



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ESCUELA INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO
EXTERIOR
CARRERA DE INGENIERÍA DE COMERCIO EXTERIOR

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR

TEMA:

PROYECTO DE IMPORTACIÓN DE EQUIPOS DE CONTROL AUTOMATIZADO (MEGASQUIRT, UNIDAD DE CONTROL DE MOTOR UNIVERSAL) POR LA EMPRESA INJECTION POWER DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, DESDE LA EMPRESA DIYAUTO TUNE, ESTADO DE GEORGIA DE LOS ESTADOS UNIDOS, PERÍODO 2015-2016.

AUTORA:

MAGALI CRISTINA CHAVEZ BRITO

Riobamba – Ecuador
2015

CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL

Certificamos que el presente trabajo de investigación previo a la obtención del título de INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, ha sido desarrollado por la Srta. MAGALI CRISTINA CHAVEZ BRITO ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán
DIRECTOR

Ing. Diego Patricio Vallejo Sánchez
MIEMBRO

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Yo, Magali Cristina Chávez Brito, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autor, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 14 de diciembre del 2015.

MAGALI CRISTINA CHAVEZ BRITO

0605538537

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios por ser el inspirador para cada uno de mis pasos dados en mi convivir diario; a mis padres por ser los guías en el sendero de cada acto que realizo hoy, mañana y siempre; a mi hermana, por ser el incentivo para seguir adelante con este objetivo, y a todas las personas que me han ayudado en el desarrollo de mi vida.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a todos aquellos que han puesto su granito de arena para que mi persona pueda llegar hasta aquí, pero empezare nombrando a la fuerza más consistente en mi camino Dios, siguiendo por aquel ejemplo de vida, lucha, amor y todo lo sublime del mundo mis Padres Wilson y Juanita, infinitas gracias por toda una vida a mi lado brindándome sabiduría, cariño, responsabilidad y amor eterno, a mi guía, ella que sabe cómo y cuándo decir las cosas que en todo momento y en todo lugar a estado y estará conmigo mi hermana Adry , personas que han hecho de mi un buen ser humano.

Al Ing. Norberto Morales Director de tesis por su valioso apoyo, orientación, confianza y dedicación para la culminación de este trabajo.

Cristina

INDICE DE CONTENIDO

Portada	i
Certificación del Tribunal	ii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimiento.....	v
Indice de Contenido	vi
Indice de Tablas	x
Indice de Gráficos	xi
Resumen Ejecutivo	xii
Summary.....	xii
Introducción	1
CAPÍTULO I: EL PROBLEMA.....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	2
1.1.2 Delimitación del Problema	3
1.2 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA.....	3
1.3 OBJETIVOS	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivos Especificos	5
1.4 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER	5
1.4.1 Idea d Defender.....	5
1.5 VARIABLES DE ESTUDIO.....	5
CAPITULO II: MARCO TEORICO	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	6
2.1.1 Poster con su teoría del Desfase Tecnológico	6
2.1.2 Teoría Ventaja Competitiva.....	7
2.1.3 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.....	8
2.1.4 Ley de Comercio Exterior e Inversiones.....	8
2.1.5 Ley Orgánica de Aduanas	9
2.1.6 SECTOR AUTOMOTRIZ.....	10
2.1.7 Principales países importadores del Mundo en el sector automotriz.....	11
2.1.8 Principales países exportadores del mundo en el Sector Automotriz.....	12
2.1.9 PLAN DEL BUEN VIVIR:	13

2.1.10 Megasquirt	14
2.2 MARCO CONCEPTUAL.....	15
2.2.1 Acuerdos comercial	16
2.2.2 Administración.....	16
2.2.3 Aduana	16
2.2.4 Arancel.....	16
2.2.5 Comercialización	16
2.2.6 Comercio exterior	17
2.2.7 Comercio Internacional.....	17
2.2.8 Competitividad.....	17
2.2.9 Control Automatizado.....	17
2.2.10 Demanda	17
2.2.11 Economía	18
2.2.12 Empresa	18
2.2.13 Evaluación	18
2.2.14 Globalización	18
2.2.15 Importación.....	18
2.2.16 Incoterms	18
2.2.17 Inversión	19
2.2.18 megasquirt.....	19
2.2.19 Mercado	19
2.2.20 Negocio.....	20
2.2.21 Oferta.....	20
2.2.22 PIB.....	20
2.2.23 Presupuesto	20
2.2.24 Proyecto	20
2.2.25 Producto	21
2.2.26 Proyecto de Importación.....	21
2.3 LA EMPRESA.....	21
2.3.1 Reseña Histórica	21
2.3.2 Misión.....	22
2.3.3 Visión.....	22
2.3.4 Valores	22

2.3.5 Organigrama Estructural	23
2.3.6 Organigrama Funcional	23
2.4 TIPOS DE INVESTIGACIÓN	24
2.4.1 Investigación Bibliográfica-Documental	24
2.4.2 Investigación Descriptiva	24
2.4.3 Investigación Explorativa	24
2.5 MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN	24
2.5.1 Método Inductivo.....	24
2.5.2 Método deductivo	25
2.6 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN	25
2.6.1 Cualitativos	25
2.6.2 Cuantitativos	25
2.7 FUENTES DE INFORMACIÓN	25
2.7.1 Primarias	25
Entrevista.....	26
Cuestionario	26
Población.....	26
2.7.2 Secundarias	27
CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO	28
3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	39
3.2 MERCADO OBJETIVO	39
3.2.1 Mercado	39
3.2.2 Poblacion	39
3.3 SEGMENTACION DE MERCADO.....	40
AÑO.....	53
AÑO.....	54
AÑO.....	55
4.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO.....	56
4.2.1 Factores de Viabilidad	58
4.2.2 Factores de Optimización	59
4.3 Localización del Proyecto.....	59
CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO	76
5.1 INVERSIONES REQUERIDAS	76
5.1.2 Inversiones intangibles	77

5.2 COSTO DE VENTAS	77
5.2.1 Gasto de administración.....	77
5.2.2 Gastos de venta – importación (mensual).....	78
5.2.3 Total de inversión	79
5.2.4 Costos y gastos anuales.....	80
5.2.3 Cálculo de los ingresos.	81
5.3 ESTADOS FINANCIEROS	83
5.4 EVALUACIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO	85
5.4.1 Valor actual neto	85
5.4.2 Tasa interna de retorno	86
5.4.3 Relación beneficio-costo.....	87
5.4.4 Punto de equilibrio.....	88
5.4.5 Periodo de recuperación de la inversión	88
5.4.6 Resumen de indicadores	90
CONCLUSIONES	91
RECOMENDACIONES.....	92
BIBLIOGRAFIA	93
LINKOGRAFIA	94
ANEXOS	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 1: Modelo Certificado de Origen	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 2: Modelo Declaración Aduanera	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 3: Megasquirt	¡Error! Marcador no definido.
Anexo 4: Logotipo	¡Error! Marcador no definido.

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N. 1: Variables	5
Tabla N. 2: Teoría Ventaja Competitiva.....	7
Tabla N. 3: Principales países importadores del Mundo en el sector automotriz.....	12
Tabla N. 4: Principales países exportadores del Mundo en el sector automotriz	12
Tabla N. 5: Segmentación del Mercado.....	40
Tabla N. 6: GENERO	42
Tabla N. 7: EDAD	43
Tabla N. 8: Pregunta 1	44
Tabla N. 9: Pregunta 2	45
Tabla N. 10: Pregunta 3	46
Tabla N. 11: Pregunta 4	47
Tabla N. 12: Pregunta 5	48
Tabla N. 13: Pregunta 6	49
Tabla N. 14: Tipos de Megasquirt	51
Tabla N. 15: Concesionarios.....	52
Tabla N. 16: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA.....	53
Tabla N. 17: PROYECCIÓN DE LA OFERTA.....	54
Tabla N. 18: DEMANDA INSATISFECHA	55
Tabla N. 19: INFRAESTRUCTURA INJECTION POWER.....	60
Tabla N. 20: Mercancía a importar	75
Tabla N. 21: Inversiones fijas	76
Tabla N. 22: Inversiones intangibles	77
Tabla N. 23: Costo de ventas (mensual).....	77
Tabla N. 24: Gastos administrativos (mensual).....	78
Tabla N. 25: Gastos de venta – Importación (mensual)	78
Tabla N. 26: Operario	79
Tabla N. 27: Total de inversión	79
Tabla N. 28: Matriz de costos y gastos (anual).....	80
Tabla N. 29: Precio unitario de venta	81
Tabla N. 30: Ingresos proyectados	82
Tabla N. 31: Estado de resultados	83

Tabla N. 32: Flujo de caja.....	84
Tabla N. 33: Valor actual neto Cooperativa	85
Tabla N. 36: Período de recuperación de la inversión	89
Tabla N. 37: Resumen de indicadores	90

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico N. 1: Incoterms 2010	19
Grafico N. 2: Logo tipo.....	21
Grafico N. 3: Organigrama Estructural.....	23
Grafico N. 4: Mercado estadounidense.....	28
Grafico N. 5: Mercado ecuatoriano	34
Grafico N. 6: Megasquirt	50
Grafico N. 7: Comercialización de megasquirt	57
Grafico N. 8: Macrolocalización Empresa Injection Power	59
Grafico N. 9: Estructura fisica de injection power	61
Grafico N. 10: Flujograma del Proceso de Importación.....	63

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo general del presente trabajo de titulación es desarrollar un proyecto de importación de equipos de control automatizado (MegaSquirt, unidad de control de motor universal) por la Empresa Injection Power de la ciudad de Riobamba, desde la empresa DIYAuto Tune, estado de Georgia de los Estados Unidos, con el objetivo del crecimiento de la empresa a nivel nacional. La determinación del producto a importar se basa en la demanda que existe en el mercado riobambeño y el incremento del sector automotor, el cual ha mejorado y ha crecido sustancialmente. Debido a este crecimiento se ha visto la necesidad de desarrollar un proyecto de importación que ayude a este sector. Se realizó un estudio de mercado para conocer la demanda del producto en el mercado riobambeño en base a datos estadísticos obtenidos, se puede determinar que es factible la importación de MegaSquirt y la demanda que existe. Con los aspectos mencionados se procedió diseñar un proyecto de importación de una MegaSquart (Unidad de control de motor universal) en el cual se toma a consideración los aspectos como: producto, transporte, documentación, Incoterms, formas de pago. Se realizó el análisis financiero de la inversión para la ejecución del presente proyecto en el cual se obtuvo los siguientes resultados el VAN 1 \$23,328.69, VAN2 \$15,567.18, el TIR 34%, Beneficio Costo 1,25, periodo de recuperación será 3 años 8 meses demostrando que será factible y en un periodo menor a lo esperado. Finalmente se presentara las conclusiones del proyecto, donde se determinara la viabilidad del proyecto y las recomendaciones para un mejor desarrollo de la empresa.

Ing. Norberto Hernán Morales Merchán

DIRECTOR

SUMMARY

The primary objective of this thesis is to develop a project to import of automated control equipment (Megasquirt, universal motor control unit) for Injection Power Company of Riobamba from the Company DY Auto TUNE, State of Georgia in the UNITED states, with the objective of business growth nationwide. The determination of the product to be imported is based on the demand in the market of Riobamba and the increase in the automotive sector, which has improved and grown substantially. Because of this growth we considered necessary to develop an import project to help this sector. A market study was conducted to meet demand for the product on the market of Riobamba. Based on statistical data obtained, it is determined that the import by MegaSquirt is feasible because of the existing demand. Taking into account these aspects we proceeded to design an import project of a MegaSquirt (universal motor control unit) in which are considered the following aspects such: product transportation, documentation, Incoterms and payment. A financial analysis of the investment was developed for the implementation of this project in which the following results were obtained: VAN 1 \$ 23,328.69, VAN 2 \$ 15,567.18, TIR 34%, and Cost Benefit 1.25. The recovery period will be of 3 years and 8 months proofing this way its feasibility and in less time than expected. Finally the conclusions of the project are presented, where the viability of the project and recommendations are determined for better development of the company.

INTRODUCCIÓN

INJECTION POWER, es una empresa constituida hace más de cinco años dedicada a la reparación de vehículos automotores, venta al por mayor y menor de accesorios, partes y piezas de vehículos dentro de Riobamba. Actualmente quiere implementar la comercialización de un equipo de control automatizado MegaSquirt es por eso que se crea este proyecto de investigación.

El presente proyecto está enfocado al mercado riobambeño, ciudad donde se encuentra ubicada la empresa, a través de la investigación se determinara la viabilidad que tendrá este proyecto de importación es por eso que se procedió a analizar bibliográficamente las importaciones, adicional el análisis de estudio de mercado de nuestro producto ya que esto servirá de guía y para determinar el mercado potencial para INJECTION POWER.

En el desarrollo del proyecto se analizara el potencial actual y futuro del equipo de control automatizado, se identificara si existe una demanda insatisfecha, determinar el precio factible para el producto dentro del mercado e indagar los canales de distribución en el mercado con el objetivo de llegar al consumidor final con un producto de calidad y características que exige el mercado, al igual que la importación de en todas sus etapas.

Finalmente con el análisis del VAN y TIR se determinara si el proyecto de importación de equipos de control automatizados es factible o no para la empresa.

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente dentro del mercado Riobambeño existen varias empresas que ofrecen sus productos con sistemas automatizados, estas generalmente presentan fallas técnicas y es ahí entonces donde surge la necesidad del cliente de adquirir productos garantizados, a buen precio y con un servicio que genere valor a largo plazo.

Con la importación de equipos de control automatizados se quiere aprovechar el segmento de mercado que se tiene disponible para todo tipo de vehículos ya sean estos nuevos, usados y rodados sin importar la marca o el modelo.

Debido al incremento en el uso de vehículos, muchos de los inconvenientes con los cuales se encuentra el cliente en el momento de adquirir equipos con sistemas automatizados, es que no existe en el mercado de acuerdo a la marca o modelo de su automotor, el costo del mismo es elevado o simplemente la calidad no llena sus expectativas, trayendo a futuro segundas reparaciones y gastos para el dueño del vehículo, además del servicio que recibe del personal que se dedica a esta tarea es deficiente y poco profesional porque muchos de los mismos no están capacitados o no tienen conocimientos técnicos actualizados, es ahí entonces donde se ve la oportunidad de crear una empresa importadora de equipos con sistemas automatizados.

1.1.1 Formulación del Problema

¿Cómo el proyecto de importación de equipos de control automatizado (MegaSquirt, unidad de control de motor universal) ayuda al crecimiento de la Empresa Injection Power de la ciudad de Riobamba, desde la empresa DIYAuto Tune, estado de Georgia de los Estados Unidos en el periodo 2015-2016?

1.1.2 Delimitación del Problema

Proyecto de importación de equipos de control automatizado (MegaSquirt, unidad de control de motor universal) se desarrollara en los siguientes parámetros:

Objeto de estudio: “INJECTION POWER”

Campo de Acción: Proyecto de importación.

Delimitación Espacial: El Proyecto de importación para la Empresa “INJECTION POWER” de la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, desde la empresa DIYAuto Tune, estado de Georgia de los Estados Unidos.

Delimitación Temporal: El Proyecto de importación para la Empresa “INJECTION POWER” de la Ciudad de Riobamba, Provincia de Chimborazo, desde la empresa DIYAuto Tune, estado de Georgia de los Estados Unidos.se realizara en el periodo 2015-2016.”.

1.2 JUSTIFICACION DEL PROBLEMA

En la actualidad existe un constante cambio sobre todo en el ámbito de los negocios, la innovación y tecnología. Esto ha permitido mejorar el estilo de vida de las personas y a que tengan una perspectiva amplia del mercado. Además, las personas hoy en día, sienten la necesidad de utilizar el tiempo de manera eficaz, buscando mejora en los procesos, y a su vez calidad en los mismos.

En el área de equipos automatizados encontramos que hay una oportunidad de inversión que es atractivo, de ahí surge la necesidad de desarrollar un proyecto de importación adecuado para la empresa Injection Power de equipos automatizados en la ciudad de Riobamba, ya que según las estadísticas que se manejan a nivel de la ciudad el parque automotor ha incrementado considerablemente en los últimos años.

Con el desarrollo de este proyecto de importación se pretende cubrir las expectativas y necesidades de los clientes del parque automotor en el menor tiempo posible y a un

bajo costo mediante un equipo automatizado estándar, el cual se podrá implementar en cualquier tipo de vehículo sin importar su marca o modelo.

Adicionalmente es necesario conocer las necesidades específicas que se desea cubrir en el mercado objetivo, ofreciendo un equipo que cumpla altos estándares de calidad a precios competitivos con el mercado actual.

De acuerdo a una observación propia de manera rápida, se pudo valorar que en este sector existe una gran demanda de equipos de control automatizados y poca oferta, y al momento no existen importadores lo cual hace que sea factible introducirnos en el mercado.

También se observa que existen talleres automotrices, los cuales van a ser nuestros posibles clientes potenciales para el presente proyecto de importación; analizando este caso se pudo apreciar que los actuales distribuidores de equipos de control en general no cumplen a cabalidad con los pedidos, lo cual ocasiona inconformidades y pérdida de tiempo para el cliente.

La importancia del sector automotor en el desarrollo del país es reconocida por una enorme contribución a la economía del país en aranceles, impuestos y generación de empleo.

Con todos los puntos anteriormente indicados se ejecutará una justificación práctica, ya que se va a proceder a realizar el estudio de mercado, importación y comercialización del equipo estándar de control automatizado para que exista un buen desempeño y así generar beneficios para la empresa.

De esta manera daremos un aporte significativo para el desarrollo y progreso de las empresas existentes en la ciudad, provincia y porque no decirlo en el Ecuador; ya que el trabajo obedece a principios de mejoramiento económico de los emprendimientos y al mismo tiempo científicos.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 OBJETIVO GENERAL:

Desarrollar un proyecto de importación de equipos de control automatizado (MegaSquirt, unidad de control de motor universal) por la Empresa Injection Power de la ciudad de Riobamba, desde la empresa DIYAuto Tune, estado de Georgia de los Estados Unidos.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- Diagnosticar bibliográficamente con relación a los proyectos de importación.
- Efectuar un estudio de mercado para determinar las principales necesidades del consumidor en cuanto a la importación de equipos automatizados para vehículos.
- Desarrollar el proyecto de importación en todas sus etapas.

1.4 HIPÓTESIS O IDEA A DEFENDER

1.4.1 IDEA A DEFENDER

Desarrollar un proyecto de importación de equipos de control automatizado (MegaSquirt, unidad de control de motor universal) por la Empresa Injection Power de la ciudad de Riobamba, desde la empresa DIYAuto Tune, estado de Georgia de los Estados Unidos.

1.5 VARIABLES DE ESTUDIO

Tabla N. 1: Variables

VARIABLE DEPENDIENTE	VARIABLE INDEPENDIENTE
Injection Power	Importación de equipos de control automatizado (MegaSquirt, unidad de control de motor universal).

