



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGÜE**

**TÍTULO: Estudio de factibilidad para la creación de un agente
comercial representante e importador de repuestos
automotrices del sistema de suspensión y dirección de
vehículos para las micro y pequeñas empresas (MyPes) de la
ciudad de Guayaquil.**

AUTORES

**Pérez Fernández, Jairo Arturo
Mendoza Maridueña, Sergio Andrés**

**Trabajo de Titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERO EN COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES
BILINGUE**

TUTOR:

Ing. Mgs. Arturo Ordoñez Morán

Guayaquil, Ecuador

2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Jairo Arturo Pérez Fernández y Sergio Mendoza Maridueña**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe**.

TUTOR

Ing. Mgs. Arturo Ordoñez Morán

DIRECTORA DELA CARRERA

Ec. Teresa Alcívar

Guayaquil, a los 30 del mes de septiembre del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Jairo Arturo Pérez Fernández

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de un agente comercial representante e importador de repuestos automotrices del sistema de suspensión y dirección de vehículos para las micro y pequeñas empresas (MyPes) de la ciudad de Guayaquil** previa a la obtención del Título **de (Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 del mes de septiembre del año 2014

EL AUTOR

Jairo Arturo Pérez Fernández



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Sergio Andrés Mendoza Maridueña**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de un agente comercial representante e importador de repuestos automotrices del sistema de suspensión y dirección de vehículos para las micro y pequeñas empresas (MyPes) de la ciudad de Guayaquil** previa a la obtención del Título **de (Ingeniero en Comercio y Finanzas Internacionales Bilingüe** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 del mes de septiembre del año 2014

EL AUTOR

Sergio Andrés Mendoza Maridueña



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, Jairo Arturo Pérez Fernández

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de un agente comercial representante e importador de repuestos automotrices del sistema de suspensión y dirección de vehículos para las micro y pequeñas empresas (MyPes) de la ciudad de Guayaquil** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 del mes de septiembre del año 2014

EL AUTOR:

Jairo Arturo Pérez Fernández



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGÜE**

AUTORIZACIÓN

Yo, **Sergio Andrés Mendoza Maridueña**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la creación de un agente comercial representante e importador de repuestos automotrices del sistema de suspensión y dirección de vehículos para las micro y pequeñas empresas (MyPes) de la ciudad de Guayaquil**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 del mes de septiembre del año 2014

EL AUTOR:

Sergio Andrés Mendoza Maridueña

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la fortaleza de seguir adelante cada día y llenarme de fuerzas para no dejarme vencer y superar los obstáculos de la vida.

A mis padres por su apoyo en mi vida universitaria que fue fundamental para alcanzar este logro profesional, a mi familia por su aliento constante en la lucha de los objetivos que me he planteado. A mi querida esposa Isabel Pico por su apoyo incondicional y amor que me brinda.

JAIRO ARTURO PÉREZ FERNÁNDEZ

AGRADECIMIENTO

A Dios en primer lugar por ser el pilar de mi vida; a mi padre por ser la fuente de inspiración para con este logro; a mi madre y mi amada esposa por su incondicional y desmedido apoyo. Y a todas aquellas personas que contribuyeron de manera directa e indirecta para poder llegar a la meta.

SERGIO ANDRÉS MENDOZA MARIDUEÑA

DEDICATORIA

Este trabajo se lo dedico a Dios supremo todo poderoso, a mi familia y amigos que siempre me dieron su aliento y la mano en todos los momentos de mi vida universitaria.

JAIRO ARTURO PEREZ FERNANDEZ

DEDICATORIA

**A mi padre que desde el cielo me ha iluminado, a mi hijo y a mi esposa
por su apoyo incondicional.**

SERGIO ANDRES MENDOZA MARIDUEÑA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE COMERCIO Y FINANZAS INTERNACIONALES BILINGUE**

CALIFICACIÓN

**ING. MGS. ARTURO ORDOÑEZ MORÁN
PROFESOR GUÍA**

INDICE GENERAL

Contenido

AGRADECIMIENTO	VII
DEDICATORIA	IX
RESUMEN.....	XX
ABSTRACT.....	XXI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I: Generalidades de la investigación.....	2
1.1 Antecedentes.....	2
1.2 Planteamiento del problema	3
1.3 Justificación del tema	4
1.4 Formulación del problema	5
1.4.1 General.....	5
1.4.2 Específicos	5
1.5 Objetivos.....	6
1.5.1 Objetivo General	6
1.5.2 Objetivos Específicos	6
CAPÍTULO II: Marco Referencial.....	7
2.1 Definición del comercio internacional	7
2.1.1 Causas del comercio internacional.....	8
2.1.2 Barreras del comercio internacional	9
2.1.4 Barreras comerciales no arancelarias	9
2.2 MyPes.....	10
2.3 Agente comercial.....	11
2.4 Importación.....	11
2.4.1 Requisitos para ser importador en el Ecuador	11

