Tabla N° 29 Estructura de la inversión			
Costo de Capital Promedio Ponderado - Con Financiamiento			
Recursos	Participación	Costo	Ponderación
Propios	60%	4,53%	2,72%
Ajenos	40%	11,80%	4,72%
Total	100%		7,44%

Estructura de Financiamiento - con financiamiento		
Concepto	Participación	Valor
Capital Propio	60%	82.031
Capital Ajeno	40%	54.687
Total	100%	136.718

El estado de resultados es un informe contable, para su elaboración se necesita conocer el precio por unidad en fábrica y se multiplica por la cantidad total que se desea importar durante un año, como también la suma total de los gastos indirectos, de esta manera se obtiene el costo de venta, por medio del estado de resultados permite determinar si el proyecto es rentable, se determina que existe una utilidad 39.735 para el primer año.

Tabla N° 30 Estado de resultados						
Estado de Resultados - Con Financiamiento						
Detalle	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Ventas	464.188	508.971	532.294	555.823	581.089	608.450
Cantidad	1.188	1.248	1.308	1.368	1.428	1.488
Precio	390,73	407,83	406,95	406,30	406,93	408,90
- Costo de Ventas	208.064	228.262	239.236	250.210	261.184	272.158
Utilidad Bruta en Ventas	256.124	280.709	293.058	305.613	319.905	336.292
- Gastos Operacionales	195.414	208.551	219.861	231.600	243.916	256.725
Gastos Administrativos	30.507	34.590	37.307	40.269	43.512	47.038
Gastos de Importación	164.906	173.961	182.554	191.331	200.404	209.687
Utilidad Operacional	60.710	72.158	73.197	74.013	75.989	79.567
- Gastos Financieros	0	5.599	3.589	1.328	0	0
Interés Bancario	0	5.599	3.589	1.328		
U.A.T.I	60.710	66.559	69.609	72.685	75.989	79.567
- 15% Particip. Trabajadores	9.107	9.984	10.441	10.903	11.398	11.935
Utilidad Antes de Impuestos	51.604	56.575	59.167	61.783	64.591	67.632
- 23% Impuesto a la Renta	11.869	13.012	13.608	14.210	14.856	15.555
Utilidad Neta	39.735	43.563	45.559	47.573	49.735	52.076

El flujo de efectivo sirve para realizar la evaluación financiera del proyecto a través del TIR y VAN. Para obtener los resultados es necesario conocer la utilidad neta por cada año, más las depreciaciones como la amortización, también la recuperación de capital operacional Anexos V.

Por tal motivo un proyecto es rentable cuanto cuenta con un VAN positivo en donde permite conocer el valor del dinero actual, lo que va a recibir el proyecto a una tasa de interés y a un periodo de tiempo determinado. Para este tema de investigación, se concluye que el van es 103.856,40.

Además cuenta con un TIR favorable de 24,81%, el cual permite determinar la tasa de interés de retorno, debe ser mayor a la tasa de inversión que pagan otras instituciones financieras. Para esta investigación es rentable porque es mejor invertir en el proyecto que colocar el dinero en instituciones que pagan a bajos porcentajes de interés.

Tabla N° 31 Flujo de efectivo neto						
Flujo de Efectivo Neto - Con Financiamiento						
Entradas de efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Utilidad Neta		43.563	45.559	47.573	49.735	52.076
+ Depreciaciones		348	348	348	360	360
+ Amortizaciones		132	132	132	132	132
Liquidación del Proyecto						658
Recuperación Capital de Operación						134.493
Total Entradas	0	44.043	46.039	48.052	50.227	187.719
Salidas de Efectivo	Año 2012	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017
Inversión Inicial	136.718					
Amortización de la Deuda		16.135	18.146	20.406		
Reposición de Activos				856		
Total Salidas	136.718	16.135	18.146	21.263	0	0
= Flujo de efectivo Neto	-136.718	27.907	27.893	26.790	50.227	187.719

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	-136.717,51		
1	27.907,43	0,9308	25.975,38
2	27.893,10	0,8663	24.164,68
3	26.789,71	0,8064	21.602,02
4	50.226,98	0,7505	37.696,88
5	187.718,92	0,6986	131.134,95
	ΣFE		240.573,91
	- I.I.		136.717,51
	VAN		103.856,40
	TIR		24,81%
	PR		3,91
	C/B		1,76

El punto de equilibrio es el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por ventas a la suma de los costos fijos y los variables; es decir, permite calcular el punto mínimo de producción al que debe aplicar para no incurrir en pérdidas. Para la compañía GUAPO`S Cía. Ltda. Debe vender 472 llantas en el año 2013, para no tener pérdida.

Para la elaboración del punto de equilibrio se necesita todos los costos de producción, las llantas se las comprará como un producto terminado, para realizar la importación se requiere implementar una oficina, esto generará gastos de servicios básicos los cuales se los tomo en cuenta, más los gastos operacionales, los intereses generados por el financiamiento del capital, se determina gastos por unidad tanto fijos como variables se multiplica por el total de llantas a importar en un año, se incrementa el porcentaje de ganancia por año y obtenemos el precio final para la venta.

Punto de Equilibrio - Con Financiamiento												
	Año 2012		Año 2013		Año 2014		Año 2015		Año 2016		Año 2017	
Costo de Producción	Fijos	Variable s	Fijos	Variable s	Fijos	Variable s	Fijos	Variable s	Fijos	Variable s	Fijos	Variable s
MPD		207.900		228.091		239.057		250.023		260.989		271.955
Agua		16		17		17		18		19		20
Energía		28		29		31		32		33		35
Suministros		120		125		131		137		143		149
Agua	16		17		17		18		19		20	
Energía	28		29		31		32		33		35	
Suministros	120		125		131		137		143		149	
Total Costo de Producción	164	208.064	171	228.262	179	239.236	187	250.210	195	261.184	204	272.158
Gastos Operacionales	30.50	164.906	34.59	173.961	37.30	182.554	40.26	191.331	43.51	200.404	47.03	209.687
Gastos												
Administrativos	30.50		34.59		37.30		40.26		43.51		47.03	
Gastos de Importación	7		0		7		9		2		8	
		164.906		173.961		182.554		191.331		200.404		209.687
Gastos Financieros	0		5.599		3.589		1.328		0		0	
Interés Bancario			5.599		3.589		1.328					
Costos y Gastos Totales	30.67	372.970	40.36	402.223	41.07	421.790	41.78	441.541	43.70	461.588	47.24	481.845
	1		1		5		4		7		2	
Unidades	1.188		1.248		1.308		1.368		1.428		1.488	
Costos y Gastos Unitarios	25,82	313,95	32,34	322,29	31,40	322,47	30,54	322,76	30,61	323,24	31,75	323,82
Total Costos y Gastos Unitarios	339,77		354,63		353,87		353,31		353,85		355,57	
% Utilidad	15%		15%		15%		15%		15%		15%	
Precio de venta Unitario	390,73		407,83		406,95		406,30		406,93		408,90	
P. Eq. Unid. = Costos Fijos / (P - CV)	399		472		486		500		522		555	