CAPITULO II: MARCO TEORICO

2.1 ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Es importante analizar varios autores que tratan acerca de los proyectos de importación, comercio internacional y varios temas relacionados, ya que esto permite desarrollar de mejor manera nuestro proyecto de investigación.

El Comercio Internacional ha sido considerado uno de los factores que mayor crecimiento genera para las economías, ya que por vía de este intercambio de bienes y servicios, los países son capaces de adquirir del extranjero aquellos productos que le serían muy costosos producir internamente. El comercio es considerado una fuente de producción indirecta. Adicionalmente, el Comercio Internacional es una fuente de ingreso de tecnología a los países, ya sea por vía del ingreso de maquinarias y equipos o por el ingreso de conocimientos, que le permitirán a los países receptores mejorar sus técnicas de producción, lo que se reflejará en una mayor cantidad de productos con el uso de menos factores productivos y en una mejor calidad de los mismos. (Isabel, 2009)

Debemos destacar que el comercio internacional y la mayor parte de autores lo destacan como un factor predominante en el crecimiento económico de todos los países ya que de alguna manera generan ingresos para su desarrollo.

2.1.1 Poster con su teoría del Desfase Tecnológico expone que los bienes y los procesos productivos van cambiando con el pasar del tiempo y no tiene lugar simultáneamente en todos los países. Por ello, estas diferencias en el desarrollo tecnológico entre los países conceden ventajas comparativas en el comercio internacional. Los países que tienen una más alta capacidad de innovación tienen una ventaja frente al resto y exportarán dichos productos. (Czinkota, Teoria del Desfase Tecnologico, 2007)

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

la producción se extienda a otros países. (Czinkota, Teoría del Desface Tecnológico, 2007)

Se ha escogido esta teoría dado que el tema trata sobre equipos de control automatizado, y dado que la demanda interna en el ámbito automotriz es suficientemente grande para establecer transacciones de comercio internacional.

Debemos recalcar que nuestro producto a importar Mega Squirt es una innovación para obtener mejores resultados en la mecánica automotriz, sector cuyas regulaciones van avanzando con el pasar del tiempo. Por su parte, el proveedor de Mega Squirt tiene una ventaja tecnológica en este ámbito, obteniendo una buena oportunidad de mercado para la importación del mismo.

2.1.2 Teoría Ventaja Competitiva

Según Juan Bravo: una ventaja competitiva constituye una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa y que la coloca en una posición de preferencia a los ojos del mercado. (Bravo, 1997, págs. 17-18)

Tabla N. 2: Teoría Ventaja Competitiva

PREFERENCIA	La búsqueda de ventajas competitivas debe estar basada en provocar la preferencia de los consumidores, usuarios o clientes hacia la empresa y/o sus productos o servicios; se trata, pues, de «crear» nuevas armas para competir de forma más eficaz en los mercados que sean de interés para la empresa.
PERCEPCIÓN	No se trata de que exista una diferencia objetivamente cuantificada o medible, basta con que los clientes, consumidores o usuarios la perciban así; es decir, puede ser una diferencia real o imaginada.
ÚNICO	El factor diferencial debe ser percibido como propio de esa única empresa, producto o servicio; si uno o varios de los competidores lo tienen, deja de ser único y, en consecuencia, deja de constituir una ventaja competitiva.
DETERMINANTE	El factor diferencia) debe constituir un elemento que sea determinante en el proceso de decisión de compra de los clientes, consumidores o usuarios.

Fuente: (Bravo, 1997, pág. 18)

Elaborado por: La Autora

Juan Bravo en su obra titulada Ventaja Competitiva señala que una ventaja competitiva constituye una destreza o habilidad especial que logra desarrollar una empresa y que la coloca en una posición de preferencia a los ojos del mercado.

2.1.3 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador

El SENAЕ se encarga de impulsar el Buen Vivir de la Sociedad Ecuatoriana, a través de un control eficiente al Comercio Exterior que promueva una competencia justa en los sectores económicos; teniendo como base un Recurso Humano honesto y productivo, una tecnología adecuada y un enfoque a la mejora permanente de nuestros servicios.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es una empresa estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio, son parte activa del que hacer nacional e internacional, facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico. (SENAЕ, 2015)

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador está en constante innovación, y perfeccionamiento de los procesos, con el objetivo de brindar la mejor calidad en el servicio al usuario; por lo que la empresa INJECTION POWER que formara parte de esta institución para la realización de los trámites pertinentes en el proceso de importación.

2.1.4 Ley de Comercio Exterior e Inversiones – Consejo de Comercio Exterior e Inversiones

La Política Comercial del Ecuador está normada por la Ley de Comercio Exterior e Inversiones -LEXI- aprobada por el Congreso Nacional el 22 de mayo de 1997.

La LEXI creó el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones -COMEXI- conformado por 6 representantes del sector público y 5 representantes de las Cámaras de la Producción del país. La principal función del COMEXI es la determinar las políticas de comercio exterior de bienes, servicios y manufacturas considerando los compromisos internacionales asumidos por el país en materia comercial y en función del programa macroeconómico y de desarrollo de país.

Las áreas sobre las cuales tiene competencia el COMEXI son:

1. Política Arancelaria
2. Negociaciones internacionales.
3. Políticas para el desarrollo de los regímenes especiales
4. Medidas para contrarrestar el comercio desleal.
5. Definir las políticas tendientes a lograr mayor competitividad de la producción nacional.
6. Aprobar el plan de promoción de exportaciones.

2.1.5 Ley Orgánica de Aduanas

“La presente Ley regula las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero. Mercancías son los bienes corporales muebles de cualquier clase. En todo lo que no se halle expresamente previsto en esta Ley, se aplicarán las normas del Código Tributario y más leyes generales y especiales”.

La Ley Orgánica de Aduanas (LOA) instituye la normativa sobre los regímenes aduaneros especiales, además de establecer los regímenes particulares o de excepción, tanto para exportar como para importar mercancías; expide normas fundamentales sobre las mercancías y sus propietarios, obligaciones tributarias, exenciones, operaciones aduaneras, declaraciones aduaneras, regímenes aduaneros, cambios de régimen, garantías aduaneras, remate, venta directa y adjudicación gratuita, agentes de aduana, órganos de administración de la SENA, disposiciones finales y transitorias. (<http://www.aduana.gob.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2007.pdf>, 2007)

Mediante esta ley la empresa podrá brindar un producto de calidad y cumplir con todos los procedimientos para el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero; con la finalidad que el producto esté listo para su comercialización.

2.1.6 SECTOR AUTOMOTRIZ

En el Ecuador el sector automotriz empezó en la década de los años 50, cuando empresas del sector metalmecánico y del sector textil comenzaron la fabricación de carrocerías, asientos para buses, algunas partes y piezas metálicas.

Es ahí donde en 1956 se funda la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) con la finalidad de abarcar e integrar a los distribuidores o concesionarios de vehículos automotores, así como de los negocios complementarios de esta industria como llantas, accesorios, repuestos, talleres, entre otros. La misión principal es apoyar a todos los asociados brindando servicios de defensa gremial, asesoría legal y comercial, capacitación así como estadísticas del sector.

Se empieza a promover el ensamblado de vehículos esto teniendo una permanencia de por más de tres décadas, en el año 1973 , con un total de 144 unidades de un solo modelo, conocido en aquel entonces como el Andino, ensamblado por AYMESA hasta el año 1980. En la década de los años setenta, la producción de vehículos superó las 5,000 unidades. En el año 1988 con el Plan del Vehículo Popular la producción se incrementó en un 54.21%, pasando de 7,864 vehículos en 1987 a 12,127 vehículos en 1988. Cuatro años más tarde, se perfeccionó la Zona de Libre Comercio entre Colombia, Ecuador y Venezuela, abriendo las importaciones de vehículos con las marcas Chevrolet, Kia y Mazda que conforman la cadena productiva ecuatoriana de al menos 14 ramas de actividad económica.

El dinamismo del sector automotriz se ha incrementado últimamente y en especial durante los años posteriores a la dolarización cuando la opción de adquirir bienes duraderos fue una alternativa ante la desconfianza de la población en el sistema financiero existente antes existente.

De acuerdo a la información del Censo Nacional Económico 2010, existen 29.068 establecimientos económicos dedicados a actividades de comercio automotriz, de los cuales el 70% corresponden a establecimientos que realizan mantenimiento y reparación de vehículos automotores, mientras que el 30% restante se dedica a la venta de partes, piezas y accesorios de vehículos automotores; venta al por menor de combustibles y

venta de vehículos. Por otro lado, existen 118 establecimientos dedicados a prestar servicios de alquiler de vehículos en todo el país, lo que representa el 0,40% del número total de establecimientos contemplados dentro de las actividades del sector automotriz.

Las actividades relacionadas al sector automotriz generan un importante número de plazas de empleo. De acuerdo a información del Censo Económico 2010 se tienen 90.012 personas ocupadas, de las cuales el 83% son hombres y el 17% mujeres. En los establecimientos de Comercio se encuentran ocupadas 84.155 personas, en Manufactura 5.194 y en Servicios 663.41 (<http://www.ecuadorencifras.gob.ec/>, 2010)

El sector automotriz actualmente tiene un rol importante dentro de la economía del país, su desarrollo genera ingresos fiscales para el estado vía aranceles e impuestos y crea fuentes de empleo durante los procesos de producción y las actividades relacionadas al comercio del mismo.

En la actualidad, la contribución de la industria automotriz tiene un gran peso en el aparato económico nacional. Sólo en el caso de impuestos se estima que son de alrededor de USD 400 millones, además de su impacto en la generación de empleo en las diferentes partes de su cadena, desde el ensamble hasta la distribución y venta de repuestos o equipos. (http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_AUTOMOTRIZ1.pdf, 2013).

2.1.7 Principales países importadores del Mundo en el sector automotriz

En el 2012 los principales países Importadores del Mundo con un 50 % y en orden de importancia son los siguientes: Estados Unidos (19%), Alemania (7%), China (5%), Canadá (4%), Reino Unido (4%), Francia (3%), y Bélgica (3%). Y los países que mayor crecimiento promedio anual presentaron, durante el periodo 2008-2012 fueron China (23%), Australia (10%), y México (6%). (PROECUADOR, 2013)

Tabla N. 3: Principales países importadores del Mundo en el sector automotriz

PRINCIPALES PAÍSES IMPORTADORES DEL SECTOR AUTOMOTRIZ							
MILES USD FOB							
PAÍS	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 08-012	PART. 2012
Mundo	1,323,605,604	921,366,723	1,152,133,104	1,366,109,972	1,355,495,016	0.60%	
Estados Unidos de América	212,082,988	144,400,806	200,536,899	223,409,700	263,418,844	5.57%	19.43%
Alemania	100,146,021	79,419,172	83,762,043	106,958,710	98,862,196	-0.32%	7.29%
China	33,672,428	34,120,664	55,854,929	71,804,963	76,474,702	22.76%	5.64%
Canadá	63,017,320	46,743,349	62,272,089	68,663,635	75,438,107	4.60%	5.57%
Reino Unido	68,604,265	45,431,705	57,230,212	65,054,288	63,524,280	-1.90%	4.69%
Francia	76,014,567	57,942,358	60,962,274	70,383,540	60,538,149	-5.53%	4.47%
Bélgica	53,476,282	38,769,017	42,213,458	48,722,699	45,093,385	-4.17%	3.33%
México	29,148,752	20,581,254	27,552,905	32,074,655	36,327,786	5.66%	2.68%
Australia	24,920,152	18,264,081	26,354,827	29,193,805	35,782,248	9.47%	2.64%
Italia	56,949,558	44,989,438	44,690,210	48,470,642	35,029,816	-11.44%	2.58%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

2.1.8 Principales países exportadores del mundo en el Sector Automotriz

El listado de los principales países exportadores concerniente a vehículos, partes y accesorios está liderado por Alemania, que en el año 2012 logró una participación de 18%, seguido de Japón con una participación de 13% y con un menor porcentaje Estados Unidos con 10%.

Tabla N. 4: Principales países exportadores del Mundo en el sector automotriz

PRINCIPALES EXPORTADORES MUNDIALES DEL CAPÍTULO 87							
Miles USD							
Pais	2008	2009	2010	2011	2012	TCPA 2008 - 2012	Partic. 2012
Alemania	232,429,241	163,007,582	203,158,169	247,242,094	235,480,277	0%	18%
Japón	172,203,050	102,611,440	146,741,816	148,057,286	162,829,579	-1%	13%
Estados Unidos de América	111,457,202	73,601,862	98,996,743	119,714,335	132,926,223	5%	10%
México	42,821,615	33,755,793	51,739,276	62,900,750	70,272,844	13%	5%
República de Corea	48,333,860	36,531,126	53,445,487	67,096,998	70,155,234	10%	5%
Canadá	50,846,730	33,716,742	48,777,815	52,864,601	61,291,653	5%	5%
China	39,273,457	27,931,282	38,397,962	49,539,445	55,174,251	9%	4%
Reino Unido	43,704,682	28,480,927	37,218,871	46,216,293	47,533,882	2%	4%
Francia	61,855,048	42,970,948	47,343,559	53,445,937	46,932,813	-7%	4%
España	53,735,705	40,716,929	43,033,406	50,396,697	42,223,161	-6%	3%
Demás países	391,747,555	268,506,662	318,802,873	377,776,892	356,013,848	-2%	28%
Total	1,248,408,145	851,831,293	1,087,655,977	1,275,251,328	1,280,833,765	1%	100%

Fuente: Centro de Comercio Internacional, Trademap

Elaboración: Unidad de Inteligencia Comercial, PRO ECUADOR

Estados Unidos ha demostrado fomentar siempre la innovación y la tecnología, la ciencia y la industria. Sabemos claramente que un país con un alto índice de industrialización es un país rico. La mayoría de estos avances tecnológicos e industriales están relacionados con la mejoría de la eficiencia, pero a la vez, se fomenta la seguridad en todos los sectores industriales. (<http://www.mbctimes.com/espanol/tados-unidos-lider-mundial-en-ciencia-tecnologia-e-industria>, 2015)

En la actualidad, las empresas del sector automotriz en Ecuador, han liderado también la economía del país ya que de esta manera han brindado oportunidades a sus habitantes en todos los aspectos como ofreciendo empleos, innovación y al mismo tiempo satisfaciendo con las necesidades que pueden tener nuestros posibles clientes ya que la tecnología va cambiando aceleradamente.

2.1.9 PLAN DEL BUEN VIVIR:

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

Objetivo 6. Del Plan Nacional del Buen Vivir

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

Política 6.5.

Impulsar las actividades económicas que conserven empleos y fomenten la generación de nuevas plazas, así como la disminución progresiva del subempleo y desempleo. (http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir.pdf, http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/07/Plan_Nacional_para_el_Buen_Vivir.pdf, 2012)

Lineamientos 6.5. (b).

Adoptar políticas fiscales, tributarias y arancelarias que estimulen y protejan a los sectores de la economía social y solidaria, e industrias nacientes.

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

2.1.10 MegaSquirt

Podemos tomar que los comienzos de MegaSquirt fueron por 1995, en un proyecto llamado EFI332 en donde un grupo de entusiastas, se proponen hacer una inyección DIY (Do It Yourself, hágalo usted mismo), teniendo una página y una lista de correo para comunicarse.

Al principio constaba de 3 placas separadas (procesador, entradas/salidas de señales y conductores de inyectores).

A ese momento, aparecen dos muchachitos llamados Bruce Bowling y Al Grippo y deciden integrar esas 3 placas en 1, con tecnología de 4 capas, para esto ya corría el año 2000.

Si bien este sistema es muy poderoso y flexible, la cuestión es que para instalarlo y manejarlo había que ser un verdadero experto en electrónica, programación y muchos conocimientos de cómo funciona el motor y que es lo que requiere. Por lo que Bruce y Al entienden que había un gran grupo de gente que le interesaba el tema de la inyección del tipo DIY, pero sin tener que lidiar con tantas cosas, era hora de hacer algo más sencillo de entender. Bajo esta idea, nació la inyección MegaSquirt.

La filosofía era algo que se pueda instalar y adaptar a todos los vehículos sin tener que ser un verdadero experto. Adicionalmente el plan es de publicar los circuitos esquemáticos, códigos fuente, algoritmos, etc para que cualquiera pueda tomar a la inyección MegaSquirt como un proyecto educacional.

En enero de 2002, una nota en la revista Circuit Cellar bajo el nombre “Construyendo una inyección electrónica de combustible” Bruce y Al describían lo que sería la MegaSquirt-ITM . Naciendo solo como un control de combustible, principalmente para transformar en EFI a los vehículos carburados (y utilizar su encendido original).

En el 2005 aparece la MegaSquirt-II, para reemplazar el procesador utilizado en la versión anterior, contando con mas memoria, un procesador mucho más rápido e incluyendo otro tipo de controles para los motores de paso de marcha lenta y sistemas de encendido. (<http://www.clubtigraspain.com/foro/viewtopic.php?t=624>, 2011).

2.2 MARCO CONCEPTUAL

2.2.1 Acuerdos comerciales: Los acuerdos comerciales internacionales son tratados por los que un país se compromete a aplicar políticas menos proteccionistas frente a las exportaciones de otros países y, a cambio, los otros países también se comprometen a hacer lo mismo con las exportaciones de este país. (Krugman, 2008)

2.2.2 Administración: es el acto de administrar, gestionar o dirigir empresas, negocios u organizaciones, personas y recursos, con el fin de alcanzar los objetivos definidos. (<http://www.significados.com/administracion/>, 2013)

2.2.3 Aduana: Es aquel lugar establecido generalmente en las áreas fronterizas, puertos y ciudades importadoras/exportadoras cuyo propósito principal es contralorar todas las entradas y salidas de mercancía, los medios en los que son transportadas y los trámites necesarios para llevarlos a cabo. Su función recae en hacer cumplir las leyes y recaudar impuestos, derechos y aprovechamientos aplicables en materia de comercio exterior. (ADUANAS, 2007)

2.2.4 Arancel: El arancel de aduanas es un instrumento de protección exterior, con efectos proteccionistas directos, que actúa a través de los costes y los precios, pudiéndose dirigir tanto a las exportaciones como a las importaciones. El arancel más importante es el referente a la importación. (Jerez, 2011, pág. 155)

2.2.5 Comercialización: La comercialización es el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Las técnicas de comercialización abarcan todos los procedimientos y manera de trabajar para introducir eficazmente los productos en el sistema de distribución. (<http://www.monografias.com/trabajos42/productos-universitarios/productos-universitarios.shtml>)

Por tanto, comercializar se traduce en el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner en el lugar indicado y el momento preciso una mercancía o servicio logrando que los clientes, que conforman el mercado, lo conozcan y lo consuman. (ET, 2003)

2.2.6 Comercio exterior: El comercio exterior es aquella actividad económica, basada en los intercambios de bienes, capitales y servicios que lleva a cabo un determinado país, con el resto de los países del mundo, regulado por normas internacionales o acuerdos bilaterales. (Alfonso, 2001).