2.4.2 Adquisición del producto	11
2.4.3 Incoterms.....	12
2.4.4 Procedimientos para importar al ecuador.....	12
2.4.5 Desaduanización de la mercancía.....	13
2.4.6 Declaración aduanera de importación.....	14
2.4.7 Factura comercial.....	14
2.4.8 Certificado de origen	15
2.4.9 Agente de aduanas	15
2.4.10 Aforo.....	16
2.5 Ad-valorem	17
2.6 Fodinfra.....	17
2.7 ICE.....	17
2.8 IVA.....	17
2.9 Marco legal	17
CAPÍTULO III: Diseño Metodológico.....	20
3.1 Método inductivo-deductivo	20
3.2 Enfoque cuantitativo	20
3.3 Enfoque cualitativo	20
3.4 Instrumentos de recolección de datos	21
3.5 Población y muestreo	21
3.6 Tabulación y análisis de los datos encuestados.....	22
CAPÍTULO IV: Evaluación del Sector Automotriz.....	35
4.1 Diagnóstico del sector	35
4.2 Análisis del sector automotriz del ecuador	35
4.3 Participación automotriz en el mercado por marcas.....	40
4.4 Fabricantes y ensambladores nacionales.....	41
4.5 Productos y elaborados fabricados en el sector	42

4.6	Análisis de las importaciones del sector automotriz en el Ecuador	43
4.7	Análisis de las importaciones de repuestos automotrices en el Ecuador	46
Capítulo V: INVESTIGACIÓN DE MERCADO		48
5.1	Objetivos.....	48
5.1.2	Objetivo General	48
5.2.3	Objetivos Específicos	48
5.2	Análisis PEST	48
5.3	Análisis PORTER	49
5.4	Parque automotor de la ciudad de Guayaquil.....	51
5.5	Repuestos automotrices más comercializados en Guayaquil.....	52
5.6	Segmento de mercado	53
5.7	Nicho de mercado.....	53
5.8	Análisis FODA del sector	53
5.9	Análisis de las importaciones del sistema de suspensión y dirección 2007-2013	54
5.9.1	Análisis de las importaciones de rotulas y sus partes	54
5.9.2	Análisis de las importaciones de terminales y sus partes.....	56
5.9.3	Análisis de las importaciones de amortiguadores y sus partes	57
5.10	Nomenclatura nandina de los repuestos de suspensión y dirección	58
CAPÍTULO VI: Plan de Negocios y Logística del Servicio		59
6.1	Plan de negocios	59
6.1.2	Nombre de la empresa	59
6.1.4	Visión.....	59
6.1.5	Valores	59
6.1.6	Metas.....	60
6.1.7	Compromiso	61
6.2	Ventajas competitivas.....	61

6.3 Competencias.....	62
6.4 Carácter.....	62
6.5 Precio del servicio.....	62
6.6 Planes de pago.....	65
6.7 Estrategia de Marketing.....	66
6.8 Canales de distribución	66
6.9 Canales de comunicación.....	67
6.10 Organigrama de la empresa	67
6.11 Logística del servicio	69
CAPÍTULO VII: Estudio financiero	72
7.1 Inversión	72
7.2 Activos Fijos	72
7.3 Activos Diferidos	72
7.4 Capital de Trabajo	74
7.5 Financiamiento	74
7.6 Depreciación.....	75
7.7 Aportaciones Obligatorias por las leyes de trabajo.....	76
7.8 Gastos Generales.....	77
7.9 Estado de Perdidas y Ganancias	78
7.10 Compras Anuales de las Mypes	78
7.11 Utilidad Neta	78
Conclusiones	81
Recomendaciones	83
Bibliografía	84
Anexos.....	85