VI. BIBLIOGRAFÍA.

Laudon, K, J. (2004): *Sistemas de información general*, México/person education

Banco Central del Ecuador (2013), *Publicaciones de Banca Central* en: <http://www.bce.fin.ec/frame> (16/04/2013)

Cámara de comercio de Guayaquil. *Relación comercial Ecuador Perú* recuperado: <http://www.lacamara.org/website>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2013), *Ecuador en cifras* en: <http://www.ecuadorencifras.com/cifras> (16/04/2013)

Beyond Economic, (2000) *Globalización y comercio internacional* en: <http://www.worldbank.org/depweb> (10/04/2013)

Gestión-Calidad, () *Innovación y Empresa* recuperado: <http://www.gestion-calidad.com> (10/04/2013)

Vistazo (07/27/2010) *Arancel para importación de llantas no ha aumentado*, recuperado: <http://www.vistazo.com/webpages>. (22/04/2013)

Fiallos, C (2011) Estrategias de marketing y su incidencia en las ventas de la empresa "llanta andina S.A" en la ciudad de Ambato, Trabajo de grado para obtener el título de: Ingeniería Comercial en la Universidad técnica de Ambato, Inédito en <http://repo.uta.edu.ec/> (08/04/2013)

Álvarez, F. (2004) Propuesta de mejoramiento del ciclo de pedido de importadora nacional de llantas, trabajo de grado para obtener el título de:

Ingeniería Industrial en la Pontificia Universidad Javeriana, Inédito en <http://www.javeriana.edu.co/biblos>. (08/04/2013)

Donoso, S. (2011) Proyecto de factibilidad para la creación de una Importadora de llantas y repuestos automotrices desde china para la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo, trabajo de grado para obtener el título de: Ingeniero en comercio Exterior en la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, inédito en <http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream> (09/04/2013)

América Economía (Abril, 2011) *Negocios & Industrias* en <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias>.

Plan Nacional del Buen Vivir (2009-2013) *Objetivos para el Buen Vivir* en: <http://plan.senplades.gob.ec/presentacion>

Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones PROECUADOR (2010) *Perfil de la República del Ecuador* en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/>

Enríquez, Tapia (2002) *el sistema armonizado y la nomenclatura nandina* recuperado: <http://www.slideshare.net/LeidyEnriquez>

Asociación Latinoamericana de Integración (2013) *sistema de información de Comercio Exterior* recuperado: <http://nt5000.aladi.org/siiconsintegradaesp/>

Superintendencia de nacional de adunas y administración tributaria (SUNAT)

González, A *Investigación básica y aplicada en el campo en las ciencias económico administrativas* recuperado: <http://www.academia.edu/566519>

Constitución de Ecuador (2008)

Soriano, R. R. (2011). *Investigacion Social Teoria y Praxis*. Mexico: Plaza y Valdes S. A. de C. V

Arango C (2011) *Economía Internacional* recuperado:
<http://www.slideshare.net/jcarangoq72>

Instituto de promoción de exportaciones e inversiones (PROECUADOR) (2012)
perfil logístico de república del Perú en: <http://www.proecuador.gob.ec/wp-content>

Comunidad andina (CAN) *Decisión 416* en: <http://www.comunidadandina.org/>

UPEC. (2010). Reglamento y Manual de Elaboración de Tesis. Tulcán: UPEC.

VII. ANEXOS I.

“UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI” ENCUESTA

OBJETIVO: Determinar la factibilidad de implementar una estrategia comercial de venta de la compañía comercial GUAPO’S Cía. Ltda. Ante la importación de llantas desde Lima Perú.

Rogamos contestar las siguientes preguntas de la manera más honesta gracias por su colaboración.

➤ **Marque con una X la respuesta que crea conveniente.**

1. ¿En qué rango de edad usted se encuentra?

- 15 a 19 años (1)
- 20 a 24 años (2)
- 25 a 29 años (3)
- 30 a 34 años (4)
- 35 a 39 años (5)
- 40 en adelante (6)

2. ¿Qué tipo de vehículo tiene usted?

- Automóviles (1)
- Jeeps o Camionetas (2)
- Buses o Camiones (3)

3. ¿En qué ciudad usted adquiere las llantas?

- Tulcán (1) Julio Andrade (2) San Gabriel (3)
- Ibarra (4) Otavalo (5) (6)
- Otro especifique.....

4. ¿Ha realizado compras en COMERCIAL “GUAPO`S”?

Si (1) No (2) Su respuesta es No por favor pasar a la pregunta
Número 7 gracias

5. ¿Cuánto tiempo es cliente de COMERCIAL “GUAPO`S”?

- Menor a un año (1)
- 1 año a 3 años (2)
- 5 años a 7 años (3)
- 8 años a 10 años (4)
- 11 años en adelante (5)

6. ¿Por qué usted adquiere las llantas en COMERCIAL “GUAPO`S”?

- Por el precio (1)
- Por la variedad (2)
- Por la buena atención (3)
- Por estar en las principales ciudades (4)
- Otros especifique (5).....

7. ¿Qué frecuencia adquiere Usted. llantas?

- Mensual (1) Trimestral (2) semestral (3) anual (4)
- Otros (5) especifiquen

8. ¿Qué cantidades de llantas usted adquiere en un año?

- 1 a 10 (1)
- 11 a 20 (2)
- 21 a 30 (3)
- 31 en adelante Especifique (4).....

9. ¿Qué tan importante es para usted adquirir llantas importadas?

Muy importante (1)

Poca importancia (2)

Nada importante (3)

10. ¿Cuándo adquiere llantas que toma en cuenta?

El precio (1)

La calidad (2)

La procedencia (3)

Otra especifique (4).....