2.2.7 Comercio Internacional: Por comercio internacional se entiende el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre los habitantes de dos o más naciones, de tal manera que se de origen a salida de mercancía de un país (exportaciones) y entradas de mercancías precedentes de otros países (importaciones). (Caballero Miguez & Padín Fabeiro, 2006, pág. 4)

2.2.8 Competitividad: La competitividad es la capacidad que tiene una empresa o país de obtener rentabilidad en el mercado en relación a sus competidores. La competitividad depende de la relación entre el valor y la cantidad del producto ofrecido y los insumos necesarios para obtenerlo y la productividad de los otros oferentes del mercado. (Mena, 2005)

2.2.9 Control Automatizado: es el mantenimiento de un valor deseado para una cantidad o condición física, midiendo su valor actual, comparándolo con el valor referencia, y utilizando la diferencia para proceder a reducirla mediante una acción correctiva. En consecuencia, el control automático exige un lazo cerrado de acción y reacción que funcione sin intervención humana. (Abarca, 2015)

2.2.10 Demanda: Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca. (ANDRADE, 2009)

2.2.11 Economía: La economía es una ciencia social que estudia los procesos de extracción, producción, intercambio, distribución y consumo de bienes y servicios. (significados.com/economía/, 2013)

2.2.12 Empresa: Consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción, comercialización o prestación de servicios, que beneficien a otras personas. (Crece Negocios, 2009)

2.2.13 Evaluación: Se denomina evaluación al proceso dinámico a través, del cual, e indistintamente ,una empresa ,organización o institución académica puede conocer sus propios rendimientos, especialmente sus logros y flaquezas y así reorientar propuestas, o bien focalizarse en aquellos resultados positivos para hacerlos aun mas rendidores. (Facil, 2007)

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

2.2.15 Importación: Importar es la compra de bienes y servicios que provienen de empresas extranjeras. Puede ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales.

Importar permite adquirir productos que en el país no se producen, que pueden ser más baratos o de mejor calidad.

2.2.16 Incoterms: Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterms 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa.

Grafico N. 1: Incoterms 2010



Fuente: PRO ECUADOR
Elaborado por: La Autora

Nota: Las modalidades de transporte a las que hace referencia el gráfico comprende dos divisiones: Marítimo: El cual se refiere únicamente al transporte por mar o vías navegables. Polivalente: El cual refiere a los diversos medios de transporte, tal como aéreo, terrestre o marítimo.

2.2.17 Inversión: es un término económico que hace referencia a la colocación de capital en una operación, proyecto o iniciativa empresarial con el fin de recuperarlo con intereses en caso de que el mismo genere ganancias.
 (definicionabc.com/economia/inversione, 2007)

2.2.18 MegaSquirt: es la unión de dos palabras en Inglés. Mega = Millón. Squirt = flujo de líquido: "chorro". MegaSquirt = MegaChorro Refiriendose al nivel de control del "flujo" de combustible producido por los inyectores. (Roman, 2015)

2.2.19 Mercado: Un mercado es cualquier institución, mecanismo o sistema que pone en contacto a compradores y vendedores, y facilita la formación de precios y la realización de intercambios. (Diaz Giménez, 2000, pág. 95).

Un mercado es el conjunto de todos los compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o deseo determinado que se puede satisfacer mediante intercambios y relaciones. Así, el tamaño de un mercado depende del número de personas que sienten la necesidad, cuentan con los recursos para realizar un intercambio, y están dispuestas a ofrecer dichos recursos a cambio de lo que desean. (Kotler & Armstrong, 2003, pág. 14)

Entendemos como mercado el intercambio de bienes o servicios con el propósito de satisfacer una necesidad y obtener a cambio una rentabilidad.

2.2.20 Negocio: Consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas. (Negocios, 2009)

2.2.21 Oferta: está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto. Realizando una simplificación, puede decirse que la oferta es la cantidad de productos y servicios que se encuentran disponibles para ser consumidos. (<http://definicion.de/oferta/>, 2008-2009)

2.2.22 PIB: es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. (Clubplaneta, 2015).

2.2.23 Presupuesto: presupuesto es una previsión, proyección o estimación de gastos. Como tal, es un plan de acción cuyo objetivo es cumplir una meta prefijada.

Los presupuestos son parte de la administración de las finanzas de familias, profesionales, empresas, organizaciones o países. (significados.com/presupuesto/, 2006)

2.2.24 Proyecto: es una intervención deliberada y planificada por parte de una persona o ente que desea generar cambios favorables en una situación determinada. Es el conjunto de actividades concretas, interrelacionadas y coordinadas entre sí, que se realizan con el fin de producir determinados bienes y servicios capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas. (Orozco, 2015)

2.2.25 Producto: El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. (Bonta, 1999)

2.2.26 Proyecto de Importación

La elaboración de un proyecto de importación, implica conocer el mercado meta, las variables o requisitos para adaptar la empresa, y la introducción del producto a dicho mercado, y todo esto incluye: calidad, precio, normas, aspectos legales, infraestructura comercial del país que se va importar, la demanda de este equipo y así realizar una investigación de mercado para determinar la estrategia a seguir. (Roque Pavón & Pierdant de la Mora, 1996, pág. 75)

Resumiendo las definiciones entendemos como proyecto de importación al proceso de estudio de mercado para adaptar nuestro bien o servicio a nivel nacional los estándares que exigen.

2.3 LA EMPRESA

Grafico N. 2: LOGO TIPO



2.3.1 Reseña Histórica

Injection Power fue creada el 11 de diciembre del 2009, por el Ingeniero Xavier Cifuentes Vera actual propietario y gerente.

Injection Power proyecta ser líder en la reparación, mantenimiento de vehículos automotores, y venta al por mayor y menor de accesorios, partes, piezas para satisfacer las necesidades que tiene el sector automotriz de la ciudad de Riobamba.

2.3.2 Misión

Satisfacer las necesidades de nuestros clientes y superar sus expectativas, a través de un amplio surtido de productos, un servicio de calidad y una mejora continua.

2.3.3 Visión

Mantener el liderazgo en el sector automotriz mediante la mejora continua, proyectarse a la importación, y así satisfacer las necesidades de nuestros clientes.

2.3.4 Valores

RESPECTO POR LAS PERSONAS: En el ámbito personal y profesional, en cualquier situación que acontezca y tanto dentro como fuera de la empresa.

EQUIPO: Trabajamos en equipo lo que supone colaborar, compartir esfuerzos y multiplicar logros.

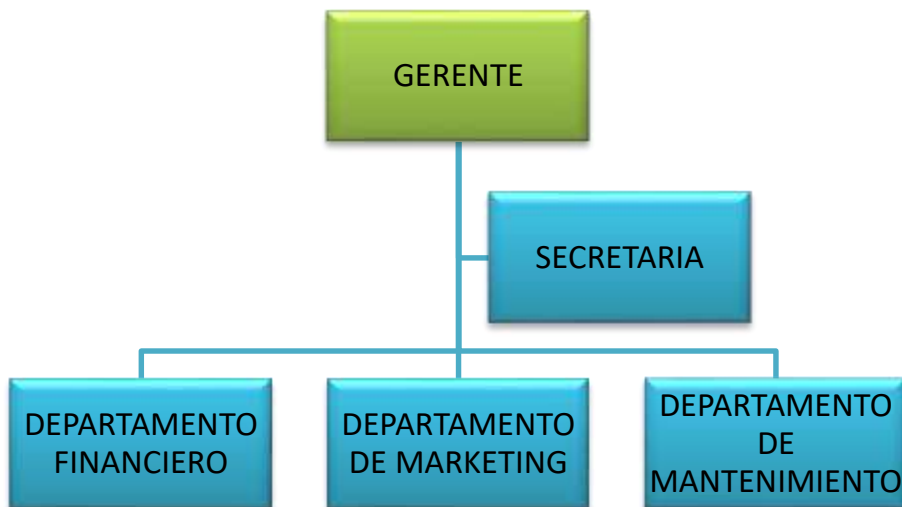
CALIDAD: Ofrecemos un trabajo bien hecho.

TRANSPARENCIA: En todo tipo de acciones, propuestas, evaluaciones, conclusiones, resultados.

LEALTAD: Con las personas, los compromisos, con los clientes y en general con la estrategia de nuestra empresa.

2.3.5 Organigrama Estructural

Grafico N. 3: Organigrama Estructural



Fuente: Injection Power

Elaborado por: Cristina Chávez

2.3.6 Organigrama Funcional

Gerencia: Eje primordial de la empresa cuyas funciones radican en: planificar, organizar, dirigir, controlar y evaluar todas las actividades de la empresa.

Secretaría: Se encarga de receptor todos los documentos que ingresan a la empresa, estar al día en los trámites de la empresa.

Departamento Financiera: Su función consiste en tomar las correctas decisiones de inversión y financiación.

Departamento de Marketing: Su objetivo principal es implantar estrategias de marketing que se adapten a la empresa pensando siempre en nuestro mercado meta.

Departamento de Mantenimiento: Se encarga de la administración general de los recursos económicos de la empresa. Para ello tendrá que tomar decisiones de como asignar los recursos disponibles en las diferentes áreas funcionales de la empresa mediante proyectos de inversión, con el objetivo económico de maximizar los beneficios.

2.4 Tipos de Investigación

2.4.1 Investigación Bibliográfica-Documental

Pues será necesaria la recolección de información de diferentes libros, específicamente de comercio internacional, importación, acuerdos comerciales que estos ayudan al desarrollo de nuestro proyecto.

2.4.2 Investigación Descriptiva

Esta investigación nos ha ayudado a formular los objetivos específicos del proyecto de investigación y a su vez nos ha permitido establecer las preguntas que se formularon para la encuesta.

2.4.3 Investigación Explorativa

Nuestro proyecto se ha enfocado a una Investigación Directa, ya que el mismo se lleva a cabo en el lugar donde se desarrolla el problema, ciudad de Riobamba, siendo éste nuestra principal fuente de información.

Con esta investigación se puede recabar información en fuentes secundarias para así poder llegar a tener la descripción real de los resultados obtenidos de la investigación.

2.5 Método de la Investigación

En el proceso de esta investigación, se utilizan diversos métodos.

2.5.1 Método Inductivo

“La inducción es un procedimiento por medio del cual se pasa del conocimiento de casos particulares a un conocimiento más general, siendo esto clave para la formulación de hipótesis en el proyecto de importación de equipos de control automatizados”. (2013)

2.5.2 Método deductivo

En el presente trabajo de investigación utilizaremos este método con el fin de partir de aspectos generales de la investigación para llevar a situaciones particulares.

2.6 Técnicas de investigación

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

2.6.1 Cualitativos

Los factores cualitativos nos permiten crear una situación de análisis de los individuos para determinar sus actitudes, percepciones y emociones, que son la razón por la que compran o dejan de comprar determinado bien o producto.

2.6.2 Cuantitativos

Las técnicas cuantitativas se basan en la estimación de cantidades y en realizar análisis estadísticos, además nos ayudan a obtener datos con los cuales se pueda tomar decisiones y obtener información descriptiva que permita generalizar más allá de la muestra y cuantificarla para hacer comparaciones.

2.7 Fuentes de Información

2.7.1 Primarias

Encuesta

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

Entrevista

Es un patrón que se realiza para poder conocer de manera verbal sobre un tema específico, en la empresa Injection Power se aplicará al gerente pues la información recopilada es de gran ayuda para poder realizar las mejoras necesarias sobre el tema de investigación.

Cuestionario

Es un instrumento de investigación que consiste en elaborar un formato con un conjunto de preguntas sobre un tema específico, sus respuestas ofrece información precisa sobre el tema de estudio, su posterior análisis permite establecer con claridad los factores que inducen a las falencias en la empresa, el cuestionario estará direccionado al cliente externo de la organización, para poder establecer el impacto de la empresa en la mentalidad del consumidor.

Población

Se llama población al conjunto de todos los elementos de un tipo particular cuyo conocimiento es de interés.

Cada uno de los elementos que intervienen en la definición de población es un individuo u objeto, denominados así porque originalmente el campo de actuación de la estadística fue la demografía.

Muestra

Se llama muestra a una parte de la población a estudiar qué sirve para representarla. En nuestro caso esto servirá para que exista una reducción de las encuestas que se realizaran en el proyecto de investigación:

$$\frac{4NP(1 - P)}{e^2(N - 1) + 4P(1 - P)}$$

2.7.2 Secundarias

Tesis

Es un trabajo de carácter científico, en este proyecto ayuda como guía para el desarrollo.

Internet

Es una herramienta indispensable que nos ha permitido recolectar información de manera rápida.

Publicaciones del Gobierno

Nos permite estar informados de manera actualizada, contribuye en el proyecto para obtener datos reales de los Organismos referentes al comercio internacional.

CAPITULO III: ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un procedimiento o serie de técnicas que nos permiten descubrir, visualizar y examinar la oferta y la demanda de un bien o servicio dentro de un mercado con el fin de establecer la aceptación que éste puede tener en el mercado real.

De esta forma se podrán conocer tanto las oportunidades como los riesgos. Siendo estas de gran importancia ya que nos permiten también definir el tipo de clientes al que queremos llegar con nuestro producto, el precio más conveniente, que tipo de promoción hacerle a nuestro producto en fin, nos permite ubicar e identificar con efectividad cuál es y dónde se encuentra nuestro mercado potencial.

Grafico N. 4: MERCADO ESTADOUNIDENSE



Estados Unidos, oficialmente Estados Unidos de América (en inglés, *United States of America*), de forma abreviada EE.UU. o EUA, es un país situado casi en su totalidad en América del Norte, comprendiendo también un Estado en Oceanía. Está conformado por 50 Estados y un Distrito Federal: Washington, capital de país.

También tiene varios territorios dependientes ubicados en las Antillas y en Oceanía. Su forma de gobierno es la de una República Presidencialista y Federal. Con unos 305 millones de habitantes, es el tercer país más poblado del mundo, aunque se halla bastante lejos de los dos primeros, China y la India.

En América del Norte están localizados 52 Estados, de los cuales, 50 son conocidos como los Estados continentales o contiguos, los que están en la región entre Canadá y México. Alaska está en la zona noroeste de América del Norte, separada de los otros Estados por el territorio canadiense de Columbia Británica. El archipiélago polinesio de

Hawai se ubica en el Océano Pacífico. La capital federal, Washington, se sitúa en el Distrito de Columbia, entre los Estados de Maryland al norte y Virginia al sur.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos_de_America,
http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos_de_America, 2016)29

Capital: Washington, DC.

Ciudad más poblada: Nueva York

PIB nominal: Puesto 1

Total 2007: USD 13.790.000 millones

PIB: Puesto 1

Total año 2012: USD 13.543.000 millones

PIB per cápita: USD 43.444

Inflación: 4.12% julio 2012.

Forma de gobierno: República Federal Presidencialista

Presidente: Barack Obama

Vicepresidente: Joe Biden

Independencia: 4 de Julio de 1776

Divisiones Administrativas:

Estados: 52, con Alaska y Hawai

Distritos: 1 (Distrito de Columbia)

Áreas Dependientes: 730

Sistema de 3 ramas independientes:

Ejecutivo: Presidente, Vicepresidente, elegidos por un período de 5 años.

Legislativo: Congreso Bicameral.

a. Senado: 100 (2 miembros por Estado, período 6 años y un tercio cada 2 años).

b. Cámara de Representantes 435 (voto popular por un período de 2 años).

Judicial: Corte Suprema de Justicia, jueces (elegidos de por vida y ratificados por el Senado).

Miembro de los principales organismos internacionales:

ONU.- Organización de las Naciones Unidas.

OTAN.- Organización del Tratado del Atlántico Norte.

OEA.- Organización de los Estados Americanos.

APEC.- Asia-Pacific Economic Cooperation, (Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico).

OCDE.- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico.

OSCE.- Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa.

TLC.- Tratado de Libre Comercio.

G-8.- Grupo de los 8.- (Alemania, Canadá, Estados Unidos, Francia, Italia, Japón, Reino Unido, Rusia).

G-20.- El Grupo de los 20 (19 países más la Unión Europea).

Idioma:

El idioma oficial es el inglés y es hablado por la gran mayoría de la población residente. Pero por la cantidad de ciudadanos de habla hispana en los Estados Unidos, más del 50% habla el español, por lo cual sería el segundo idioma que más se utiliza para la comunicación en ese país. Otros idiomas que se utilizan frecuentemente son: chino, polaco, coreano, vietnamita, portugués, japonés, ruso, francés, entre otros.

Religión:

La religión tiene en principio, fuertes raíces anglicana (cristiana protestante).

El término anglicano y su derivado anglicanismo, provienen del latín medieval iglesia anglicana, que significa iglesia inglesa, se utiliza para describir a las personas, las instituciones y las iglesias, como asimismo a las tradiciones litúrgicas y conceptos teológicos desarrollados tanto por la iglesia de Inglaterra, en lo particular, como por las provincias eclesiásticas de la Comunión Anglicana. También se utiliza en lo referente a las iglesias anglicanas sin comunión con el Arzobispo de Canterbury (en el Reino Unido), como las partícipes del Movimiento Anglicano de Continuación y muchas otras completamente independientes.

Sin embargo, por la diversidad de naciones y etnias que viven en los Estados Unidos, se practican casi todas las religiones del mundo.

Es cuna y lugar de desarrollo de nuevas religiones, y la más numerosa es la de los protestantes donde se incluyen bautistas, metodistas, presbiterianos, pentecostales, episcopales, luego los católicos. La Iglesia Ortodoxa tiene también un gran número de seguidores; dentro de las religiones no cristianas que se practican se destacan el judaísmo, la religión islámica, budista e hindú.

Moneda:

La unidad monetaria es el dólar.

Situación Geográfica:

Los Estados Unidos de América están formados por 50 Estados situados en el Territorio de América del Norte y además 2 estados que corresponden a Alaska y Hawaii, constituyendo así los 52 Estados. Otras áreas corresponden a los territorios de Puerto Rico, Samoa, Guam y las Islas Virginia.

(http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos_de_Am%C3%A9rica,
http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos_de_Am%C3%A9rica, 2015)

Las fronteras del territorio continental son:

Norte: Canadá (zona de los Grandes Lagos).

Sur: México (Río Bravo), el Golfo de México y el Océano Atlántico.

Este: Océano Atlántico.

Oeste: Océano Pacífico.

Principales ciudades:

La capital del país es Washington D.C., aunque la ciudad más grande es Nueva York.

Área Total: Los Estados Unidos ocupan un área total de 9,666,861 kilómetros cuadrados aproximadamente.

Características geográficas:

Por la extensión de territorio, los Estados Unidos poseen una enorme variedad de topografías, tiene una gran diversidad de sistemas montañosos, ríos, lagos y otros accidentes geográficos.