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Tamaño de la Muestra	22
Tabla 2 Modo de adquisición	23
Tabla 3 Pregunta 1	24
Tabla 4 Pregunta 2	25
Tabla 5 Pregunta 3	26
Tabla 6 Pregunta 4	27
Tabla 7 Pregunta 5	28
Tabla 8 Pregunta 6	29
Tabla 9 Pregunta 7	30
Tabla 10 Pregunta 8	31
Tabla 11 Pregunta 9	32
Tabla 12 Pregunta 10	33
Tabla 13 Pregunta 11	34
Tabla 14 Datos generales de la Industria Automotriz 2013	36
Tabla 15 Distribución de ventas del Año 2013.....	37
Tabla 16 Parque Automotor Nacional por Marcas 2013	40
Tabla 17 Producción de Vehículos por Ensambladora 2013	41
Tabla 18 Importaciones por País 2013	45
Tabla 19 Piezas y Autopartes importadas 2009-2013 (toneladas y miles de dólares).....	46
Tabla 20 Participación Vehicular Guayaquil 2013.....	51
Tabla 21 Demanda de Repuestos en Guayaquil 2013	52
Tabla 22 Rótulas y sus partes.....	55
Tabla 23 Evolución de terminales y sus partes 2007-2013.....	56
Tabla 24 Evolución Amortiguador y sus partes.....	57

Tabla 25 Nomenclatura Andina del Sistema de Suspensión y Dirección.....	58
Tabla 26 Cotización Rótulas	63
Tabla 27 Cotización Terminales.....	64
Tabla 28 Cotización Amortiguadores	65
Tabla 29 Gastos de Constitución	73
Tabla 30 Cargos y Sueldos de la Empresa.....	73
Tabla 31 Capital de Trabajo.....	74
Tabla 32 Inversión de Accionistas	75
Tabla 33 Depreciación	75
Tabla 34 Beneficios de ley	76
Tabla 35 Gastos Generales	77
Tabla 36 Estado de Perdidas y Ganancias.....	78

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 Procedimiento	13
Gráfico 2 Proveedor de las Mypes.....	23
Gráfico 3 Pregunta 1	24
Gráfico 4 Pregunta.....	25
Gráfico 5 Pregunta 3.....	26
Gráfico 6 Pregunta 4.....	27
Gráfico 7 Pregunta 5.....	28
Gráfico 8 Pregunta 6.....	29
Gráfico 9 Pregunta 7.....	30
Gráfico 10 Pregunta 8.....	31
Gráfico 11 Pregunta 9.....	32
Gráfico 12 Pregunta 10.....	33
Gráfico 13 Pregunta 11	34
Gráfico 14 Ventas del Sector Automotriz 2002-2013	36
Gráfico 15 Principales Asociaciones Automotrices del Ecuador.....	38
Gráfico 16 Composición de las Ventas en Porcentajes (Ensamblaje vs Partes Importadas).....	44
Gráfico 17 Precio Total	63
Gráfico 18 Organigrama	67
Gráfico 19 Logística del Servicio.....	71

ANEXOS

Anexos 1 Modelo de la Encuesta.....	85
Anexos 2 Rótulas.....	88
Anexos 3 Terminales	88
Anexos 4 Amortiguadores.....	89
Anexos 5 Seguro y Flete por MAERSK	89
Anexos 6 Locales Comerciales.....	90

RESUMEN

El propósito de este trabajo fue desarrollar un tipo de negocio diferente en el mercado local donde se propuso la de creación de un agente comercial representante e importador de repuestos automotrices del sistema de suspensión y dirección de un vehículo para las micro y pequeñas empresas de la ciudad de Guayaquil de tal manera que este grupo tenga un representante para adquirir sus productos en mercados internacionales con precios más económicos y como consecuencia tener un stock de repuestos más amplio evitando a los importadores y distribuidores que ya de por si los venden con precios superiores. Se planteó que conformen una agremiación o asociación para que si tienen problemas en la cantidad mínima de pedido pues cumplan con lo exigido por los proveedores.

Basados en las encuestas realizadas en el nicho de mercado se pudo constatar que existe un interés alto y mercado potencial que estuvo dispuesto a ser representado. La demanda de repuestos de suspensión y dirección ocupó el segundo lugar de la mercadería más requerida por estos locales comerciales más aun con la población vehicular que es muy extensa en la ciudad y los compradores que vienen de todas partes del país.

Se estudió el mercado automotriz del Ecuador donde se conoció la importancia que tiene, como los sectores de fabricantes de autopartes y se pudo obtener información sobre los tipos de repuestos que son producidos nacionalmente y sacar conclusiones de los que necesitan su importación. Al mismo tiempo se estableció que la marca Chevrolet en Guayaquil es el vehículo con más participación y demanda de piezas.

Adicional se planteó un análisis financiero para medir la factibilidad del negocio.

ABSTRACT

This paper graduation showed the feasibility of creating a company based in imports of auto parts car concerning the suspension and steering for the micro and small companies in order to give them the chance to purchase merchandise with a lower cost taking them to have a direct purchase without intermediaries and that mean they are represented in negotiations with international providers around the world.