11. ¿Conoce usted alguna marca de llanta que sea procedente de Perú?

Si (1) No (2)

12. ¿Ha comprado llantas procedentes de Perú?

Si (1) No (2)

13. ¿Estaría dispuesto a comprar llantas procedentes de Perú?

Si (1) No (2)

ENCUESTA PARA EMPRESAS PRODUCTORAS DE LLANTAS

La empresa Comercial GUAPO´S se dedica a la comercialización de llantas, se encuentra diseñado un estudio de proveedores de llantas, con el objetivo Determinar la factibilidad de implementar una estrategia comercial de venta de la compañía comercial GUAPO´S Cía. Ltda. Ante la importación de llantas desde Lima Perú.

NOMBRE DE LA EMPRESA:

CARGO DEL ENTREVISTADO:

1. ¿Para qué tipo de vehículos elabora la empresa llantas?

- Autos (1)
- Camioneta o Jeep (2)
- Camión o Bus (3)

3. ¿Qué variedad de llantas su empresa fabrica?

- Radiales (1)
- Convencionales (2)
- Milimétricas (3)

4. ¿Cuál es la frecuencia de producción de llantas?

- Mensual (1)
- Trimestral (2)
- Semestral (3)
- Anual (4)
- Otro especifique (5)

5. ¿Qué Cantidad de llantas produce la empresa en un año?

- 1 a 2000 (1)
- 2001 a 4000 (2)
- 4001 a 6000 (3)
- 6001 en adelante (4) especifique.....

6. ¿La empresa aplica normas y procesos de producción de calidad?

- Nunca (1)
- Casi Nunca (2)
- Indiferente (3)
- Casi Siempre (4)
- Siempre (5)

7. ¿Su empresa realiza publicidad a nivel Internacional?

- Si (1)
- No (2)

8. ¿Cuál es el término de negociación (INCOTERM) que usted maneja para la exportación?

INCOTERM	SI APLICA
EXW	
FAS	
FOB	
CPT	
CFR	
CIF	
DAT	
DAP	
DDP	

9. ¿Tiene clientes en Ecuador?

1. SI

2. NO

10. ¿Cuáles son las garantías que ofrece si existiera algún problema del neumático y qué porcentaje aplica?

% \ GARANTÍAS	Si aplica	No aplica	Porcentaje
1. Devolución del dinero			
2. Cambio del neumático			
3. Otras garantías (especifique)			
3.1.			

ANEXOS II

Certificados INEN según la clasificación

<u>INEN 2096 96</u>	Neumáticos. Definición y clasificación
<u>INEN 2097 98</u>	Neumáticos. Neumáticos para vehículos de pasajeros. Métodos de ensayo
<u>INEN 2098 98</u>	Neumáticos. Neumáticos para vehículos excepto de pasajeros. Métodos de ensayo
<u>INEN 2099 96</u>	Neumáticos. Neumáticos para vehículos de pasajeros. Requisitos
<u>INEN 2100 96</u>	Neumáticos para vehículos excepto de pasajeros. Requisitos
<u>INEN 2101 98</u>	Neumáticos. Neumáticos para vehículos. Dimensiones, cargas y presiones. Requisitos
<u>INEN 2102</u>	

Costo para la obtención de la licencia para importar neumáticos

[#GJO-322320]: Licencias



noreply@mipro.gob.ec (noreply@mipro.gob.ec) [Agregar a contactos](#) 17/05/2013 |
Para: lilipop.bast@hotmail.com ✉

Estimada Lilitiana, la gestión para la obtención de la LICENCIA DE IMPORTACION para la importación de neumáticos no tiene costo económico alguno, la certificación del INEN que usted nos indica debe informarse en el propio instituto, ingrese a su portal: www.inen.gob.ec. Un placer atenderle, cordiales saludos
Estimado usuario por favor no responda a este correo, si necesita más información sobre el tema tratado ingrese al sistema con su usuario y contraseña, podrá verificar el estado de su consulta y responder al técnico.

Cotización transporte marítimo HAMBURG SUD

POD: GUAYAQUIL, EC
VALIDEZ: 31 DE MAYO DE 2013

Nota:

- ** Todas las tarifas son puerto a puerto sujetas a cambios en BAF.
- ** Tarifas más gastos de doc fee usd 53.50
- ** tarifa incluye ocean freight, BAF, THC en origen, ISPS en origen
- ** Los gastos en destino corren por cuenta del consignatario
- ** Gastos de corrección son de usd 107,00 y recargos de carga IMO usd 150.00 x cntr
- ** Tarifas sujeta a espacios y disponibilidad de equipos

Favor confirmar de recibidas,

El día **Lunes 29 de Abril** nuestras oficinas estarán cerradas por motivo de Día del Trabajo. Regresaremos a nuestro horario regular el **Martes 30 de Abril**.

Please note that our office will be closed on **April, 29th** due Labor Day Holiday. We will resume normal activities on Tuesday 30th April
Slids,

Partida arancelaria 4011.20.90

Resultado : 3 Estado de tramites

No	Subpartida	Código Complementario	Tnan	Descripción de Subpartida	Descripción Comercial	Unidad Física	Entidad Control	Cantidad	Peso (Kilos)	Valor FOB (\$)	Valor CIF(\$)
1	4011209000	0000	0000	LOS DEMÁS	1200-20 18PI	NUMERO DE	[056]INSTITI [105]MINIST	30	1	\$ 10,800.32	\$ 0
2	4011209000	0000	0000	LOS DEMÁS	10.00-20 16F	NUMERO DE	[056]INSTITI [105]MINIST	110	1	\$ 29,152.22	\$ 0
3	4011209000	0000	0000	LOS DEMÁS	11.00-20 16F	NUMERO DE	[056]INSTITI [105]MINIST	60	1	\$ 18,002.08	\$ 0

ANEXOS III

Cotización de llantas.