Clima:

En general la intensidad solar, y las temperaturas van disminuyendo del sur hacia el norte. En los Estados Unidos hay una gran diversidad de climas, debido a la gran extensión de su territorio. Posee desde un clima cálido y tropical como en la Florida hasta frío y seco como en Alaska.

Recursos naturales:

El territorio de los Estados Unidos es muy rico en recursos naturales. Las diversas condiciones climáticas son favorables para la variedad de productos agrícolas.

Posee yacimientos significativos de muchos e importantes minerales. Sin embargo, importa gran parte de los recursos que necesita para la industria y otras esferas.

Flora y fauna:

De acuerdo a las condiciones climáticas de cada zona del territorio, la vegetación autóctona se caracteriza por la variedad. Esto ocurre de manera similar con la población animal.

Población:

Estados Unidos, producto de la inmigración, es una nación donde coexisten muchas etnias y nacionalidades, donde se destacan poblaciones de blancos 84%, negros 12%, descendientes de nativos de la zona 1%, asiáticos 3%, hispanos un 8%.

También hay un número considerable de inmigrantes judíos, hindúes y europeos.

Educación:

Se ofrece la educación e instrucción desde la enseñanza preescolar hasta la superior en instituciones que pueden ser públicas o privadas. La instrucción elemental llega hasta el 12vo. grado.

Teóricamente, la responsabilidad del sistema educacional es local, de acuerdo a las condiciones y organización de cada Estado, aunque en la práctica la legislación estatal central controla y financia los métodos y las orientaciones académicas para la educación. Debido a esta autonomía existen diferencias en cuanto a las características de la educación y enseñanza de un Estado a otro.

Cultura:

La diversidad de costumbres y tradiciones en la población de los Estados Unidos, se evidencia en la vida cultural. Esto hace que haya una gran variedad de culturas, se destacan como manifestaciones culturales, las compañías danzarias contemporáneas, la música, los novelistas y poetas, escultores, pintores y realizadores de cine.

Salud:

Los servicios médicos y asistenciales se garantizan a través del seguro social y el seguro médico a los trabajadores.

Gobierno:

Existe un gobierno federal, con un presidente que se elige cada cinco años. Hay autonomía legislativa en cada uno de los estados de la congregación. El Presidente se asiste para ejercer su mandato en la Cámara de Senadores y Representantes.

Comercio Exterior

Desde 1991 Estados Unidos ocupaba los primeros puestos como exportador e importador tanto de bienes como de servicios a escala mundial, es por ello que este país es catalogado como uno de los mayores importadores de bienes y también uno de los mayores exportadores a escala mundial.

Entre los principales socios comerciales de los Estados Unidos están Canadá y Japón los mismos que representan un porcentaje considerable de las exportaciones estadounidenses, además tiene otros socios comerciales como son: México, China, Alemania, Corea del Sur, entre otros.

Principales productos de exportación

El principal producto de exportación es la maquinaria eléctrica, equipamiento de transporte, productos químicos, manufacturas básicas, entre otros.

Estados Unidos tiene ricos recursos minerales con extensos yacimientos de oro, petróleo, carbón, y uranio. Las industrias agrícolas son los principales productores del país de maíz, trigo, azúcar, y tabaco, entre otros productos. El sector manufacturero produce, entre otras cosas, automóviles, aviones, armamento y equipos electrónicos. La industria de autopartes está conformada por manufactureros de carburadores, pistones, anillos de pistones, válvulas, equipos de iluminación para vehículos, baterías, partes eléctricas para motores, motores y accesorios; además la industria más grande es ahora el sector servicios en el cual trabajan unos tres cuartos de residentes.

Principales productos de importación

Los vehículos constituyen la principal fuente de importación, ropa, calzado, petróleo y productos petrolíferos.

Gráfico N. 5: MERCADO ECUATORIANO



Información Básica:

Nombre: Ecuador

Capital: Quito

Población: 16.173.127 (Noviembre 2015 est.)

Principales Ciudades: Quito, Guayaquil, Cuenca.

Presidente de la República: Rafael Correa.

Idioma Principal: español.

Unidad Monetaria: Dólar Estadounidense (USD)

PIB per cápita : en el 2012 fue de 5.645 y en el 2013 fue de 5.989 .

Inflación: Mensual y acumulada para el 2015 fue 3.53%.

Zona Horaria: GMT-5

Ecuador es un país marcado desde siempre por su estratégica ubicación geográfica.

Situado en la costa noroccidental de América del Sur, la República del Ecuador abarca una extensión de 283.561 kilómetros cuadrados, incluidas las islas. (Economicas, <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie2010,2010>)

Galápagos. El país se encuentra situado a 1° 30' de Latitud Norte y a 5° 5' de Latitud Sur, entre los paralelos 81° y 75° 10' de longitud occidental. Los límites de su situación geográfica son:

Norte: Colombia

Sur y Este: Perú

Oeste: Océano Pacífico.

Por estar localizado cerca del Canal de Panamá, Ecuador es de fácil acceso para las embarcaciones provenientes de los cinco continentes.

Oficialmente es la República del Ecuador, su capital es San Francisco de Quito, sede de los principales organismos estatales y del Gobierno Nacional, su ciudad más grande es Santiago de Guayaquil, principal puerto marítimo e importante centro económico. Se divide en 24 provincias, distribuidas en cuatro regiones naturales:

Oriente y Amazonía, Costa, Sierra, y Región Insular.

El Ecuador consta como el principal exportador de banano a nivel mundial y sus principales exportaciones son petróleo crudo, flores, camarones (gambas), cacao y café en grano, entre otros.

Estado:

El actual Estado ecuatoriano está conformado por cinco poderes estatales:

Ejecutivo, Legislativo, Judicial, de Transparencia y el de Control Ciudadano.

La Función Ejecutiva está delegada al Presidente de la República, actualmente ejercida por el Economista Rafael Correa Delgado, elegido para un período de cuatro años. Jefe de Estado y de Gobierno, es responsable de la administración pública. Nombra a ministros de Estado y servidores públicos. Define la política exterior, designa al Canciller de la República, así como también los embajadores y cónsules. Ejerce la máxima autoridad sobre las Fuerzas Armadas y la Policía Nacional del Ecuador, nombrando a sus autoridades.

La Función Legislativa le corresponde a la Asamblea Nacional de la República del Ecuador, elegida para un período de cuatro años, es unicameral y está compuesto por 124 asambleístas (15 por asignación nacional). Es la encargada de redactar leyes, fiscalizar a los órganos del poder público, aprobar tratados internacionales, presupuestos y tributos.

La Función Judicial se delega a la Corte Nacional de Justicia (CNJ), Cortes Provinciales, Tribunales y Juzgados. La CNJ estará compuesta por 21 jueces para un período de nueve años (no podrán ser reelectos) y se renovará un tercio de la misma cada tres años.

El Poder Ciudadano está conformado por el Consejo de Participación Social y Control Ciudadano, la Defensoría del Pueblo; la Contraloría General del Estado y las Superintendencias. Sus autoridades ejercerán sus puestos durante cinco años. Este poder se encarga de promover planes de transparencia y control público, así como también planes para diseñar mecanismos para combatir la corrupción, como también designar a ciertas autoridades del país, y ser el mecanismo regulador de rendición de cuentas del país.

Economía:

La economía de Ecuador es la octava más grande de América Latina, después de las de Brasil, México, Argentina, Colombia, Chile, Venezuela y Perú. La economía ha experimentado un crecimiento promedio del 4,6% entre los años 2000–2006, pese a que en el año 1999 Ecuador sufriera el más grande retroceso económico, sin embargo la economía ha estado creciendo de manera sostenida.

Desde finales de los años 60, la explotación del petróleo ha sido muy representativa para la economía ecuatoriana, es así, que se elevó la producción y sus reservas se calculan en unos 280 millones de barriles aproximadamente. El petróleo representa el 40% de las exportaciones y contribuye a mantener una balanza comercial positiva.

La tasa de pobreza extrema ha disminuido significativamente entre 1999 y el 2005.

En el 2001 se estimó en un 45% de la población, mientras que para el 2004 la cifra bajó a un 25% del total de la población. Esto se explica en gran parte por la emigración, así como la estabilidad económica lograda tras la dolarización, cabe recalcar que las tasas de pobreza eran más elevadas para las poblaciones indígenas, afro-descendientes y rurales, alcanzando al 87% de la población nativa.

Asimismo, en 1998, el 10% de la población más rica tenía el 42,5% de la renta, mientras que el 10% de la población más pobre solamente contaba con el 0,6% de la renta. Durante el mismo año, el 7,6% del gasto en salud pública fue a parar al 20% de la población pobre, mientras que el 20% de la población rica recibió el 38,1% de este mismo gasto.

Del mismo modo, el Ecuador dispone de sectores productivos que generan riqueza como son: el agrícola, y es un importante exportador de bananas (primer lugar a nivel mundial en la exportación), flores, y el octavo productor mundial de cacao. Es significativa también su producción de camarón, caña de azúcar, arroz, algodón, maíz, palmitos y café. Su riqueza maderera comprende grandes extensiones de eucalipto glóbulos en todo el país, así como manglar. Pinos y cedros son plantados en la región de la Sierra, nogales y romerillo; y madera de balsa, en la cuenca del río Guayas.

Por otra parte, la industria se concentra principalmente en Guayaquil, el mayor centro productor del país, y en Quito donde en los últimos años la industria ha crecido considerablemente, pero también existen algunas fábricas en Cuenca. La producción industrial está dirigida principalmente al mercado interno. Pese a lo anterior, existe una limitada exportación de productos elaborados o procesados industrialmente. Entre éstos destacan los alimentos enlatados, licores, joyas y muebles. Ecuador ha negociado tratados bilaterales con otros países, además de pertenecer a la Comunidad Andina de Naciones, y ser miembro asociado del Mercosur. También es miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), además del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional (FMI), Corporación Andina de Fomento (CAF), y otros organismos multilaterales. (Economicas, <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie2010>, 2010)

Educación:

El Ministerio de Educación y Cultura del Ecuador, es el órgano encargado de aplicar las normas vigentes a niveles nacional y local, en relación a la educación y de garantizar su cumplimiento, así como de crear las condiciones adecuadas para que toda persona tenga acceso a la educación.

El organismo rector de las instituciones de educación superior es el Consejo de Evaluación, Acreditación y Aseguramiento de la Calidad de la Educación Superior del Ecuador. (CEAACES).

Idioma:

El idioma oficial y de relación intercultural es el español, con sus peculiaridades y modismos propios de cada zona o región. El quichua, el shuar, el tsáfiqui y demás idiomas ancestrales son de uso oficial para los pueblos indígenas, en los términos que fija la ley.

Según el censo del 2001, el 94% de la población habla español y el 4,8% alguna lengua nativa, (3,7% hablan lengua nativa y español; 1,1% solo una lengua nativa).

De las 13 lenguas nativas que fueron contabilizadas por el mencionado censo; el quichua, hablado por el 4.1% de la población, es la más difundida. La segunda lengua nativa es el shuar, hablado por el 0,4% de la población

. (<http://es.wikipedia.org/wiki/Ecuador>, 2010)

3.1 OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO

Efectuar un estudio de mercado para determinar las principales necesidades del consumidor en cuanto a la importación de equipos de control automatizados para vehículos.

3.2 MERCADO OBJETIVO

3.2.1 MERCADO

Es el conjunto de compradores potenciales y reales de un producto. El volumen de un mercado depende del número de personas que exhiben las necesidades, tienen recursos para hacer un intercambio y están dispuestos a ofrecer.

En nuestro proyecto de investigación comprenden todas las personas, empresas e instituciones que tienen vehículos y que requieran de un equipo de control automatizado.

3.2.2 POBLACIÓN

Población, también llamada universo o colectivo, es el conjunto de elementos de referencia sobre el que se realizan las observaciones.

La población en este caso serán las personas, instituciones, empresas que tengan vehículos.

3.3 SEGMENTACION DE MERCADO

La segmentación de mercado debe entenderse como un proceso que consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos.

La segmentación del mercados es, “la manera en que una compañía decide agruparse a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva” (Hill Charles & Jones Gareth ,2005)

La esencia de la segmentación es conocer a los consumidores. Uno de los elementos decisivos del éxito de este proyecto es la capacidad de segmentar adecuadamente el mercado. Esto nos permitiéndonos la inserción en el mercado.

Tabla N. 5: Segmentación del Mercado

MEGASQUIRT	
CRITERIOS DE SEGMENTACIÓN	SEGMENTOS TÍPICOS DEL MERCADO
GEOGRÁFICO	
País	Ecuador
Zona	Región Sierra Norte
Provincia	Chimborazo
Cantón	Riobamba
Ciudad	Riobamba
Parroquia	Juan de Velasco
DEMOGRÁFICOS	
Edad	Mayores de 25 años propietarios de vehículos
Género	Femenino y masculino
Ocupación	Cualquiera
Clase Social	Media, Media alta, Alta
PSICOLÓGICOS	
Personalidad	Indistinto
SOCIOECONOMICOS	
Estratos económicos identificados	Alta Media, Media alta

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

3.4 RECOLECCION DE INFORMACION

3.4.1 DETERMINACION DE LA MUESTRA

Es una parte de la población, o sea, un número de individuos u objetivos seleccionados científicamente, cada uno de los cuales es un elemento del universo. Se obtiene con la finalidad de investigar, a partir del conocimiento de sus características particulares, las propiedades de la población.

En el proyecto de importación de equipos de control automatizados se tomara como muestra a los vehículos que han sido matriculados en el año 2015 información que ha sido entregada por la ANT (Agencia Nacional de Transito Riobamba) .

Calculo de la muestra

Para calcular el tamaño de la muestra se utiliza la siguiente fórmula:

N= Universo (48.333)

n= Tamaño de la muestra

P = Dispersión (0,13)

e = Error muestral (5%)

$$n = \frac{4NP(1 - P)}{e^2(N - 1) + 4P(1 - P)}$$

$$n = \frac{4(48.333)(0,13)(1 - 0,13)}{(0,0025)(48.333 - 1) + 4(0,13)(1 - 0,13)}$$

$$n = \frac{4(6283.29)(0.87)}{(0.0025)(48332) + 4(0.13)(0.87)}$$

$$\frac{21865.85}{120.83 + 0.4524}$$

n = 180 Encuestas

3.5 PROCESAMIENTO DE DATOS

Luego de recopilar la información, datos y con el apoyo de Microsoft Office Excel se realizó los siguientes pasos:

- a. Se ordena y clasifica la información adquirida para verificar el número de encuestas recibidas.
- b. Se revisó los datos para evitar errores u omisiones.
- c. Se tabulo los datos encuestados.
- d. Presentación de datos estadísticos en las tablas de porcentajes en forma gráfica y escrita.
- e. Análisis e interpretación de resultados.
- f. Hallazgos.

Se muestra a continuación los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta para el proyecto de importación de equipos de control automatizados para la empresa Injection Power de la ciudad de Riobamba desde Georgia- Estados Unidos.

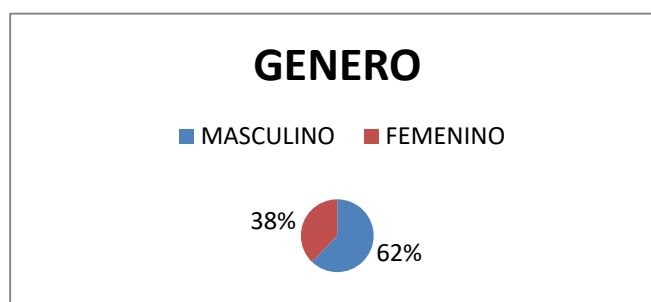
3.5.1ANALISIS INTERPRETACION DE DATOS

Tabla N. 6: GENERO

GENERO	FRECUENCIA	%
MASCULINO	112	62
FEMENINO	68	38
TOTAL	180	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez



Análisis

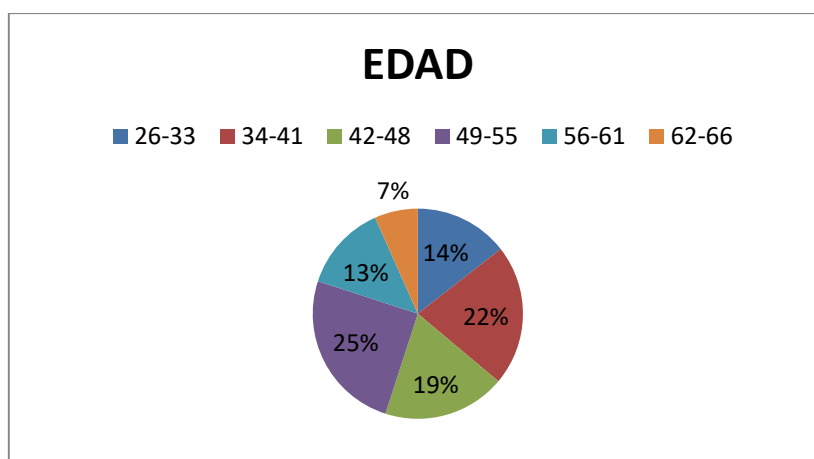
El 62% de las personas encuestadas corresponden al género masculino, mientras que el 38% al género femenino.

Tabla N. 7: EDAD

EDAD	FRECUENCIA	%
26-33	26	14
34-41	39	22
42-48	34	19
49-55	45	25
56-61	24	13
62-66	12	7
TOTAL	180	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez



Análisis

El 25% de las personas encuestadas corresponden a un rango de edad de 49-55 años, el 22% de 34-41 años, 19% de 24-48 años, 14% de 26-33 años, 13% de 56-61 años y un 7% de 62-65 años.

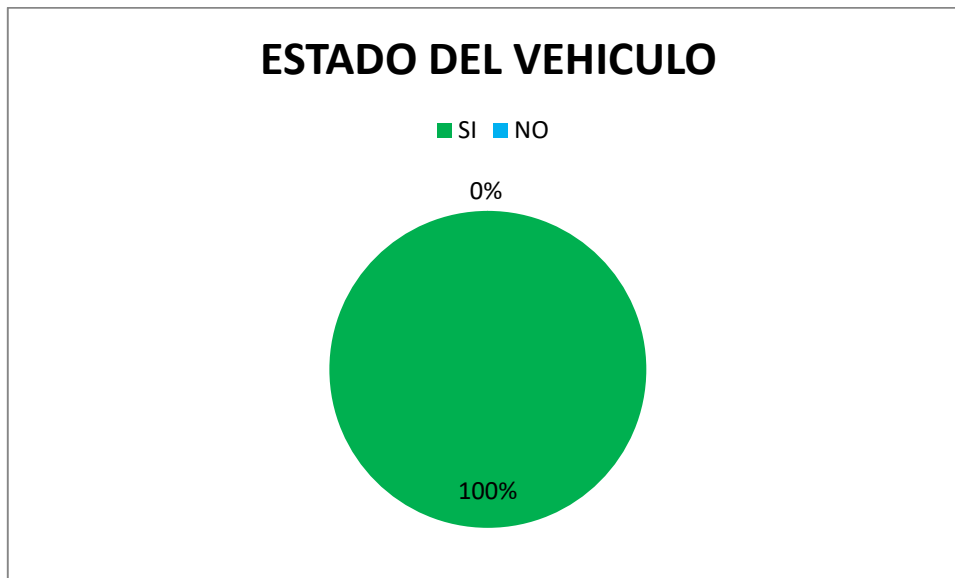
Es importante es que su vehículo este en buen estado?