The creation of Latina Trading Company offer better prices in the market and is necessary first of all to have a market research, to analyze and evaluate the demand of auto parts in the suspension and steering system in the city of Guayaquil where it's going to be located. Therefore was important to make an analysis of the Ecuador automotive park industry to identify what kind of vehicles they are producing nowadays and also to get information about the auto parts they are able to build in the national territory based in the technology and resources they have.

The proposal of the project entails to know what is the most brand participation of cars nationally and to know the level that exist in the city of Guayaquil. Also the project pretends to pick the most tradable components in the city to analyze the situation of the market and get conclusions to know what the most accurate decision to import from abroad. Based in the study the surveys show that the local commercial shops are interest in a business with a direct negotiation and provide their stock with an international firm.

The IRR of the project represent a 30, 41% an accurate average that is considered financially profitable

Key words: suspension, steering, company, Guayaquil, surveys, profitable

INTRODUCCIÓN

Tema: Estudio de factibilidad para la creación de un agente comercial representante e importador de repuestos automotrices del sistema de suspensión y dirección de vehículos para las micro y pequeñas empresas (MyPes) de la ciudad de Guayaquil.

La industria automotriz y los fabricantes de partes han tomado relevancia durante los últimos años, debido al impulso del empleo que generan con su actividad y de las iniciativas de aumentar la producción de vehículos con el ensamblaje y la fabricación de ciertos componentes para armar un auto.

La importación de partes y repuestos va creciendo paulatinamente a medida que crece el sector automotor y se vuelven dependientes uno del otro por lo tanto el mercado automotriz se vuelve más dinámico donde los actores fundamentales que mueven la economía y son fuente generadora de empleo son las micro y pequeñas empresas.

Estas MyPes son las principales comercializadoras de mercancía automotriz a lo largo y ancho de país y se vuelve un negocio rentable a corto, mediano y largo plazo porque el consumo de repuestos específicamente el sistema de suspensión y dirección del vehículo es el más vulnerable dentro de los componentes mecánicos ya que soportan todo el peso del motor y a pesar de contar con una infraestructura vial muy buena, no todas las carreteras del país o de la ciudad se encuentran en la misma condición por lo tanto estos repuestos se consideran entre los más demandados puesto que golpes muy fuertes fácilmente destruyen el componente

CAPÍTULO I: Generalidades de la investigación

1.1 Antecedentes

Hoy en día los negocios internacionales son fundamentales para el crecimiento de las economías de los países sobre todo los en vía de desarrollo, los intercambios de productos entre países son cada vez más comunes y necesarios; por lo tanto en lo referente a el país las importaciones desempeñan un rol importante para satisfacer la demanda en el mercado de un producto que no se produce en el medio.

La industria automotor del país comenzó por los años 70 al ensamblaje y fabricación de vehículos, iniciando actividad comercial que con el transcurso de los años se volvió indispensable para la economía del país. Como transcurrían los años fue siendo necesario la adquisición de nuevas tecnologías para la producción de nuevos modelos y tuvieron que pasar cerca de 40 años para que comenzará su época de oro donde la industria genera más empleo y obtiene más ingresos por la venta de nuevas marcas.

Si bien el país en los últimos años se está incentivando a la industria automotriz a producir y ensamblar sus propios vehículos, muchos de los componentes para su fabricación son importados desde proveedores internacionales ya que se carece de la tecnología y recursos para producirlos. Como consecuencia es necesario recurrir a la importación de partes y repuestos específicos para satisfacer la demanda en el mercado a través de las empresas dedicadas a este tipo de negocio y su comercialización.

1.2 Planteamiento del problema

El alto valor de los repuestos automotrices se debe a una alta intermediación de parte de los proveedores locales (importadores), que encarecen el producto final; ya que dentro de esta transacción de compra internacional se puede llegar a encontrar hasta 2 y 3 agentes intermediarios, los cuales a su vez deben adquirir su porcentaje de comisión, y a esto se le adiciona los impuestos y aranceles que se pagan para poder introducirlos al país. Por lo tanto estos actores de comercio tienden a aumentar el precio en la cadena de valor llegando a los clientes productos más caros, en consecuencia esto representaría para la MyPes adquirir un stock reducido de repuestos y menos ingresos, lo que no resultará beneficioso para el negocio, ya que tendrá un margen de ganancia muy pequeño.

Se podrá decir que un local comercial con mucha intermediación no es tan rentable e incluso tampoco para los clientes finales dentro de esta cadena, aún también cuando productos específicos son muy demandados en el mercado, por lo tanto el problema se enfocará en la cadena de valor y logística.