RUC: 97691-18-33953 0001				COTIZACION# 6900			
				Original			
Cliente:	CARLOS BASTIDAS			Fecha:	24/04/13		
Tel.:				Condición de Pago:	Cliente - Abono		
Pais:	-			Vendedor:	Eli Levy		
Dirección:				Marca:			
				Traspaso:			
#	Código	Marca	Origen	Descripción	Cantidad	Precio/U	Total
39	M06773	AUTOGUARD	CHINA	LLANTA 700R16LT 12L JB55	1 Un	\$ 86.22	\$ 86.22
40	M06853	AUTOGUARD	CHINA	LLANTA 205/50R16 XL 91W SA902	1 Un	\$ 43.49	\$ 43.49
					Subtotal:		\$ 1,951.79
Total Peso:		416.700					
Total Bultos:		40					
					Flete/Freight		1,000.00
					Acarreo/Transport		200.00
					Otros/Others		35.00
					Courrier		55.00
					Salida/Exit		20.00

Formulario de registro

FORMULARIO PARA CLIENTES NUEVOS
NEW CUSTOMER FORM

POR FAVOR COMPLETE LA SIGUIENTE INFORMACIÓN EN LETRAS MAYUSCULAS /
PLEASE FIL OUT THE REQUIRED INFORMATION IN CAPITAL LETTERS

COMPAÑIA:

-COMPANY NAME

R.U.C. # NIC:

-GOVERNMENT ID #

DIRECCION COMPLETA:

-COMPLETE ADDRESS

CIUDAD Y PAIS:

-CITY AND COUNTRY

TELEFONO: _____ **FAX:**

-COMPANY TELEPHONE

-FAX NUMBER

TELEFONO MOVIL: _____ **E MAIL:**

-CELLULAR PHONE

-E MAIL

NOMBRE DEL PROPIETARIO:

-OWNER'S NAME

NOMBRE DEL CONTACTO:

-CONTACT PERSON

ACTIVIDAD DE LA COMPAÑIA:

-COMPANY'S ACTIVITY

CANTIDAD DE EMPLEADOS:

-NUMBER OF WORKERS

NUMERO DE SUCURSALES:

-NUMBER OF STORES

NUMERO DE LOCALES ALQUILADOS O PROPIOS:

-# OF STORE PROPERTIES OWNED OR RENTED

REFERENCIA COMERCIAL (NOMBRE Y TELEFONO):

-COMMERCIAL REFERENCE (NAME AND PHONE)

REFERENCIA COMERCIAL (NOMBRE Y TELEFONO):

-COMMERCIAL REFERENCE (NAME AND PHONE)

NOMBRE DEL BANCO Y TIEMPO UTILIZANDOLO:

-BANK'S NAME AND TIME WORKING WITH THEM

PARA USO INTERNO / FOR INTERNAL USE

VENDEDOR:

OBSERVACIONES:

# DE CLIENTE	PROCESADO POR	FECHA
--------------	---------------	-------

ANEXOS IV

DATOS	AÑOS					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
OFERTA	1187	1247	1307	1367	1428	1488
DEMANDA INSATISFECHA	6855	7163	7528	7894	8259	8625
% DE COBERTURA DE LA DEMANDA	17%	17%	17%	17%	17%	17%
FRECUENCIA DE ENVIO	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL	TRIMESTRAL
NUMERO DE ENVÍOS AL AÑO	4	4	4	4	4	4
TAMAÑO DEL EMBARQUE	296,75	311,75	326,75	341,75	357,00	372,00

Nº de empaques / embalajes	296,75	311,75	326,75	341,75	357,00	372,00
Nº de semirremolques 30 TN	1	1	1	1	1	1
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMBALAJES POR ENVÍO	297	312	327	342	357	372
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL (envases) POR ENVÍO	297	312	327	342	357	372
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN EMPAQUES / EMBALAJES AL AÑO	1188	1248	1308	1368	1428	1488
ESTIMACIÓN DE VENTAS SEGÚN UNIDAD COMERCIAL	1188	1248	1308	1368	1428	1488
	-1185,81	-1245,75	-1305,69	-1365,63	-1426,57	-1486,51

INFORMACION ADICIONAL	
Termino de negociación	FAS
Forma de pago	Giro Directo
Plazo	X
Tipo de Cambio	1
% de tasa de seguro	3%
Porcentaje de tasa pasiva de interés anual	4,53%
TASA PROMEDIO DE INFLACION ANUAL	4,44%
INFLACION ANUAL PAIS DE DESTINO	5,50%

UNITARIZACIÓN								
<i>Descripción</i>	<i>Costo unitario usd</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Costo total USD</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>RR.HH.</i>	<i>Costo X Trabajador</i>	<i>Costo de mano de obra</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
ALQUILER CONTENEDOR	205	1	205		2	10	100	305
TOTALES								305

DOCUMENTACIÓN						
<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Costo unitario USD</i>	<i>Cantidad</i>	<i>RR.HH.</i>	<i>Tiempo en Horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Factura Comercial	0	0	2 personas	1	0,125	0
Lista de empaque	0	0		0,5	0,0625	0
Certificado de Origen	0	1		3	0,375	0
INEN	0	1		6	0,75	0
LICENCIA PARA IMPORTAR	0	1		0	0	0
Registro de importador/exportador TOKEN	72	1		6	0,75	72
Otros	30	1		0	0	30
TOTALES				16,5	2,0625	102

MANIPULEO DE EMBARQUE					
<i>Descripción</i>	<i>Costo por EMBARQUE</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Tiempo en horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Montacargas contenedor TRANSPORTE INTERNACIONAL	170	1	2	0,08	170
OTROS	0	1		0	0
TOTALES				0,08	170

COSTOS BANCARIOS					
<i>Descripción</i>	<i>VALOR FCA</i>	<i>Tasa del banco</i>	<i>tiempo de contratación en horas</i>	<i>tiempo de contratación en Días</i>	<i>COSTO FINAL USD</i>
COSTO CARTA DE CREDITO	59947,76	2,00%	2,00	0,25	1198,96

CAPITAL E INVENTARIO - PAÍS DE ORIGEN					
<i>Descripción</i>	<i>Base de cálculo = FCA + gastos</i>	<i>Tasa pasiva de interés anual</i>	<i>tiempo en días</i>	<i>año comercial</i>	<i>COSTO FINAL USD</i>
Costo de oportunidad.	61438,72	4,53%	5,46	360	42,20

FLETE INTERNACIONAL				
<i>Descripción</i>	<i>Costo unitario por embarque</i>	<i>Cantidad de vehículos</i>	<i>Tiempo en días de operación</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
flete interno vehículos de 30 TN	1000	1	2	1000
TOTALES			2	1000

SEGURO INTERNACIONAL					
<i>Descripción</i>	<i>Valor asegurado</i>	<i>Prima</i>	<i>tiempo de contratación en horas</i>	<i>tiempo en días</i>	<i>costo de operación</i>
cobertura de todo riesgo	62480,91	3%	2	0,25	1874,43