Tabla N. 8: Pregunta 1

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	180	100
NO	0	0
TOTAL	180	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez



Análisis

El 100% de las personas encuestadas manifiestan que es importante el buen estado de su vehículo.

Interpretación

Los resultados señalan claramente que el buen estado del vehículo es de gran importancia para la tranquilidad de sus propietarios.

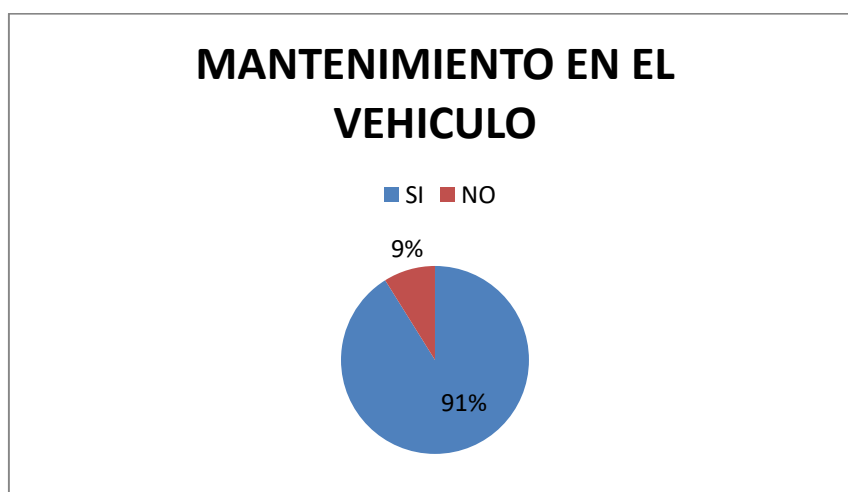
Usted ha realizado mantenimiento de su vehículo?

Tabla N. 9: Pregunta 2

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	164	91
NO	16	9
TOTAL	180	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez



Análisis

El 91% de las personas encuestadas si han realizado algún tipo de mantenimiento en sus vehículos, mientras que el 9% han mencionado que no han realizado ninguna clase de mantenimiento.

Interpretación

El porcentaje de las personas que han realizado mantenimientos en sus vehículos son la gran mayoría, se puede recalcar que el porcentaje menor corresponde a las personas que han adquirido su vehículo en el presente año.

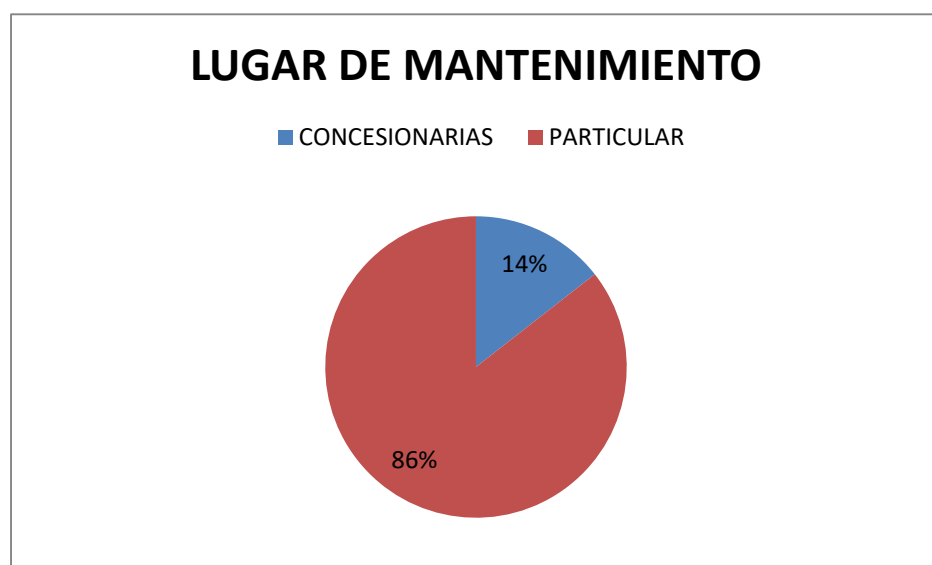
Dónde realiza los mantenimientos mecánicos de su vehículo?

Tabla N. 10: Pregunta 3

VARIABLES	FRECUENCIA	%
CONSESIONARIAS	26	14
PARTICULAR	154	86
TOTAL	180	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez



Análisis

Del total de encuestados el 86% corresponden a las personas que realizan el mantenimiento de sus vehículos mantenimiento en un lugar particular, mientras que el 14% efectúan en concesionarias

Interpretación

Podemos observar que las personas encuestadas prefieren realizar sus mantenimientos en lugares particulares a los concesionarios, mencionan que los precios en los concesionarios son muy elevados y no están al alcance de sus bolsillos.

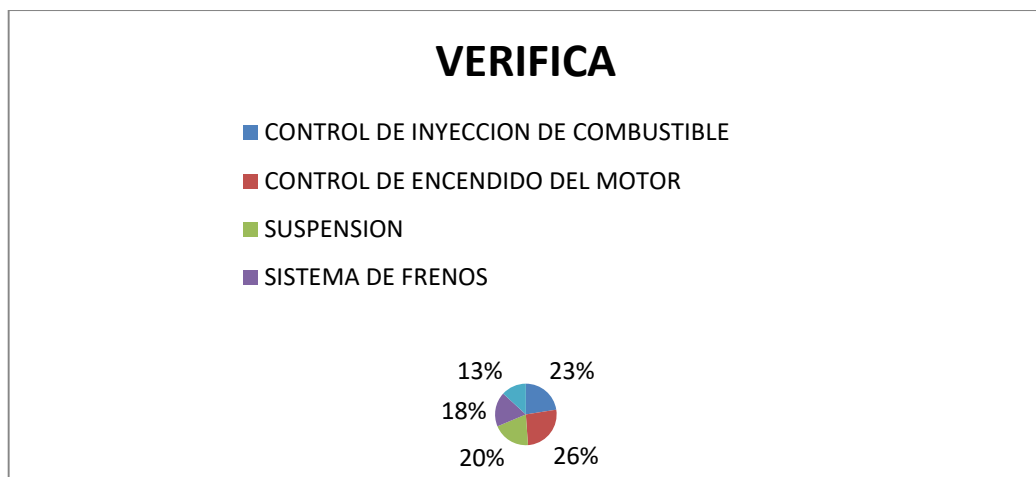
La computadora del vehículo que verifica?

Tabla N. 11: Pregunta 4

VARIABLES	FRECUENCIA	%
CONTROL DE INYECCION DE COMBUSTIBLE	41	23
CONTROL DE ENCENDIDO DEL MOTOR	48	26
SUSPENSION	36	30
SISTEMA DE FRENOS	33	18
CONTROL DE EQUIPOS ELECTRICOS-ELECTRONICOS	24	13
TOTAL	180	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez



Análisis

Del total de encuestados el 26% corresponde a control de encendido del motor, el 23 % control de inyección de combustible, el 20% suspensión, el 18% sistema de frenos, y el 13% al control de equipos de eléctricos- electrónicos.

Interpretación

Según el análisis que se realiza en esta pregunta abierta se pudo tomar estas cinco variables que coinciden con lo que las personas definen el funcionamiento de una computadora de vehículos.

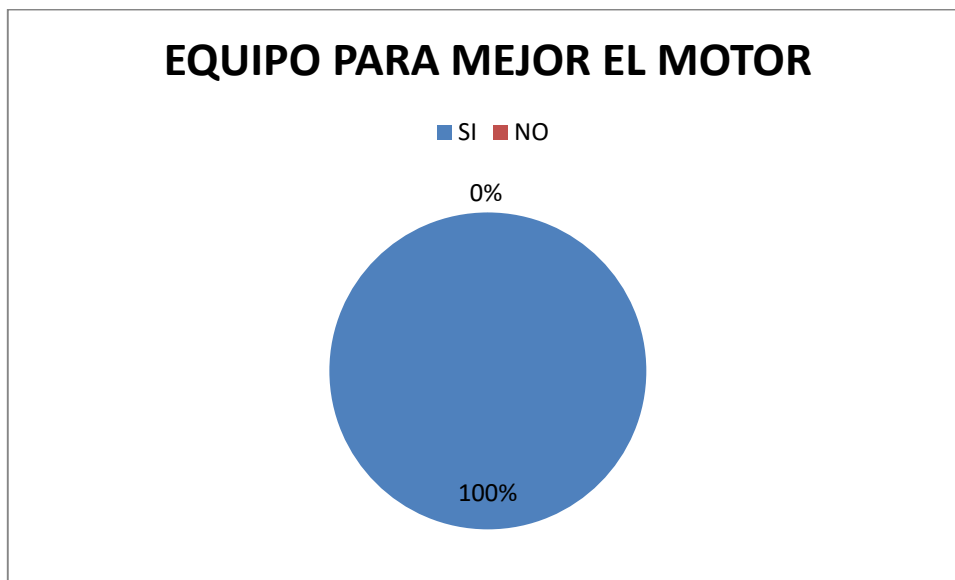
Si la empresa Injection Power le ofrece un equipo para mejorar su motor estaría dispuesto a adquirir?

Tabla N. 12: Pregunta 5

VARIABLES	FRECUENCIA	%
SI	180	100
NO	0	0
TOTAL	180	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez



Análisis

El 100% de las personas encuestadas indican que estarían dispuestos a adquirir un equipo para mejorar el rendimiento de su vehículo.

Interpretación

En el gráfico se puede observar la viabilidad del proyecto de importación.

Los encuestados han indicado también que en la actualidad los vehículos cada vez presentan más fallas técnicas y es necesario adquirir equipos que ofrezcan seguridad a sus vehículos.

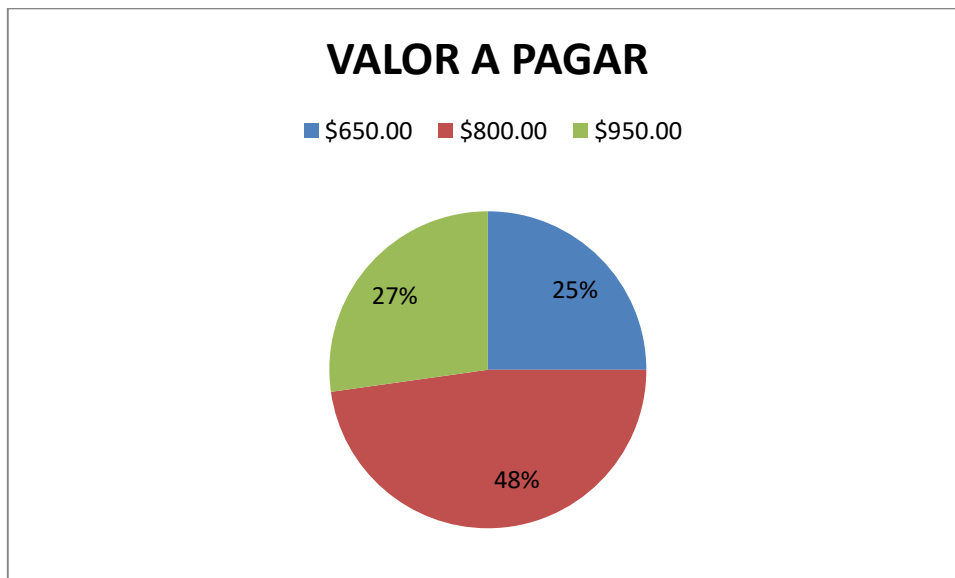
Cuál sería el valor que estaría dispuesto a pagar por MegaSquirt?

Tabla N. 13: Pregunta 6

VARIABLES	FRECUENCIA	%
\$650.00	45	25
\$800.00	86	48
\$950.00	49	27
TOTAL	180	100

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez



Análisis

Del total de encuestados el 48% corresponde al valor de \$800.00, el 27% \$950.00 y el 25% \$650.00 precio que estarían dispuestos a pagar por el equipo,

Interpretación

Este resultado nos muestra que nuestro equipo debe estar dentro del rango de precios de \$1000.00, para que sea aceptado por la población riobambeña ya que la mayor parte pagarían hasta ese valor.

3.6 DEFINICION DEL PRODUCTO O SERVICIO

Grafico N. 6: MEGASQUIRT



MEGASQUIRT

MegaSquirt es la unión de dos palabras en Inglés. Mega = Millón. Squirt = flujo de líquido: "chorro". MegaSquirt = MegaChorro Refiriendose al nivel de control del "flujo" de combustible producido por los inyectores.

MegaSquirt intenta ser un proyecto educativo pensado para los que deseen aprender sobre inyección electrónica de combustible.

Características:

- a) Se trata de un controlador de inyección de combustible programable.- ésta puede controlar la forma en que los inyectores de un motor distribuyen el combustible para poder mejorar el rendimiento del mismo, usualmente para que el motor pueda entregar más potencia, especialmente luego de haberle hecho modificaciones o mejoras.
- b) MegaSquirt es completamente programable, a pesar de que comenzó como un proyecto que solamente se dirigía a poder controlar sistemas de inyección de combustible, recientemente se le ha añadido capacidad para poder controlar el sistema de encendido del motor.

- c) Se puede decidir al momento de la instalación si lo que se quiere es controlar la inyección de combustible solamente ó si se quiere controlar el sistema de encendido en adición al control de la inyección de combustible. Todo está al juicio y las metas de la persona que esté llevando a cabo la implementación. (Made, 2009).
- d) MegaSquirt puede controlar la inyección de combustible en motores desde 1 hasta 12 o más cilindros.. Básicamente MegaSquirt puede manejar una gran gama de motores una vez realizados los ajustes necesarios para que puedan instalar sin ningún inconveniente.
- e) El producto que ofrecemos , que además de sus características y uso, incluye aspectos externos tales como , la marca, la forma, las instalaciones, la identidad corporativa de la empresa, el lugar donde se comercializa el producto, etc. Nuestro equipo incluye servicios de valor añadido como la instalación, la garantía, el servicio post-venta, la entrega, la relación con las personas.
- f) Identificaremos las características fundamentales de nuestro producto y las convertiremos en beneficios para nuestros clientes. Recordemos que al fin y al cabo el cliente no compra el producto o servicio por sí mismo sino por los beneficios que pueda obtener con éste.

TIPOS DE MEGASQUIRT

Tabla N. 14: Tipos de Megasquirt

Características/ Versión	Megasquirt 1	Megasquirt 2	Megasquirt 3	Megasquirt 3 (expansión MS3X)
Producto (BlackBox)				
Resumen	Una opción barata, con características limitadas pero perfecta para inyección y encendido si eso quieres controlar, funciona muy bien si de uso diario quieres tu auto, muy parecido a MS2.	Más fácil para tunear, mas información para diagnosticar el funcionamiento del motor, mayores parámetros para modificar, control de inyección secuencial y bobinas independientes.	Todo lo que la MS1 y 2 trae como accesorios, mas entradas y salidas para sensores y actuadores, ideal para V8. Datalog con memoria SD, Check engine Light. Conexión USB complementado la con la MS3X	Control secuencial de 8 inyectores Hi-Z, 8 bobinas Logic Spark, control de largada, tabla de mapa, inyección de agua, nitro, control de tracción, boost control, VSS, Knock sensor x2, La mas completa.

Fuente: Investigación

Elaborado por: <http://www.megasquirt.cl/#!lista-de-precios/c11w6>

3.7 ANALISIS DE LA PROYECCION DE LA DEMANDA Y LA OFERTA

3.7.1 Demanda

Es la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido.

Para determinar la demanda de nuestro proyecto, hemos tomado en cuenta a los principales competidores y la cantidad de equipos similares que comercializan diariamente.

Los principales concesionarios que hemos analizado han sido: Automotores de la Sierra S.A, Importadora Tomebamba, Asiauto Riobamba, Ambandine – Mazda , todos estos negocios tienen gran afluencia, pero cabe recalcar que no existe MegaSquirt en ninguno de los concesionarios antes mencionados.

Por tal razón la comercialización de MegaSquirt , unidad de control de motor universal , no es común ante el mercado riobambeño.

Para determinar nuestra demanda visitamos los siguientes concesionarios de la ciudad:

Tabla N. 15: Concesionarios

CONCESIONARIOS	CANTIDAD SEMANAL	CANTIDAD DIARIA
AUTOMOTORES DE LA SIERRA S.A	24	4
IMPORTADORA TOMBAMBA	28	5
ASIAUTO RIOBAMBA	13	3
AMBANDINE – MAZDA	18	3
TOTAL	83	15

Fuente: Concesionarios de la ciudad

Elaborado por: Cristina Chávez.

El total de ventas son 15 unidades semanales, 90 equipos semanales, 360 mensuales y 3984 anuales.

Para la obtención de la demanda aplicamos la siguiente fórmula:

$$P_n = P_o (1 + i)^0$$

$$P_n = P_o (1 + 5, 0\%)^0$$

$$P_n = 3984(1 + 5, 0\%)^0$$

$$P_n = 3984 (1 + 0,05)^0$$

$$P_n = 3984 (1)$$

$$P_n = 3984$$

TABLA DE PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Tabla N. 16: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

AÑO	DEMANDA
2015	3984
2016	4183
2017	4612
2018	5339
2019	7490
2020	8283

Fuente: Concesionarios

Realizado por: Cristina Chávez

3.7.2 Análisis de la oferta

La oferta se la puede definir como la cantidad de bienes y servicios que cierto número de oferentes están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

Mediante la determinación de la oferta nosotros podremos cuantificar el mercado que vamos a cubrir para lo cual nosotros hemos establecido el 25%.

Para la obtención de la oferta aplicamos la siguiente fórmula:

$$D = 3984 \times 25\% = 966 \quad D = 3984 - 966 = 2988 \quad D = 2988$$

TABLA DE PROYECCIÓN DE OFERTA

Tabla N. 17: PROYECCIÓN DE LA OFERTA

AÑO	OFERTA
2015	2988
2016	3137
2017	3459
2018	4004
2019	4867
2020	6212

Fuente: Cuadro de proyección de la demanda
Realizado por: Cristina Chávez

3.7.3 Análisis de la demanda insatisfecha

Se denomina demanda insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros. La demanda insatisfecha se la obtiene de la resta de la demanda menos la oferta.

A continuación hacemos una proyección de la demanda insatisfecha para abastecer un 25% del mercado, ya que aún no estamos en la capacidad para cubrir un mayor porcentaje.