CAPITAL E INVENTARIO - TRANSITO INTERNACIONAL					
<i>Descripción</i>	<i>VALOR CIF</i>	<i>Tasa pasiva de interés anual</i>	<i>tiempo en días</i>	<i>año comercial</i>	<i>COSTO FINAL USD</i>
Costo de oportunidad.	64355,34	4,53%	2,50	360	20,25

ALMACENAMIENTO		
<i>Descripción</i>	tiempo de almacenaje en Días	Costo Total USD
almacenamiento temporal	1	86

MANIPULEO DE DESEMBARQUE					
<i>Descripción</i>	<i>Costo por EMBARQUE</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Tiempo en horas</i>	<i>Tiempo en Días</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
Montacargas contenedor TRANSPORTE INTERNACIONAL	160	1	2	0,25	160
TOTALES				0,25	160

DOCUMENTACIÓN						
<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Costo unitario USD</i>	<i>Cantidad</i>	<i>RR.HH.</i>	<i>Tiempo en HORAS</i>	<i>Tiempo en DÍAS</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
DOCUMENTO DE RECEPCION DE CARGA	35	1	2 personas	2	0,25	35
CERTIFICADO INEN EN DESTINO	16	1		0	0	16
LICENCIA	0	1		0	0	0
CERTIFICADO IMPORTADOR DE LA LLANTA PERÚ	0	1		0	0	0
TOTALES				2	0,25	51

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	80	1	2	0,25	80
Agente de aduana	150		6	0,75	150
OTROS	50		1	0,125	50
TOTALES			9	1,125	280

TRANSPORTE INTERNO				
<i>DESCRIPCIÓN</i>	<i>Costo unitario por vehículo</i>	<i>Cantidad de vehículos</i>	<i>Tiempo en días de operación</i>	<i>Costo total de operación USD</i>
flete interno vehículos de 30 TN	800	1	1	800
TOTALES			1	800

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	0%	64355,34	0,00	2	incluido en agentes	34756,80
Específico	0%	64355,34	24137,64			
IVA	12%	88492,98	10619,16			

CAPITAL E INVENTARIO EN EL PAÍS DE DESTINO					
<i>Descripción</i>	<i>VALOR DAP</i>	<i>Tasa pasiva de interés anual</i>	<i>tiempo en días</i>	<i>año comercial</i>	<i>COSTO FINAL USD</i>
Costo de oportunidad.	65752,59	4,53%	3,63	360	29,99

INCOTERMS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Valor del embarque	59.643	65.713	69.136	72.620	76.174	79.799
EXW	59.643	65.713	69.136	72.620	76.174	79.799
Manipulación local X	0	0	0	0	0	0
Unitarización	305	319	333	347	363	379
FCA/FAS	59.948	66.032	69.468	72.967	76.537	80.178
Transporte interno	0	0	0	0	0	0
Manipuleo Embarque	170	178	185	194	202	211
Agentes	20	21	23	26	31	38
Documentación	102	107	116	132	157	196
Capital e inventario país de origen	42	46	49	51	54	56
Bancarios	1.199	1.321	1.389	1.459	1.531	1.604
FOB	61.481	67.704	71.231	74.830	78.512	82.283
Flete Internacional	1.000	1.044	1.091	1.139	1.190	1.242
CFR	62.481	68.748	72.322	75.969	79.702	83.526
Seguro Internacional	1.874	2.062	2.170	2.279	2.391	2.506
CIF	64.355	70.811	74.491	78.248	82.093	86.032
Capital e inventario tránsito internacional	20	22	23	25	26	27
Manipuleo desembarque	160	167	175	182	190	199
DAT	64.536	71.000	74.689	78.455	82.309	86.257
Almacenamiento temporal	86	91	96	101	107	112
Documentación	51	54	57	60	63	67
Agentes	280	292	319	363	432	537
Transporte interno	800	835	873	911	952	994
DAP	65.753	72.272	76.033	79.890	83.863	87.967
Aduaneros	34.757	36.898	38.706	40.526	42.374	44.213
Capital e inventario país de destino	30	33	35	36	38	40
DDP	100.539	109.203	114.774	120.452	126.275	132.221

ANEXOS V

Producto	Ventas Anuales en U – Proyección					
	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Producto A	1.188	1.248	1.308	1.368	1.428	1.488
TOTAL	1.188	1.248	1.308	1.368	1.428	1.488

Año	Inflación Anual
2005	3,14%
2006	2,87%
2007	3,32%
2008	8,83%
2010	3,33%
2011	5,41%
2012	4,16%
Promedio	4,44%
Inflación País destino	5,50%
% Utilidad Ventas	15,00%

Activos Fijos - Inversión Fija			2012
Concepto	Cantidad	Valor Un.	Total
Muebles y Enseres			745
Escritorio	2	55,00	110
Sillón ejecutivo	1	120,00	120
Sillas	5	35,00	175
Archivadores	2	90,00	180
Fax	2	40,00	80
Equipo de audiovisuales	1	80,00	80
		400,00	0
Equipo de Computo			820
Computadora	1	700,00	700
Impresora	2	60,00	120
			0
Total Activos Fijos - Inversión Fija			1.565

Activos Diferidos - Gastos de Constitución			Total
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012
Investigación	1	590,00	590
Diseños	1	70,00	70
			0
Total Activos Diferidos - Gastos de Constitución			660

Costos de Producción			Total	Proyección Costos de Producción				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Materia Prima			207.900	228.091	239.057	250.023	260.989	271.955
Llantas radiales	1.188	175,00	207.900	228091	239057	250023	260989	271955
Costos Indirectos de Fabricación:			164	171	179	187	195	204
Agua	4	4,00	16	17	17	18	19	20
Energía	4	7,00	28	29	31	32	33	35
Suministros	4	30,00	120	125	131	137	143	149
Total Costo de Producción			208.064	228.262	239.236	250.210	261.184	272.158

Gastos Administrativos			Total	Proyección Gastos Administrativos				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Sueldos	1	17.307	17.307	20.325	22.430	24.753	27.317	30.146
Servicios Básicos	12	250,00	3.000	3133	3272	3417	3569	3727
Suministros de Oficina	12	100,00	1.200	1253	1309	1367	1428	1491
Suministros de Limpieza	12	50,00	600	627	654	683	714	745
Arriendo	12	700,00	8.400	8773	9162	9569	9993	10437
Depreciaciones			0	348	348	348	360	360
Amortizaciones			0	132	132	132	132	132
Total Gastos Administrativos			30.507	34.590	37307	40269	43512	47038

Gastos (ventas)			Total	Proyección Gastos de Importaciones (Ventas)				
Concepto	Cantidad	Valor Un.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Unitarización	4	305,00	1.220	1.274	1.331	1.390	1.451	1.516
Manipuleo en el local de exportador	4	0,00	0	0	0	0	0	0
Documentación	4	102,00	408	426	465	529	630	783
Transporte interno	4	0,00	0	0	0	0	0	0
Manipuleo de embarque	4	170,00	680	710	742	775	809	845
Agentes	4	20,00	80	84	91	104	123	153
Costos bancarios	4	1.198,	4.796	5.283	5.557	5.837	6.123	6.414

		96						
Capital e inventario - país de origen	4	42,20	169	186	196	205	216	226
Flete internacional	4	1.000,00	4.000	4.177	4.363	4.556	4.759	4.970
Seguro internacional	4	1.874,43	7.498	8.250	8.679	9.116	9.564	10.023
Capital e inventario	4	20,25	81	89	94	98	103	108
Almacenamiento	4	86,00	344	363	383	404	426	450
Manipuleo de desembarque	4	160,00	640	668	698	729	761	795
Documentación	4	51,00	204	215	227	240	253	267
Agentes	4	280,00	1.120	1.170	1.276	1.453	1.729	2.148
Transporte interno	4	800,00	3.200	3.342	3.490	3.645	3.807	3.976
Aduaneros	4	34.756,80	139.027	147.592	154.825	162.103	169.496	176.853
Capital	4	360,00	1.440	132	139	146	153	161
Total Gastos de Importación (Ventas)			164.906	173.961	182.554	191.331	200.404	209.687

Inversión Inicial	
Concepto	Valor
Inversión Fija	1.565
Capital de Operación	134.493
Gastos de Constitución	660
Total Inversión Inicial	136.718

Capital de Operación	
Concepto	Valor
Costos de Compra	208.064
Gastos Administrativos	30.507
Gastos de Importación	164.906
Total Costo Anual	403.478
Total Costo Diario	1.121
Ciclo de caja	120
Capital de Operación	134.493

Detalle	Valor	Vida Útil	% Deprec
Edificios – Infraestructura	0	20	5%
Maquinaria y Equipo	0	10	10%
Muebles y Enseres	745	10	10%
Equipo de Computo	820	3	33%
Activos Diferidos	660	5	20%

Balance General - Con Financiamiento			
Activos Corrientes		Pasivos Corto Plazo	
Bancos	134.493	Deudas <1 Año	0
Total Activos Corrientes	134.493	Total Pasivos Corto Plazo	0
Activos Fijos		Pasivos Largo Plazo	
Edificios – Infraestructura	0	Préstamos Bancarios	54.687
Maquinaria y Equipo	0	Total Pasivos Largo Plazo	54.687
Muebles y Enseres	745		
Equipo de Computo	820	Total Pasivos	54.687
Total Activos Fijos	1.565		
Activos Diferidos		Patrimonio	
Gastos de Constitución	660	Capital Social	82.031
Total Activos Diferidos	660	Total Patrimonio	82.031
Total Activos	136.718	Total Pasivo + Patrimonio	136.718

Amortización de la Deuda	
Monto	54.687
Tasa Anual	11,80%
Tasa Mensual	0,0098
Plazo	36
Cuota	1811,17

Depreciación de Muebles y Enseres			
Año	Valor Depreciado	% de Depreciación	Valor Residual
0			745
1	75	0,10	671
2	75	0,10	596
3	75	0,10	522
4	75	0,10	447
5	75	0,10	373
6	75	0,10	298
7	75	0,10	224
8	75	0,10	149
9	75	0,10	75
10	75	0,10	0

7.1. ARTÍCULO CIENTÍFICO

“La estrategia comercial de venta de la compañía comercial GUAPO’S CIALTDA ante importación de llantas desde Lima Perú”



Egresada en Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional por la Universidad Politécnica Estatal del Carchi. Seminario Foro Binacional de Desarrollo, Integración Fronteriza y Transporte por el Instituto de Altos Estudios para la Integración y el Desarrollo Legislativo. IV Encuentro Binacional de Integración Fronteriza Colombo Ecuatoriana por

Liliana Silvana Bastidas Benavides

Escuela de Comercio Exterior y Negociación Comercial Internacional
Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC)
Nuevo Campus, Av. Universitaria y Antisana
Tulcán-Ecuador

RESUMEN

La investigación desarrollada tiene como principal objetivo, determinar la factibilidad de implementar una estrategia comercial de venta de la compañía comercial GUAPO’S ante la importación de llantas desde Lima Perú, con la finalidad que la empresa obtenga mayor rentabilidad económica y le permita incursionar en nuevos mercados.

Esto se debe al crecimiento notable del parque automotor, como lo indican las estadísticas Ecuador en cifras, de todos los vehículos matriculados en la provincia del Carchi, como también de asociación de empresas automotrices del Ecuador en donde menciona que existe un incremento de 5,84% en relación de los años 2011 al 2012.

En la actualidad la compañía GUAPO´S brinda sus servicios tanto en la provincial del Carchi como la de Imbabura, su principal matriz se encuentra ubicada estratégicamente en la ciudad de Tulcán frontera con Ipiales lo cual le ha favorecido notable mente en las ventas. Además por medio de este estudio se pretende que la empresa acoja nuevas estrategias de comercialización.

Para poner en funcionamiento el nuevo mecanismo de compra directa se requiere un capital inicial de 136.718 dólares de los cuales se buscará financiar un 40%, con esto permitirá que la empresa pueda realizar sus compras trimestralmente. Mediante el análisis financiero se determina que el proyecto que fue investigado es factible, por contar con un TIR favorable de 24,81% y además cuenta con un VAN 103856

ABSTRACT.

The research carried out has as main objective to determine the feasibility of implementing a business strategy of commercial GUAPO´S trading company to import tires from Lima Peru, in order that the company obtain greater economic returns and allow you to enter new markets.

This is due to the remarkable growth of the fleet, as indicated in figures Ecuador statistics of all vehicles registered in the province of Carchi, as well as association of automotive companies Ecuador which mentions that there is an increase of 5.84 % over the years 2011 to 2012.