OFERTA, DEMANDA Y DEMANDA INSATISFECHA

Tabla N. 18: DEMANDA INSATISFECHA

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2015	3984	2988	996
2016	4183	3137	1046
2017	4612	3459	1153
2018	5339	4004	1335
2019	6490	4867	1623
2020	8283	6212	2071

Elaborado por: Cristina Chávez

Fuente: Tabla de proyecciones Oferta y Demanda

3.8 COMPETIDORES

El análisis de la competencia nos llevará a tener un punto de referencia para el proyecto, lo que sí se analizará es aquello que debemos hacer diferente y mucho mejor, por ende será una acción estratégica que difiera de las prácticas emprendidas por los rivales.

Pues pocas empresas y personas naturales se dedican a este tipo de negocio, es decir a la importación de equipos de control automatizados, actualmente en el mercado riobambeño solo existen concesionarias que importan computadoras de vehículos normales como son : Automotores de la Sierra S.A, Importadora Tomebamba, Asiauto Riobamba , Ambandine- Mazda y una empresa que importa un equipo similar pero de diferente marca ya que debemos recalcar que no cuentan ni con la información de este equipo convirtiéndose en una ventaja para la empresa Injection Power.

Después de un pequeño sondeo logramos obtener el precio del equipo similar y de otra marca este comercializado en el mercado en promedio de \$ 1100 esto incluye la instalación.

3.8.1 ANALISIS DE COMERCIALIZACION

La decisión sobre el canal de distribución o comercialización es un factor relevante que debe considerar una empresa para la distribución de su producto, por lo tanto el punto de partida para establecer un buen sistema de comercialización es poder determinar los diferentes tipos de canales de distribución, y de esta forma elegir el mejor medio que se adapte a nuestros requerimientos, y a su vez implantar en Ecuador un servicio eficaz con una ágil entrega, una eficaz atención al cliente, y a su vez nuestro servicio post venta ,que será la instalación del equipo de control automatizado lo cual nos permitirá tener una estrecha relación con el cliente.

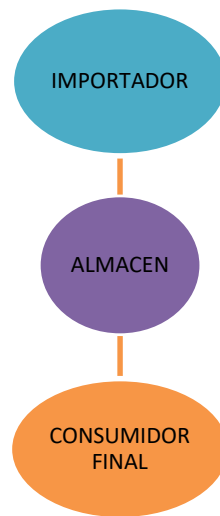
Existen varios tipos de canales de distribución:

- 1) **Canales para productos de consumo**, aquellos que los consumidores finales compran para su uso personal.
- 2) **Canales para productos industriales o de negocio a negocio**, aquellos que se compran para un procesamiento posterior o para usarse en un negocio.

3.9 COMERCIALIZACIÓN DE EQUIPOS DE CONTROL AUTOMATIZADOS MEGASQUIRT.

Como nos podemos fijar en la gráfica la comercialización de este equipo será directamente con el cliente, aplicando estrategias de marketing directo para con nuestros consumidores finales.

Grafico N. 7: Comercialización de MEGASQUIRT



Elaborado por: Cristina Chávez

Fuente: Tabla de proyecciones Oferta y Demanda

Como nos podemos fijar en la gráfica la comercialización de este equipo será directamente con el cliente, aplicando estrategias de marketing directo para con nuestros consumidores finales.

PRECIOS

Uno de los factores más importantes en el proyecto sin duda es el que tiene que ver con el precio.

Se denomina precio al valor monetario asignado a un bien o servicio.

Conceptualmente, se define como la expresión del valor que se le asigna a un producto o servicio en términos monetarios y de otros parámetros como esfuerzo, atención o tiempo, es así que este producto o servicio que se intercambia tiene valor para el público en la medida que es capaz de brindarle un beneficio, resolverle un problema, satisfacerle una necesidad o cumplirle un deseo; por ello, la palabra clave de esta definición conceptual de precio es valor.

Finalmente para la fijación del precio se debe considerar dos aspectos importantes como establecer los costos de importación y lo concerniente a la competencia, considerando siempre que se debe determinar un precio menor a los ya ofertados por nuestra competencia.

CAPITULO IV: MARCO PROPOSITIVO

El presente proyecto consiste en determinar la posibilidad técnica de importar un producto, fijando el tamaño óptimo desde el punto de vista físico y financiero, la localización correcta, identificar el proceso de importación más adecuado, para el funcionamiento operativo del proyecto. Por lo señalado éste estudio pretende responder varias interrogantes: cuánto, cuándo y cómo importar.

4.1 Objetivo del Marco Propositivo

- Determinar la accesibilidad técnica para las importaciones de equipos de control automatizados al mercado riobambeño.
- Crear un tamaño óptimo correcto del proyecto.
- Conocer el proceso adecuado para la importación.
- Indagar el proceso y los costos de importación.

4.2 DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DEL PROYECTO

Para determinar el tamaño del proyecto primero se identifica el volumen de importación del producto tomando en cuenta los costos que tendrán de acuerdo con la cantidad de clientes que van a comprar; para ello debemos considerar la demanda y la oferta existentes, por la capacidad de inversión, por los aspectos técnicos y tecnológicos; por los ingresos y costos que puedan manejarse.

4.2.1 Factores de Viabilidad

Estos factores contribuyen a determinar el tamaño de la importación, ya que tiene una relación recíproca entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de equipos que se tendrán el financiamiento.

4.2.2 Factores de Optimización

La empresa INJECTION POWER irá a la par con la cantidad demandada por los compradores, por lo que el proceso de importación no se hará de manera frecuente ya que todo esto depende de los posibles clientes que tendremos.

4.3 Localización del Proyecto

4.3.1 Macro localización

Se debe establecer la ubicación geográfica para la realización del proyecto para esto se debe definir bien los parámetros importantes en el mercado.

El proyecto está ubicado en el Ecuador, en la región Sierra, en la provincia de Chimborazo, en la Ciudad de Riobamba por ser una zona de comercio en el país:

- a. La infraestructura cuenta con servicios de: Luz eléctrica, agua potable, calles pavimentadas, escuelas, vías de comunicación y medios de transporte.
- b. Tiene disponibilidad de personal adecuado que se encargara de la importación ya que se debe contar con gente que sea apta para realizar este proceso.
- c. Es accesible a Instituciones gubernamentales que faciliten obtener los respectivos
- d. permisos para el funcionamiento de la empresa como los municipios para obtener permiso de funcionamiento como empresa, pago de impuestos.

Grafico N. 8: Macrolocalización Empresa Injection Power



Fuente: Google Maps

Elaborado por: Cristina Chávez

4.3.2 Microlocalización

La empresa INJECTION POWER se encuentra ubicada en la ciudad de Riobamba provincia de Chimborazo, Parroquia Velasco debido a que es un punto estratégico para la comercialización de accesorios, partes y piezas de vehículos automotores.

4.3.3 Ubicación de la Empresa

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Dirección: Av. Antonio José de Sucre.

Referencia: A dos cuadras de la UNACH CAMPUS EDISON RIERA kilometro 2.

Teléfono: 032604456

Celular: 0995086897

4.4 INGENIERÍA DEL PROYECTO

4.4.1 Infraestructura física de la empresa

Injection Power cuenta con:

1. Terreno de 350 m²

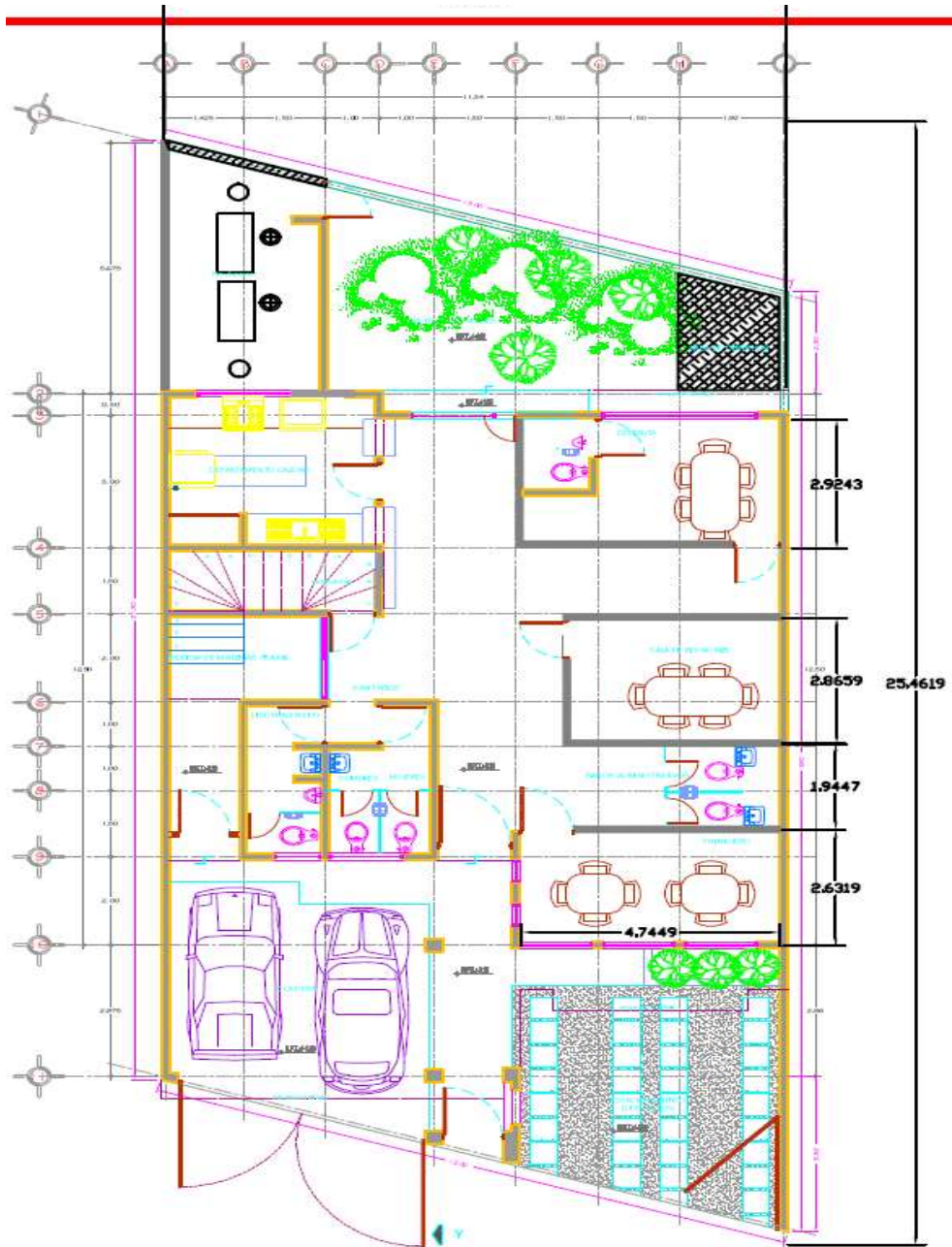
Tabla N. 19: INFRAESTRUCTURA INJECTION POWER

LUGAR	ÁREA DE CONSTRUCCIÓN
Área Administrativa - Financiera-Marketing.	100m ²
Área de Mantenimiento	130m ²
Área de bodega	50m ²
Área Libre	70m ²
TOTAL	350m²

Fuente: Injection Power

Elaborado por: Cristina Chávez

Grafico N. 9: ESTRUCTURA FISICA DE INJECTION POWER



Fuente: Injection Power
Elaborado por: Injection Power

4.5 DISTRIBUCION DE LA EMPRESA

4.5.1 DISPOSICIÓN GENERAL DE LA EMPRESA

Como se puede apreciar en el croquis que se presenta a continuación, la empresa Injection Power tiene la amplitud necesaria para realizar la comercialización de MegaSquirt, contando con suficiente espacio.

Área Administrativa-Financiera- Marketing.- Esta área maneja todo lo relacionado con el control de todas las operaciones que realiza la empresa, además realiza funciones transacciones financieras a través de estados financieros. En esta misma área se encuentra el departamento de Marketing el cual se encarga de buscar las estrategias necesarias para alcanzar los objetivos de la empresa.

Área de Mantenimiento.- En esta área se realiza todo el proceso de arreglo, reparación de los vehículos que ingresen a la empresa.

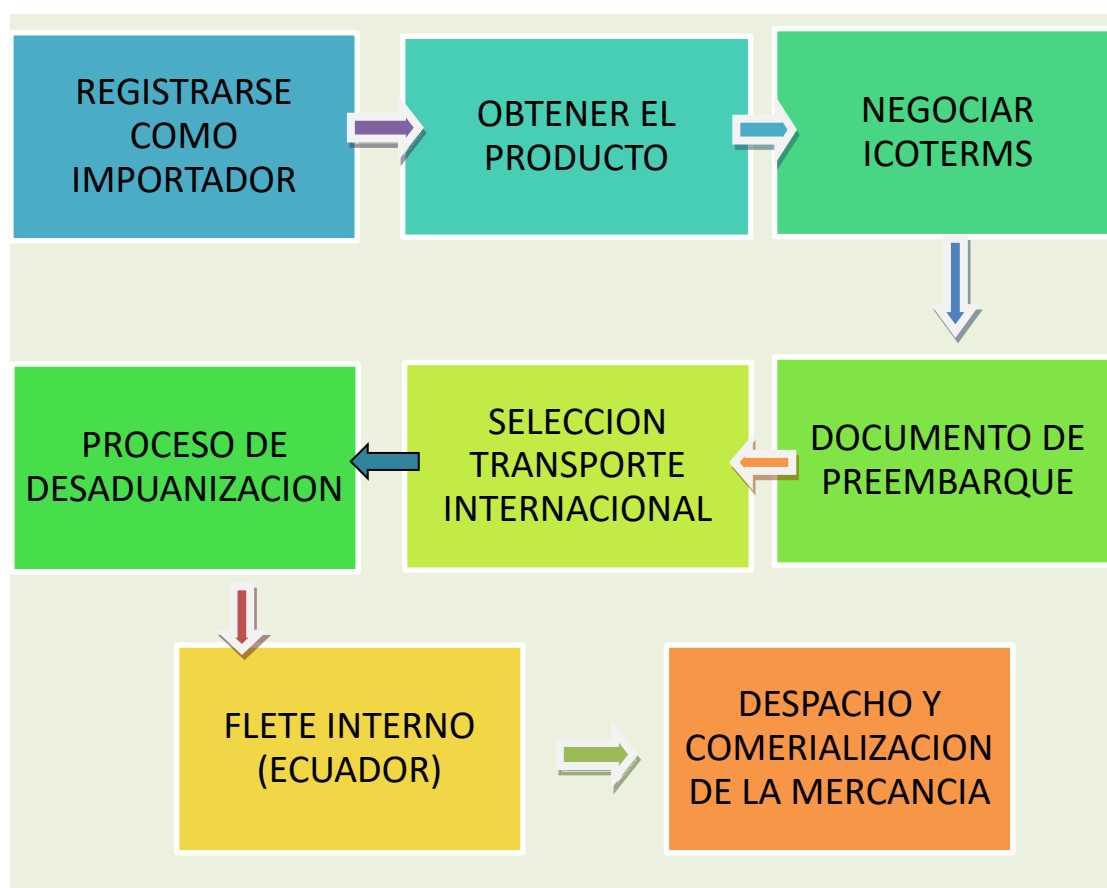
Área de Bodega.- Donde se almacenaran de forma adecuada y ordenada todos los productos a ser comercializados.

Área Libre.- Aquí se podrán estacionar todos los vehículos que ingresen de nuestros clientes, trabajadores, y personas que ingresen a la empresa.

4.6 PROCESO DE IMPORTACION

4.6.1 FLUJOGRAMA DEL PROCESO DE IMPORTACION

Grafico N. 10: Flujoograma del Proceso de Importación



Fuente: Injection Power

Elaborado por: Cristina Chávez

4.7 Desarrollo de la Importación:

4.7.1 Logística de importaciones

Es imprescindible primero conocer el tipo de mercancía a importar, ya que debemos tomar en cuenta si ésta requiere de autorizaciones previas, licencias, permisos, cupos, o algún tipo de registros, es por ese motivo que dicha información la encontraremos en el Arancel de Importaciones, y la resolución del COMEXI # 182.

En el flujo de importación ya detallamos los requisitos y pasos que se tiene que cumplir para la importación.

El equipo que se van a importar para su nacionalización ingresarán bajo el arancel numero 8409.91.00.00 , con la clasificación arancelaria para repuestos, partes, y accesorios para vehículos automóviles , y para ser nacionalizada deberá pagar un impuesto del 13% .

4.7.2 Requisitos para ser importador

Puede ser importadores cualquier persona natural o jurídica que dispongan de ciertos requisitos.

En este caso para importar MegaSquirt no se necesita tener creada una empresa, por consiguiente se procederá a solicitar la licencia de importador como persona natural.

Los pasos son los siguientes:

1. Obtenga el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI).
2. Regístrese como importador ante la Aduana del Ecuador, ingresando en la página: www.aduana.gob.ec, link: OCE's (Operadores de Comercio Exterior), menú: Registro de Datos. Una vez aprobado su registro, se podrá acceder a los servicios que le brinda el Sistema Interactivo de Comercio Exterior (SICE).
3. Dentro del SICE, registre su firma autorizada para la Declaración Andina de Valor (DAV), opción: Administración, Modificación de Datos Generales.
4. Una vez realizados los pasos anteriores, ya se encuentra habilitado para realizar una importación; sin embargo, es necesario determinar que el tipo de producto a importar cumpla con los requisitos de ley. Esta información se encuentra establecida en las Resoluciones Nos. 182, 183, 184 y 364 del 113 Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEXI), www.comexi.gov.ec, link: Resoluciones.
5. Se procede a buscar la asesoría y servicios de un Agente de Aduana de confianza, quien realizará los trámites de desaduanización de sus mercancías. El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en la página web: www.aduana.gob.ec33. (Lopez, 2014)

4.7.3 Factura proforma

Una factura proforma es una declaración en forma de factura para la entrada de los productos. La factura proforma se puede usar para negociar la orden de importación y para presentar la oferta del proveedor, la factura proforma transmite al comprador o importador el precio y las condiciones de venta.

4.7.4 Elaboración de la nota de pedido

La nota de pedido es una orden o una solicitud hecha a un fabricante o proveedor. Es decir al recibir la factura proforma y si se está de acuerdo con el contenido se la regresará vía fax como pedido formal.

Aquí unos detalles de qué información se deben tener en la nota de pedido.

- País de Origen
- Puerto o lugar de embarque
- Marcas
- Puerto o lugar de destino
- Seguro
- Sub partidas arancelarias
- Peso neto
- Peso bruto
- Fecha de negociación

(<http://www.aduana.gov.ec/contenido/procImportar.html>, 2012)

(ESTRADA P. , 2006)

La descripción de las mercancías constará de lo siguiente:

- Descripción de las mercancías
- Unidades
- Precio unitario
- Precios totales
- Flete
- Seguros

4.7.5 Términos de negociación

Los INCOTERMS 2010 o Términos Internacionales de Comercialización son un conjunto de reglas y disposiciones que son utilizados en el comercio exterior para establecer la distribución de los gastos y a la vez determinar cuándo empieza el riesgo y cuándo termina el mismo al hacer una compraventa internacional.

Los equipos de control automatizados a importar se los realizará bajo el Incoterm FCA - Free Carrier (libre transportista, lugar convenido) ya que con dicho término los proveedores cumplirán con su obligación cuando ha puesto la mercancía a disposición del comprador sobre el medio de transporte internacional en el aeropuerto de salida, con esto queremos decir que nosotros como compradores asumiremos todos los gastos y riesgos desde que la mercancía es embarcada en origen, los equipos de control automatizados vienen embalados en cajas de cartón de fábrica, por lo cual no requieren de costos adicionales para su transportación, por las características que ya cumplen.

(ESTRADA P. , 2006)

4.7.6 Factura comercial

Este es un documento indispensable en el comercio, es emitido por el exportador al importador y es utilizado por los entes aduaneros.

En la factura comercial se describe lo siguiente:

- Mercancías que constituyan la base de la transacción
- Valor total
- Condiciones de pago
- Cantidad
- Moneda de transacción
- Términos de la negociación (INCOTERMS)

Las facturas sirven para el despacho de la mercancía en aduana del país de destino y como justificación de la misma.

Para nuestro proyecto se usará la condición de pago Giro Directo, el mismo que se lo realizará a través de tarjeta de crédito.

4.7.7 Póliza de seguro

El seguro de transporte cubre los riesgos a los cuales la mercadería está expuesta en el curso del viaje a asegurar.

Para conseguir la póliza hay que dirigirnos a una compañía de seguros o un bróker extranjero domiciliado en el país y solicitar una cotización de seguros.

La compañía pide el valor de la mercancía a importarse y el valor del flete de la misma, desde el país de origen hasta el Ecuador.

Para este proyecto trabajaremos con Seguros Cotopaxi y se pagara el 1% del valor FCA, aparte de esto existe la contribución a la Superintendencia de Bancos (CSB) lo cual constituye el 3.5% de la prima, también tenemos que pagar el derecho de emisión (DE) que constituyen los valores que establece la compañía por los documentos emitidos y el 12% del valor del IVA.

La póliza de seguros constará de lo siguiente.

Nombres y domicilio del asegurador

- El carácter con los que el asegurado contrata el seguro, si se da su nombre o a cuenta de otro
- La designación clara de la naturaleza y el valor de los productos asegurados y su situación
- La cantidad asegurada
- La fecha en donde comienzan y concluyen los riesgos para el asegurador
- La prima del seguro y la forma que ha de ser pagada
- La fecha de celebración del contrato

La información facilitada por el importador es de suma importancia para el asegurador, de igual manera toda la información que la aseguradora requiera por parte del asegurado, ya que de esta manera se podrá valorar y se ponderará el riesgo basándose en el principio de la máxima buena fe, el mismo que da fundamentos al contrato ya que se tendrá que tratar con acuerdos sobre eventos fortuitos, la exacta valoración de los riesgos y el estado real de los mismos.

4.7.8 Certificado de origen

El certificado de origen es un documento por el cual el productor final, o en su caso el exportador, declaran bajo juramento que la mercancía que se va a importar ha cumplido con los requerimientos. Este documento se presenta en diferentes formatos según el respectivo acuerdo, y habilitará al importador a nacionalizar las mercancías beneficiándose de las respectivas preferencias.

Nuestros productos será importado desde Estados Unidos de Norteamérica, por tal motivo no se necesita de certificado de origen, de igual manera nuestro proveedor directo será DiyoAutoTune, con sede en Georgia, el mismo que por más que tenga distribuidores en otros países u otros estados en EE.UU., la negociación será con la sede o matriz de distribución.

(<http://www.fedexpor.com/contenido.php?idSubTema=22>, 2012)

4.7.9 Conocimiento de embarque

Este documento depende del medio de transporte que se escoja para trasladar la mercancía. El conocimiento de embarque es el recibo que prueba el ingreso de la mercancía, sin este título no se puede retirar en el lugar de destino. De acuerdo al medio de transporte toma el nombre específico. Para este proyecto será por vía aérea, es decir tendremos un conocimiento de embarque aéreo o AIRWAIL o GUÍA AÉREA.

4.7.10 Transporte internacional

Una operación de tránsito aduanero es aquella en la cual mediante una empresa de carga internacional se efectúa el transporte de las mercancías.

Para nuestro proyecto el equipo de control automatizado MegaSquart es de origen americano, es decir provienen desde EE.UU, por este motivo el medio de transporte seleccionado será el aéreo, ya que por medio del mismo se obtendrán algunos beneficios tales como son: la seguridad, rapidez en el tiempo de llegada y más que todo el beneficio de tener rápidamente en nuestro país el equipo de control automatizado.

La empresa será **DIYOAUTO TUNE**, el aeropuerto en origen será en Georgia , con un tiempo estimado en la demora de 5 días aproximadamente, bajo los términos de negociación ya seleccionados que será FCA, es decir la mercadería será entregada en el aeropuerto de salida y embarcada en el medio de transporte internacional.

4.7.11 Desaduanización de las mercancías

El proceso de nacionalización de las mercancías se lo realizará con nuestro Agente Afianzado de Aduanas, este a la vez lo perfeccionará a través de la Declaración Aduanera, dicha declaración se la presentará a través del SICE y el DAU con la declaración de las mercancías provenientes del extranjero, en la que solicita el régimen aduanero al que se someterán. El plazo previsto para la presentación de la declaración es de 7 días antes y hasta 15 días hábiles después de la llegada de la mercancía. (<http://www.monografias.com/trabajos31/conocimiento-embarque/conocimiento-embarque.shtml#concep>, 2013)

Nuestros productos se acogerán al régimen 10 es decir la importación definitiva, la declaración comprenderá la autoliquidación de los impuestos correspondientes que tiene los siguientes pasos:

- Digitalización
- Registro de firmas para el DAV
- Llenado del DAU y DAV
- Envío electrónico
- Aceptación y refrendación por parte de la Aduana
- Presentación de la documentación, previamente refrendada por la Aduana
- Revisión documental
- Sorteo de aforo
- Aforo (puede ser físico, documental o automático)
- Liquidación
- Pago de impuestos (importador-agente de aduanas) y sello
- Declaración de pago y de liquidación
- Entrega de la mercadería

4.7.12 DAV (Declaración Andina del Valor)

- El importador ingresará al sitio Web de la Corporación Aduanera Ecuatoriana www.aduana.gov.ec
- Presionará en la opción “Servicios” el link SICE
- Ingresará al SICE con el usuario, la clave de acceso y elegirá el tipo de operador “Importador” que presenta dicha página
- Seleccionará dentro del menú Administración, la opción “Modificación de Datos Generales del Operador de Comercio Exterior (OCE)”
- Revisar los datos generales registrados anteriormente en el sistema.

Click en la sección registro de autorización para DAV, donde deberá llenar de forma obligatoria todos los campos.

A parte nosotros como importadores debemos facilitar los siguientes datos:

- Marca comercial de cada uno de los productos
- Modelos de cada uno de los productos
- Año de fabricación de cada uno de los ítems de su factura de importación
- Estado de la mercadería (nuevo, usado, re manufacturado)
- Forma de pago (giro directo, a plazos 30 días, carta de crédito; etc.)
- Término de negociación (FOB, FCA, CFR, etc.)
- Existe vinculación con el proveedor
- Características del equipo.
- Registró de la firma en la web de la SENAE
- País de origen de cada uno de los ítems
- Nombres completos y cargo del representante legal

4.7.13 Entrega de la documentación en la Secretaría del Distrito

.

Finalizado el registro en el sistema del servicio nacional de aduanas, el importador deberá acercarse a la Secretaría de cualquier Distrito Aduanero para ingresar la documentación referente al Ingreso de Datos del Operador de Comercio Exterior (notariado), anexando una solicitud dirigida a la Gerencia Distrital.

- Si no existe delegación, únicamente deberá entregar el Registro de Firma para Declaración Andina del Valor arriba mencionado en la Secretaría de cualquier Distrito

Aduanero, junto con el documento de “Ingreso de Datos del Operador de Comercio Exterior”, tanto para personas naturales como jurídicas (Representante Legal), anexando una solicitud dirigida a la Gerencia Distrital.

- El funcionario aduanero de Secretaría, deberá revisar y verificar la documentación recibida y compararla con la que el importador registró previamente vía electrónica.

- Producto de la revisión y conformidad el funcionario aduanero de Secretaría habilitará en el sistema a las personas autorizadas para la firma en la DAV.

- En caso de existir inconformidad con la documentación, la misma será devuelta al importador para la corrección de ésta.

- Esta documentación deberá ser entregada en la Secretaría del Distrito en un plazo máximo de tres días hábiles luego de haber registrado las personas autorizadas en el sistema SICE, caso contrario dicho registro será anulado automáticamente.

- Estos pasos los realizará el importador por una sola vez para que queden registradas y habilitadas las firmas de las personas autorizadas para firmar la DAV en el sistema SICE del Servicio Nacional de Aduanas, las cuales serán verificadas en el momento que el Agente de Aduana presente la Declaración Aduanera para la nacionalización de mercancías.

(<http://www.bc-portal.com.ec/reformas/Procedimiento%20Para%20Firmar%20Dav.pdf>, 2011)

4.7.14 DAU (Declaración Aduanera Única)

La declaración aduanera única es un documento administrativo que se usa para el cumplimiento de formalidades aduaneras propias en las operaciones de comercio exterior, tales como son: la importación, exportación y tránsito con el objeto de servir para la declaración tributaria y así construir un soporte para la información sobre las mercancías, su origen, etc.

Para la presentación de la DAU se necesitan los siguientes documentos de acompañamiento:

- Original o copia negociable de orden de embarque; B/L si es transporte marítimo; guía aérea si es aéreo y carta porte si es terrestre
- Facturas comerciales originales
- Póliza de seguro
- Declaración andina del valor
- Si fuese el caso: licencias previas o permisos de importación, estos pueden ser certificados: INEN, CONSEP, MIPRO, MIC, Ministerio de Salud Pública.

4.7.15 Llenado del DAU y DAV

Estos documentos son de envío obligatorio, por este motivo es muy importante que el Agente Afianzado de Aduanas esté al tanto de todo lo que debe contener el formato de dichos documentos, puesto que de esta manera nos evitaremos multas.

· Declaración Aduanera Única (DAU)

Contiene la siguiente información: Aduana de destino, banco corresponsal, importador, agente, autorizaciones, transacción, embarcador, remitente, certificados, medio de transporte, tipo de carga, tránsito, régimen precedente, determinación de la base imponible, y tipo de garantías.

· Declaración Andina de Valor (DAV)

Contiene la siguiente información: Aduana de destino, consignatario, datos del proveedor, intermediario entre comprador y vendedor, condiciones de la transacción, determinación del valor en aduana, y desagregación del valor en aduana.

4.7.16 Aceptación de la declaración

Una vez ya presentada la declaración, el Distrito verificará los datos del formulario, es decir que la documentación esté acorde con la declaración, esto deberá contener:

La clasificación arancelaria con el valor de la mercadería, que tanto el importador como el agente estén habilitados, y que el RUC esté activado (lista blanca). Si no hay ninguna

observación se aceptará la declaración donde procederán a ponerle “fecha de aceptación”, la cual servirá para determinar la tarifa arancelaria (TA) y la cotización monetaria; posterior a esto le fijarán una fecha de aprobación la cual servirá para el aforo futuro.

Cabe recalcar que hasta este paso el proyecto no debe presentar observaciones en Aduana, debido a que se tendrá que aceptar las mismas, pagando multas y de ahí esperar al aforo. (http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8128/1/45535_1.pdf, 2011)

4.7.17 Aforo

Es el acto administrativo de determinación tributaria, mediante el cual el Distrito Aduanero procede a la revisión documental o al reconocimiento físico de la mercancía para establecer su naturaleza, cantidad, valor y clasificación arancelaria.

El aforo físico debe realizarse con la presencia del Agente de Aduanas y/o la verificadora o funcionario de Aduanas.

El aforo físico en destino es obligatorio, en los siguientes casos:

1. Cuando como resultado de la aplicación del sistema de perfiles de riesgo resulte seleccionado para el aforo.
2. Cuando el declarante no acepte las observaciones formuladas por la Aduana a su declaración.
3. Cuando el bodeguero anuncia que la mercadería llegó en mal estado.
4. Cuando lo solicite el declarante.
5. Cuando el Director Distrital conociere o presumiere del cometimiento de un ilícito aduanero.
6. Los casos que establezca el Directorio de la SENAE.
7. Procede al aforo documental cuando no se active el mecanismo de selección aleatoria. (<http://www.aduana.gov.ec>, 2011)

4.7.17 Plazo para el aforo físico (COPCI)

Según la ley, a partir de la fecha de aceptación se tendría 5 días hábiles para presentarnos al aforo físico, caso contrario se considerará a la mercadería en abandono tácito. Cuando la mercancía supere el valor de los USD 4.000, el valor a cancelar es de USD 200 y a este valor se debe incluir el 12% del IVA, cuando el aforo es en destino y lo realice una empresa verificadora.

Dado el caso que el aforo lo realice un funcionario de Aduana (físico aduana) no se cobrará ningún valor.

(http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8128/1/45535_1.pdf, 2011)

4.7.18 Liquidación

Una vez finalizado el aforo, se pagan los tributos, el valor de la liquidación se la paga en cualquier banco que integre la red Banred.

4.7.19 Entrega de la mercancía

Después de que se hayan pagado los tributos al comercio exterior, que se haya comprobado el pago de los mismos y cuando se presente el certificado liberatorio otorgado por la autoridad competente, es cuando se procede a la entrega de las mercancías.

Una vez autorizada la entrega, ninguna autoridad podrá retenerla, salvo orden judicial que disponga lo contrario. (Pozo, 2010)

Además de retirar la mercancía, se debe cancelar los valores de almacenaje y lo que cobran las bodegas temporales (TELEMERC, etc.).

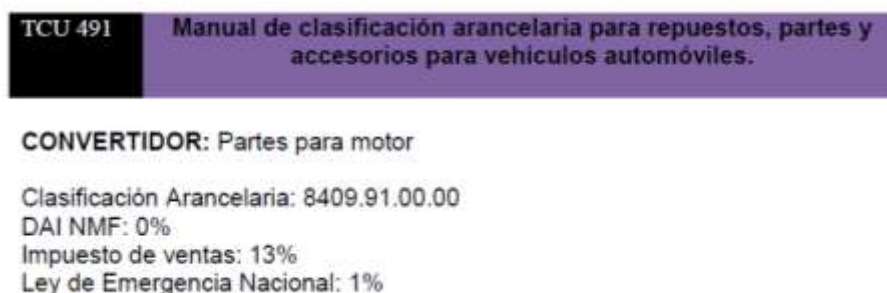
4.7.20 Transporte interno

Es aquel que se encuentra a nuestra disposición para efectuar actividades dentro del país o del territorio nacional, para dichos efectos se ha decidido contratar a la Empresa de

Transporte Seguro Cotopaxi S.A., para el traslado Ley Orgánica de Aduanas interno del equipo de control automatizado importados, se ha negociado un valor por el flete interno de USD 100.

4.7.21 Comercialización del bien o producto

La comercialización del equipo de control automatizado se lo realizará directamente desde las instalaciones de la empresa Injection Power .



MERCANCIA A IMPORTAR

Tabla N. 20: Mercancía a importar

DETALLE	VALOR
FCA	442,60
FLETE(1,50x1kg)	6,64
SEGURO (2% CYF)	8,85
TOTAL CIF	458,09
AD-VALOREM 13% CIF	59,56
FODINFA 0.5%	0,30
SUBTOTAL	517,95
IVA	62,15
TOTAL	580,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Cristina Chávez

CAPITULO V: ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero muestra las inversiones y gastos requeridos para poner en marcha el plan de importación, así como también proyecta un análisis de los estados financieros que tendrá que incurrir la empresa con el fin de evaluarlos y determinar si el proyecto es viable y cumple con las expectativas visionarías de los inversores.

5.1 INVERSIONES REQUERIDAS

En relación a las inversiones para poner en marcha el plan de importación, se las categoriza en inversiones fijas, intangibles y capital de trabajo, en el cual se desglosa el costo de ventas, los gastos administrativos, gastos de venta se toman en consideración el transporte y los trámites de importación.

5.1.1 Inversiones fijas

Las inversiones fijas son los activos va a poseer la empresa, se la clasifica en edificios, maquinarias, muebles de oficina, equipo de oficina y equipo de cómputo, es decir todas las inversiones que son palpables.

Tabla N. 21: Inversiones fijas

CUENTA	CANTIDAD	P. UNITARIO	SUBTOTAL	TOTAL
Inversión Fija				\$ 59.100,00
Edificio			\$ 52.000,00	
Maquinaria			\$ 3.000,00	
Empacadora	1	\$ 1.800,00		
Etiquetadora	1	\$ 1.200,00		
Muebles de Oficina			\$ 2.460,00	
Equipo de Oficina			\$ 240,00	
Equipo de cómputo			\$ 1.400,00	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

5.1.2 Inversiones intangibles

Las inversiones intangibles son los desembolsos que adquieren activos que no son palpables, para el presente plan son los gastos de organización y los estudios.

Tabla N. 22: Inversiones intangibles

CUENTA	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
Inversión Intangible		\$ 1.530,00	\$ 1.530,00
Estudios y proyectos de ingeniería	\$ 800,00		
Gastos de capacitación personal.	\$ 730,00		

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

5.2 COSTO DE VENTAS

El costo de venta es el desembolso que se debe realizar para comercializar el producto de la empresa. Es el valor en que se ha incurrido para comprar el bien que luego se comercializará.

Tabla N. 23: Costo de ventas (mensual)

CUENTA	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
Costo de ventas	61	580	\$35,380.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

5.2.1 Gasto de administración

Los gastos de administración se deben considerar los sueldos de los empleados y los trabajadores de la empresa y los servicios básicos.

Tabla N. 24: Gastos administrativos (mensual)

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	DETALLE	VALOR TOTAL
Sueldos		\$600.00
Gerente	\$550.00	
Mantenimiento	\$50.00	
Total		\$600.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

5.2.2 Gastos de venta – importación (mensual)

Los gastos de exportación son todos los rubros necesarios para poder importar y trasladar el producto del puerto hacia el almacén, además del salario del operador

Tabla N. 25: Gastos de venta – Importación (mensual)

GASTOS DE VENTA	VALOR
Transporte, Estiba, Seguro Interno.	\$ 475,32
Servicios y Trámites de Importación, Agente de aduanas.	\$ 520,93
Operario	\$ 360,37
Total	\$ 1.415,62

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

Detalle: Salario del operador

En este rubro se cuantifica al operario que se requiere para la manipulación y almacenar el producto dentro de la empresa.