Today the company offers its commercial GUAPO´S both the provincial Carchi like Imbabura, its main headquarters is strategically located in the city of Tulcán Ipiales border which has favored remarkable minds in sales. Also by this study is intended that the company welcome new marketing strategies.

To operate the new direct procurement mechanism requires an initial capital of \$ 136,718 of which will seek finance 40%, with this enable the company to make purchases quarterly. The financial analysis is determined that the project that was investigated is feasible, by having a positive IRR of 24.81% and also has a 103856 VAN

1. Introducción.

EL PROBLEMA.

En Ecuador existen empresas que se dedican a la comercialización de llantas entre estas se encuentra, la Compañía comercial GUAPO´S CIA. LTDA. La cual se creó hace quince años en la ciudad de San Gabriel, como un negocio familiar, con el paso de los años la empresa ingreso a una nueva plaza de mercado que es la ciudad de Tulcán.

La empresa se dedica exclusivamente a la comercialización de neumáticos y accesorios para vehículos, esto es un limitante por lo que no puede fácilmente comercializar sus productos, ya que la mercancía que adquiere la realiza a través de intermediarios y esto no permite competir en el mercado.

Por parte del gobierno ha existido una ayuda a las cooperativas y compañías que se dedican al transporte de pasajeros y de carga pesada, así lo informa el Consejo de Comercio Exterior (COMEX) (2010) “aprobó el incremento de cupos para la importación de llantas a cero arancel” (párr. 7).

Desde su constitución comercial GUAPO´S CIA. LTDA. No ha realizado estudios de mercado por dos factores importantes primero por no querer invertir capital, y segundo por no tener el personal capacitado, lo cual le ha llevado a incursionar nuevos mercados sin antes analizarlos y esto le ha causado una desorganización en la comercialización.

2. Materiales y Métodos.

En el estudio se aplicaron las siguientes investigaciones:

El método que se aplicará en la investigación es de campo ya que se requiere acudir al lugar de los hechos como es la compañía comercial GUAPO´S CIA LTDA, en donde se realizó la recopilación de información, además para determinar la oferta y demanda se necesita estudiar el mercado por tal motivo se aplicará encuestas. Como también se utilizó la investigación bibliográfica para recabar opiniones de diferentes autores que aporten a este trabajo de investigación.

Además se empleó el método de investigación descriptiva porque requiere describir la situación que se encuentre la empresa, igualmente ayuda a detallar los posibles problemas que tiene la compañía en la cadena de distribución. Como también se usó la investigación aplicada porque se aprovechó los conocimientos adquiridos en la vida universitaria. Con estos conocimientos se pretende resolver el problema de investigación, y comprobar cada uno de los objetivos antes planteados.

La modalidad de la investigación a ser utilizada es cuantitativa porque permite interpretar y examinar los datos recopilados de manera numérica. Para determinar todos estos aspectos se necesita toda la información financiera posible y estadística, la cual se recopiló por medio de encuestas y entrevistas, como también los balances y estados de resultados de la empresa comercial GUAPO'S CIA LTDA.

Además se aprovechó la investigación Cualitativa la cual permite determinar las características y conductas humanas de los investigados, por lo que nos ayudará a investigar y conocer sobre el comportamiento de los clientes de la compañía sujeto de estudio, como también nos permitirá conocer a los competidores y ofertantes.

3. Población objeto de estudio.

La recolección de la información primaria se utiliza el método aleatorio estratificado, que consiste en tomar los datos a sujetos en igualdad de condiciones: edad, género, usos o consumo del servicio, para tabular y luego formular conclusiones. Para este problema de investigación la población es tomada según la base de datos del INEC todos los vehículos matriculados en la provincia del Carchi.

Cálculo del tamaño de la muestra

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q \cdot N}{N \cdot E^2 + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z= Nivel de confianza

P= Probabilidad de ocurrencia.

q= Probabilidad de no ocurrencia

N= Población

E= Error de muestreo

Por medio de la aplicación de la formula se determina que se aplicarán 400 encuestas en la provincia del Carchi a todas las personas que tengan vehículos.

4. Resultados y discusión.

Además se realizó una entrevista importante, a una empresa productora de llantas en Perú. La empresa Lima Caucho S. A se dedica a la producción y comercialización de llantas tanto para autos, camionetas o Jeep y Camiones o bus., actualmente cuenta con una producción de neumáticos tanto radiales como convencionales. La frecuencia que la empresa produce es mensualmente esto se debe a que existen varios pedidos de consumidores a nivel internacional, al ser la producción mensualmente la cantidad es de 60000 llantas y anualmente estaría produciendo 720000.

ANÁLISIS DE LA OFERTA EN ECUADOR.

En la provincia del Carchi existen varias empresas que se dedican a la comercialización de llantas, y cuentan con una gran variedad de neumáticos para ofertar. Es la siguiente tabla se detalla las empresa y las cantidades que compran por cada mes, en donde se establece que la empresa con mayor volumen de compra es la compañía comercial GUAPO´S.

Esta información se la obtuvo mediante las compras que realizan a los respectivos proveedores durante un periodo determinado.

La empresa cuenta ventajas que le permiten permanecer en el mercado, pero el constante crecimiento de la competencia obliga, a que la compañía busque una nueva estrategia que permita seguir liderando y además pueda ingresar a nuevas plazas

EMPRESA	CADA MES	TOTAL AÑO
TECNICENTRO ROMO	113	1360
COMERCIAL GUERRON	33	400
COMERCIAL GABRIEL SEGARRA	67	800
MUNDILLANTA	210	2520
AUTOLLANTAS JR	235	2824
SURTILLANTAS	142	1700
GLOBAL LLANTAS	63	750
COMERCIAL GUAPO'S	247	2964
TOTALES	1110	13318

Demanda insatisfecha= (demanda doméstica-oferta doméstica) Carchi

Demanda insatisfecha= (20313-13318) Carchi

Demanda insatisfecha= 6995 anual Carchi

Para determinar la demanda importable se requiere discriminar los factores más relevantes en el mercado doméstico que se determina por medio de las encuestas aplicadas.

Porcentaje	Detalle
39%	Mayor consumo llantas de camión
68%	Realizan compras en comercial GUAPO'S
65%	Prefieren llantas Peruanas
17,23%	Total

Demanda importable = demanda insatisfecha * % (el total de los factores relevantes de la muestra)

Demanda importable = 6995 * (17,23%)

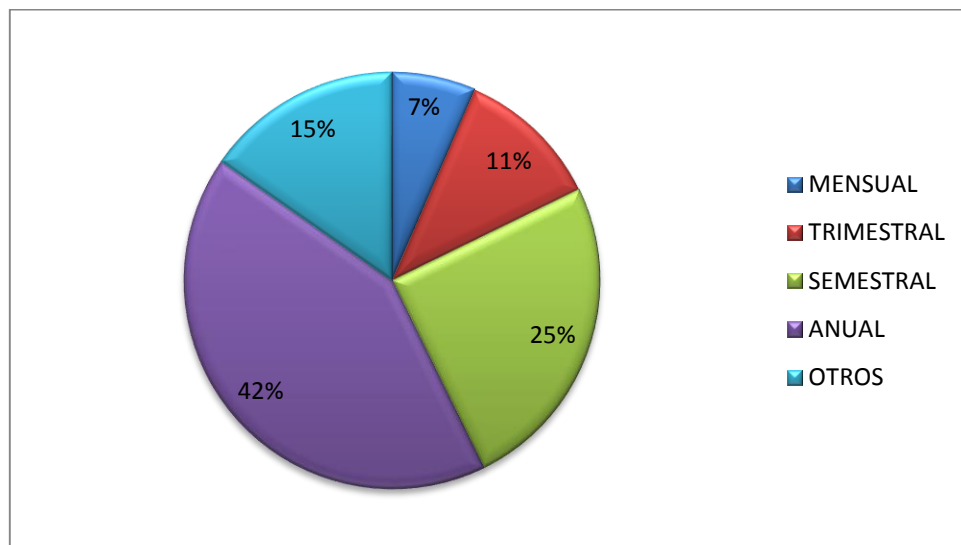
Demanda importable = 1205 llantas a importar durante un año.

DEMANDA DE LLANTAS:

Las llantas son productos irremplazables y no existe otro producto sustituto, por lo que es una obligación su cambio, este es el motivo que provoca la alta demanda de llantas y además es un bien que requiere todo estrato social.

La demanda de llantas en la provincia del Carchi es elevada como lo indica (AEADE) que existe un crecimiento del parque automotor en Ecuador 5,84% en relación de los años 2011 al 2012, además se lo afirma mediante las fuentes primarias, que existe una demanda insatisfecha la cual debe ser bien aprovechada por parte de la compañía.

Frecuencia de consumo de llantas

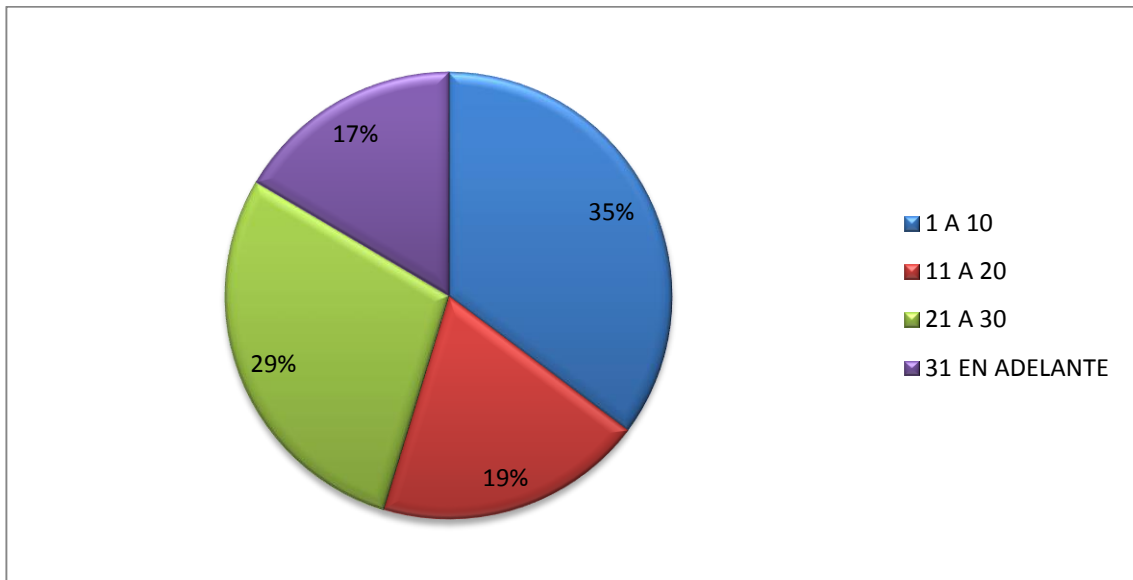


La frecuencia de mayor consumo de neumáticos por los encuestados, es anual con 42% seguido con 25% semestralmente, como también se encuentra otros, se señala que algunos encuestados realizan compras a los 3 a 4 años dependiendo de la vida útil de la llanta y el uso. Además encontramos trimestral con 11.30% y por último mensual 6.50% en este segmento se

encuentran personas que tienen más de un vehículo que les obliga a cambiar frecuentemente.

Permite determinar la frecuencia de compra que debe hacer Comercial GUAPO´S, se puede decir que la empresa debe hacer compras semestrales para tener un inventario disponible.

Cantidad de llantas que adquiere en un año



Se indica que la cantidad de mayor consumo por parte de los encuestados, es anual de 1 a 10 llantas con un 35%, encontramos a continuación el consumo de 21 a 30 llantas con un 29%, seguido con un 19% que representa el consumo de 11 a 20 llantas finalmente se hallan los que consumen de 31 llantas en adelante con un 17%.

El consumo de llantas es frecuente y elevado, existen sectores que consumen en grandes cantidades como otros grupos consumen en cantidades mínimas.

Compraría llantas Peruanas



Si existe aceptación para adquirir llantas Peruanas, siempre y cuando cumpla con los requerimientos de los consumidores, el principal aspecto es que sea de calidad y precios bajos.

BIBLIOGRAFÍA.

1. *Código Organico de la Producción, Comercio e Inversiones.* (2010). Montecristi, Manta.
2. *Banco Central del Ecuador (2013), Publicaciones de Banca Central en: <http://www.bce.fin.ec/frame> (16/04/2013)*
3. *Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) (2013), Ecuador en |cifras en: <http://www.ecuadorencifras.com/cifras> (16/04/2013)*
4. *América Economía (Abril, 2011) Negocios & Industrias en <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias>.*