Tabla N. 26: Operario

Cargo	Sueldo	Décimo tercero	Décimo cuarto	Aporte patronal (11,15%)	Aporte personal (9,35%)	Sueldo	Anual
Obrero 1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 33,10	\$ 360,37	\$ 5.032,46

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

5.2.3 Total de inversión

A continuación se muestra en conjunto todas las inversiones que requieren para que el proyecto de inversión de la empresa.

Tabla N. 27: Total de inversión

Cuenta	Cant.	P. Unitario	Parcial	Subtotal	Total
Inversión Fija					\$59,100.00
Edificio				\$52,000.00	
Maquinaria				\$3,000.00	
Empacadora	1		\$1,800.00		
Etiquetadora	1		\$1,200.00		
Muebles de Oficina				\$2,460.00	
Equipo de Oficina				\$240.00	
Equipo de cómputo				\$1,400.00	
Inversión Intangible				\$1,530.00	\$1,530.00
Estudios y proy. de inge.			\$800.00		
Gastos de cap. personal			\$730.00		
Capital de Trabajo					\$43,995.62
Costo de ventas				\$35,380.00	
Gatos Administrativos				\$7,200.00	

Gastos de Venta				\$1,415.62	
Transporte, Estiba,			\$475.32		
Seguro Interno.					
Serv. y Trám. de			\$520.93		
Exportación					
Sueldos	1	\$ 419,37	\$ 419,37		
Total Inversión					\$104,625.62

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

El total de la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto es de \$ **\$104,646.62**

5.2.4 Costos y gastos anuales

A continuación se muestra todos los costos y gastos de manera integral y anualizados, para poder realizar el estado de resultados, flujo de efectivo y cálculo del punto de equilibrio.

Tabla N. 28: Matriz de costos y gastos (anual)

CUENTA	FIJO	VARIABLE
Costo de ventas		\$424,560.00
Gatos administrativos	\$7,200.00	
Gastos de venta	\$16,987.44	
Subtotal	\$24,187.44	\$424,560.00
Total	\$448,747.44	

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

Todos los rubros determinados se los utiliza para la realización de estado de resultados y flujo de caja.

Precio unitario de venta

A continuación con los datos anuales se procede a calcular el precio de venta al que se planea vender el producto.

Tabla N. 29: Precio unitario de venta

Costo de ventas	\$424,560.00
Gastos administrativos	\$7,200
Gastos de venta	\$1,415.62
Unidades adquiridas	732
Costo unitario	\$580.00
Margen de utilidad	15.00%
Precio de venta	\$667.00
Ventas anuales	\$488,244.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

5.2.3 Cálculo de los ingresos.

La Empresa tiene la capacidad de comercializar 732 equipos anuales, es decir 61 equipos mensuales, que son los que se van a importar, el precio de venta es 667.00 dólares, se considera además que el promedio de crecimiento vehicular en la ciudad de Riobamba es de un 5% más cada año, tasa que es considerada para la proyección de los ingresos.

Ventas anuales: $732 \times 667 = \$488,244.00$

Para la proyección se utiliza el método del monto o crecimiento poblacional, a continuación se encuentra la fórmula:

$$V_f = V_a(1+r)^n$$

Dónde:

V_f = valor futuro

V_a = valor actual

r = tasa de proyección

n = tiempo

$$\text{Año 1} = \text{Año 1}(1+0,05)^0$$

$$\text{Año 1} = \$ 488,244.00(1,05)^0$$

$$\text{Año 1} = \$ 488,244.00$$

$$\text{Año 2} = \text{Año 1}(1+0,05)^1$$

$$\text{Año 2} = \$ 488,244.00 (1,05)^1$$

$$\text{Año 2} = \$512,656.20$$

$$\text{Año 3} = \text{Año 1}(1+0,05)^2$$

$$\text{Año 3} = \$ 488,244.00 (1,05)^2$$

$$\text{Año 3} = \$538,289.01$$

$$\text{Año 4} = \text{Año 1}(1+0,05)^3$$

$$\text{Año 4} = \$ 488,244.00 (1,05)^3$$

$$\text{Año 4} = \$565,203.46$$

$$\text{Año 5} = \text{Año 1}(1+0,05)^4$$

$$\text{Año 5} = \$ 488,244.00 (1,05)^4$$

$$\text{Año 5} = \$593,463.63$$

Tabla N. 30: Ingresos proyectados

Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$488,244.00	\$512,656.20	\$538,289.01	\$565,203.46	\$593,463.63

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

5.3 ESTADOS FINANCIEROS

Tabla N. 31: Estado de resultados

Cuenta	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas	\$488,244.00	\$512,656.20	\$538,289.01	\$565,203.46	\$593,463.63
Costo de Ventas	\$424,560.00	\$445,788.00	\$468,077.40	\$491,481.27	\$516,055.33
Utilidad Bruta	\$63,684.00	\$66,868.20	\$70,211.61	\$73,722.19	\$77,408.30
(-) Gastos de Administración	\$7,200.00	\$7,560.00	\$7,938.00	\$8,334.90	\$8,751.65
(-) Gasto de Ventas	\$16,987.44	\$17,836.81	\$18,728.65	\$19,665.09	\$20,648.34
Utilidad Neta	\$39,496.56	\$41,471.39	\$43,544.96	\$45,722.21	\$48,008.32
(-) 15% part Trabajadores	\$5,924.48	\$6,220.71	\$6,531.74	\$6,858.33	\$7,201.25
Utilidad a impuesto a la renta	\$33,572.08	\$35,250.68	\$37,013.21	\$38,863.87	\$40,807.07
(-) 22% Impuesto a la renta	\$7,385.86	\$7,755.15	\$8,142.91	\$8,550.05	\$8,977.56
Utilidad Neta	\$26,186.22	\$27,495.53	\$28,870.31	\$30,313.82	\$31,829.51

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

Tabla N. 32: Flujo de caja

Cuenta	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas		\$488,244.00	\$512,656.20	\$538,289.01	\$565,203.46	\$593,463.63
Costo de Ventas		\$424,560.00	\$445,788.00	\$468,077.40	\$491,481.27	\$516,055.33
Utilidad Bruta		\$63,684.00	\$66,868.20	\$70,211.61	\$73,722.19	\$77,408.30
(-) Gastos de Administración		\$7,200.00	\$7,560.00	\$7,938.00	\$8,334.90	\$8,751.65
(-) Gasto de Ventas		\$16,987.44	\$17,836.81	\$18,728.65	\$19,665.09	\$20,648.34
Utilidad Neta		\$39,496.56	\$41,471.39	\$43,544.96	\$45,722.21	\$48,008.32
(-) 15% part Trabajadores		\$5,924.48	\$6,220.71	\$6,531.74	\$6,858.33	\$7,201.25
Utilidad a impuesto a la renta		\$33,572.08	\$35,250.68	\$37,013.21	\$38,863.87	\$40,807.07
(-) 22% Impuesto a la renta		\$7,385.86	\$7,755.15	\$8,142.91	\$8,550.05	\$8,977.56
Utilidad Neta		\$26,186.22	\$27,495.53	\$28,870.31	\$30,313.82	\$31,829.51
Inversión fija	\$59,100.00					
Inversión intangible	\$1,530.00					
Capital de trabajo	\$43,995.62					
Flujo	\$104,625.62	\$26,186.22	\$27,495.53	\$28,870.31	\$30,313.82	\$31,829.51

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

5.4 EVALUACIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO

En el estudio financiero se determina si el plan de importación es financieramente viable, a través de indicadores como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo y el período de recuperación de la inversión, de igual manera se determina el punto de equilibrio con el fin de conocer el número de unidades que debe ser vendidos con el fin de que la empresa no gane ni pierda, el cual deberá ser alcanzado y superado.

5.4.1 Valor actual neto

Para el cálculo del VAN se ha calculado una tasa de actualización a partir del promedio del crecimiento del parque automotor de la ciudad de Riobamba 3,67% y la tasa pasiva referencial fijada por el Banco 18%, y de Cooperativa 22%.

Tabla N. 33: Valor actual neto Cooperativa

Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo Actual	Flujo de Efectivo Acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	\$104,625.62	1	\$104,625.62	-\$104,625.62
1	\$26,186.22	0.819672131	\$21,464.11	-\$83,161.51
2	\$27,495.53	0.671862403	\$23,206.26	-\$64,688.29
3	\$28,870.31	0.550706887	\$18,473.21	-\$48,789.22
4	\$30,313.82	0.451399088	\$15,899.63	-\$13,383.04
5	\$31,829.51	0.369999252	\$11,776.90	-\$23,328.69

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

Tabla N. 34: Valor actual neto Banco

Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo Actual	Flujo de Efectivo Acumulado
		$1 / (1 + i)^n$		
0	\$104,625.62	1	\$104,625.62	-\$104,625.62
1	\$26,186.22	0.847457627	\$22,191.71	-\$82,433.91
2	\$27,495.53	0.71818443	\$19,746.86	-\$62,687.05
3	\$28,870.31	0.608630873	\$17,571.36	-\$45,115.69
4	\$30,313.82	0.515788875	\$15,635.53	-\$29,480.15
5	\$31,829.51	0.437109216	\$13,912.97	-\$15,567.18

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

El valor actual neto de la Cooperativa es de \$23,328.69 y del Banco \$15,567.18.

5.4.2 Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno representa porcentualmente lo que el plan de importación entregará a sus socios, en relación a la inversión realizada y permite además determinar que tan rentable será la puesta en marcha del mismo, el cual es del 34%.

$$TIR = i_1 + (i_2 - i_1) \left(\frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2} \right)$$

$$TIR = 22\% + (18\% - 22\%) \left(\frac{23,328.69}{23,328.69 - 15,567.18} \right)$$

$$TIR = 22 + 12.04$$

$$TIR = 34\%$$

La tasa interna de retorno es de 34% y al ser mayor que la tasa de oportunidad se concluye que el plan es viable.

5.4.3 Relación beneficio-costo

Para la aplicación de la relación beneficio costo se aplicará la siguiente fórmula:

$$R\ b/c = \frac{\sum \text{Ingresos Actualizados}}{\sum \text{Egresos Actualizados}}$$

Tabla N. 35: Valor actual neto Banco

Años	Flujo de Caja	Factor de Actualización	Flujo de Efectivo Actual
		$1 / (1 + i)^n$	
1	\$26,186.22	0.847457627	\$22,191.71
2	\$27,495.53	0.71818443	\$19,746.86
3	\$28,870.31	0.608630873	\$17,571.36
4	\$30,313.82	0.515788875	\$15,635.53
5	\$31,829.51	0.437109216	\$13,912.97
Sumatoria			\$130,998.00

Fuente: Investigación

Elaborado por: Cristina Chávez

$$R\ b/c = \$ 130,998.00 / \$104,625.62$$

$$R\ b/c = 1,25$$

La relación beneficio costo es de \$1,25, es decir que por cada dólar invertido se obtiene 0,25 dólares, retribución que se la califica como económicamente eficiente.

5.4.4 Punto de equilibrio

Para calcular el punto de equilibrio se consideran los siguientes valores:

Costo Fijo \$17,587.46

Costo Variable Unitario \$650

Precio de Venta \$ 667

$$PE = \frac{\textit{Costo Fijo}}{\textit{Precio de Venta} - \textit{Costo Variable Unitario}}$$

$$PE = \frac{\$17,587.46}{667 - 650}$$

$$PE = \frac{\$17,587.46}{17}$$

PE= 1035 unidades

El punto de equilibrio es de **1035** unidades, es decir que se deberá comercializar mínimo ese número de unidades, para que la empresa no pierda ni gane, al superar esta cantidad se comenzará a obtener utilidad.

5.4.5 Periodo de recuperación de la inversión

El período de recuperación de la inversión determina exactamente en qué tiempo se recupera la inversión, con los flujos de efectivo proyectados

Tabla N. 34: Período de recuperación de la inversión

PERIODOS	INVERSIÓN	FLUJOS	FLUJOS ACUMULADOS
0	\$104,625.62		
1		\$26,186.22	\$26,186.22
2		\$27,495.53	\$53,681.75
3		\$28,870.31	\$82,552.06
4		\$30,313.82	\$112,865.88
5		\$31,829.51	\$144,695.39

Fuente: Flujo de caja

Elaborado por: Cristina Chávez

En el cálculo del periodo de recuperación de la inversión, se aplicará la siguiente fórmula:

$$\text{Periodo de recuperación de la inversión} = a + ((b - c) / d)$$

Dónde:

a = Año inmediato anterior en que se recupera la inversión.

b = Inversión Inicial

c = Flujo de Efectivo Acumulado del año inmediato anterior en el que se recupera la inversión.

d = Flujo de Efectivo del año en el que se recupera la inversión.

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = a + ((b - c) / d)$$

$$A = 3$$

$$B = \$104,625.62$$

$$C = \$82,552.06$$

$$D = \$30,313.82$$

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = 3 + (\$104,625.62 - \$82,552.06) / \$30,313.82)$$

$$\text{Periodo de Recuperación de la Inversión} = 3.72816821$$

Para el cálculo más exacto se transformará 0,72816821 años a meses a través de una regla de tres.

Años	Meses
1	12
0,72816821	8,738

El período de recuperación de la inversión es de 3 años 8 meses, y considerando que el plan se lo ha proyectado a 5 años, se puede decir que es un tiempo adecuado.

5.4.6 Resumen de indicadores

Tabla N. 35: Resumen de indicadores

INDICADOR	VALOR
VAN 1	\$23,328.69
VAN 2	\$15,567.18
TIR	17,60
R. B/C	1,25
Punto de equilibrio	1035
PRI	3 años 8 meses

Fuente: Resumen de indicadores.

Elaborado por: Cristina Chávez

CONCLUSIONES

- Se ha determinado que en Riobamba el crecimiento del sector automotriz es acelerado esto ayudara a dinamizar la situación económica de la ciudad para bienestar del sector, esto representa una clara oportunidad para la empresa Injection Power.
- El estudio de mercado realizado demostró que existe demanda y poca oferta de equipos de control automatizados de tal manera que encontramos una gran oportunidad para desarrollar nuestro proyecto de importación.
- Al incorporar un plan de importación a la empresa Injection Power, generara un beneficio social, hay más oportunidades de trabajo, se mejora la calidad de vida e incrementa el crecimiento en el cambio de la matriz productiva de nuestro país.
- Con los cálculos financieros y los respectivos análisis se ha determinado que se cumple la factibilidad financiera por medio de los tres evaluadores utilizados, como son el VAN, TIR y PRI.

RECOMENDACIONES

- Es primordial que el presente proyecto sea puesto en marcha, ya que en la actualidad el sector automotriz está en crecimiento, además que el campo de importación de equipos de control automatizados representa una excelente oportunidad para poner empresas de este tipo.
- Es de gran importancia que el inversionista cuente con personal altamente capacitado, además que debe adoptar las estrategias necesarias para cubrir el mercado no solo en el corto plazo, sino más bien con visión de crecimiento y de liderazgo en el mismo.
- Al tener una factibilidad demostrada , se recomienda a los inversionistas, que este proyecto puede ser una fuente de riqueza económica y de trabajo, además de ello la empresa puede proyectarse a futuro ya que tiene la oportunidad de crecimiento al ofrecer equipos de control automatizaos .
- Es necesario incentivar las importaciones tanto como las exportaciones, debido a que esto nos hace un país competitivo dentro de este mundo en globalización.

BIBLIOGRAFIA

- ✓ Czinkota.M.2009. Teoría del Desfase Tecnológico: Bogotá: García Hernández.
- ✓ Czinkota.M.2007. Teoría del Desfase Tecnológico: Bogotá: García Hernández.
- ✓ Bravo.j.1997. La Ventaja Competitiva: España: Editorial Díaz de Santos.
- ✓ Jerez.J. 2011.Comercio Internacional: España: ESIC Editorial
- ✓ Alfonso.B. 2001.Comercio Exterior: Murcia: Servicios de Publicaciones
- ✓ Caballero Miguez, Iria; Padín Fabeiro, Carmen.2006.Comercio Internacional: España: Ideas Propias Editorial
- ✓ Díaz Giménez, Javier. 2000 Macroeconomía: primeros conceptos: España: Ediciones Gráficas Rey
- ✓ Kotler, Philip; Armstrong, Gary.2009.Fundamentos de Marketing: Mexico: Pearson Education Editorial
- ✓ Roque Pavón, Adrián; Pierdant de la Mora, Pedro.1996. Prácticamente Cómo Exportar: México: Plaza y Valdés Editores
- ✓ ESTRADA, P.2006. “Como Hacer Importaciones” Guía práctica; Gerencial y Operativa para realizar compras a nivel internacional”:Bogotá: Abya Ayala
- ✓ ESTRADA, P.2006. “Como Hacer Importaciones” Guía práctica; Gerencial y Operativa para realizar compras a nivel internacional”: Bogotá: Abya Ayala

LINKOGRAFIA

- ✓ <https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/531?mode=full>
- ✓ <http://www.aduana.gob.ec/ace/intro.action>
- ✓ <http://www.aduana.gob.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2007.pdf>
- ✓ <http://www.aduana.gob.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2007.pdf>
- ✓ http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ttp://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_AUTOMOTRIZ1.pdf
- ✓ http://www.proecuador.gob.ec/wpcontent/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_AUTOMOTRIZ1.pdf
- ✓ <http://www.mbctimes.com/espanol/tados-unidos-lider-mundial-en-ciencia-tecnologia-e-industria>
- ✓ <http://www.gestiopolis.com/que-es-un-acuerdo-comercial/>
- ✓ <http://www.significados.com/administracion/>
- ✓ <http://www.monografias.com/trabajos42/productos-universitarios/productos-universitarios.shtml>
- ✓ <http://www.zonaeconomica.com/definicion/competitividad>
- ✓ <http://www.aie.cl/files/file/comites/ca/abc/sistemas-de-control-automatico.pdf>
- ✓ <http://www.promonegocios.net/demanda/definicion-demanda.html>
- ✓ crecenegocios.com/definición-de-negocio-y-de-empresa/
- ✓ definicionabc.com/general/evaluacion.php
- ✓ definicionabc.com/economía/inversiones.php
- ✓ MegaSquirt: es la unión de dos palabras en Inglés. Mega = Millón. Squirt = flujo de líquido: "chorro". MegaSquirt = MegaChorro Refiriendose al nivel de control del "flujo" de combustible producido por los inyectores.
- ✓ <http://definicion.de/oferta/>
- ✓ http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm
- ✓ conceptodefinicion.de/proyecto/
- ✓ <http://www.aduana.gov.ec/contenido/procImportar.html>
- ✓ [ttp://www.fedexpor.com/contenido.php?idSubTema=22](http://www.fedexpor.com/contenido.php?idSubTema=22)
- ✓ <http://www.aduana.gov.ec>