Otro problema de las MyPes es que muchos de estos locales comerciales carecen de información sobre procesos de importación al no estar preparados académicamente o no capacitados en los procedimientos que involucran traer mercancías del exterior, por lo que simplemente recurren a las ofertas de los proveedores locales. Cabe mencionar que entre sus dificultades están en que muchas de estos micros y pequeñas empresas no cumplen con la cantidad demandada requerida ante los proveedores internacionales para la importación de repuestos.

Las MyPes del sector automotriz en la ciudad de Guayaquil carecen de una comitiva, asociación, gremio o representante netamente importador que recepte los pedidos de cada uno de sus locales de tal manera que lleguen a

cumplir con la cantidad mínima de solicitud por grupo y que sea posteriormente distribuida en las ordenes previamente gestionadas.

Se destacó también que dentro de los principales problemas que frecuentan las MyPes estuvo la falta de capital para la inversión, los limitados accesos al crédito por parte de las instituciones financieras, conocimientos técnicos sobre administración insuficientes que no permiten manejar el negocio eficientemente, además escasos poder de negociación al no tener representación. Así que lo que motiva la creación de esta empresa es que se representará y se mejorarán los precios de los productos para los comerciantes y también llegarán a los clientes precios más competitivos en el mercado en el que podrá generar beneficios para todas las partes involucradas en el negocio.

1.3 Justificación del tema

La ejecución sobre un estudio de viabilidad para la creación de un agente comercial representante para las micro y pequeñas y empresas del sector de repuestos automotrices del sistema de suspensión y dirección es muy importante y necesario si se requieren bajar los precios que involucran la cadena de valor al importar cualquier producto como se realiza en el presente evitando los importadores y distribuidores de este tipo de mercancías que como consecuencia de la reventa de los repuestos es donde el consumidor final será el perjudicado por valores altos del mismo, por ende se propone eliminar esa cadena de compra y obtener precios más económicos.

Precios más económicos significará para las MyPes poder adquirir una mayor cantidad de productos y de buena calidad para su stock y representará para el consumidor final adquirir un producto más asequible. Como consecuencia se facilitará a estos locales la comercialización de más y mejores repuestos automotrices del sistema de suspensión el cual

generará, mayores ingresos y beneficios en el negocio del sector adquiriendo buenos productos y durables, sobre todo a bajo costo de tal manera que se establecerá una conexión directa entre el proveedor y el comprador local más no pasar por la cadena intermediaria de importadores o distribuidores.

Tanto como empresa facilitadora de las negociaciones o agente representante comercial ante los proveedores internacionales se mostrará de que dicho negocio se ejecute con las ofertas más bajas de los productos cumpliendo con las normas y reglamento favoreciendo un vínculo directo de las MyPes con estas empresas internacionales donde el objetivo es que resulten beneficiadas.

1.4 Formulación del problema

1.4.1 General

¿Es factible la creación de un agente comercial representante e importador de repuestos automotrices del sistema de suspensión y dirección para las MYPES de Guayaquil de tal manera abaratar costos de compra ante sus proveedores?

1.4.2 Específicos

¿Existen locales comerciales interesados en tener un agente representante e importador de repuestos automotrices?

¿Será un agente comercial e importador una ventaja o desventajas para las MyPes?

¿Será un agente comercial e importador económicamente factible para las MyPes?

1.5 Objetivos

1.5.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad financiera para la creación de un Agente Comercial representante e importador de sistemas de suspensión y dirección para las MyPes de Guayaquil en el mercado automotriz de Guayaquil.

1.5.2 Objetivos Específicos

- Evaluar y diagnosticar el mercado automotriz
- Realizar una investigación de mercado de las MyPes
- Diseñar un plan de negocios y sistema logístico del servicio
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto.

CAPÍTULO II: Marco Referencial

2.1 Definición del comercio internacional

Las relaciones comerciales a nivel internacional de los países marcaron un largo camino a través de la historia, desde como realizaron sus manifestaciones como el trueque que era el intercambio de un bien por otro bien en tiempos remotos hasta la actual diversificación y especialización en cualquier tipo de producto que cada país ofrece y pueda producir.

La economía con fines de lucro en la que se vive el día a día en éste mundo globalizado, se desenvuelve a través del proceso de cambio que lo comercializa todo entre todos, por lo tanto este adquiere mayor importancia significativa en el estudio del comercio.

Definimos al comercio en su totalidad como una actividad que tiene la finalidad de intercambiar en el sentido de reciprocidad productos y servicios entre los miembros de una sociedad que demanda de una necesidad existente y urgente. Entonces ante la petición de algún producto o servicio desde cualquier país, es necesario realizar una negociación de acuerdo a las normas, políticas y leyes establecidas de cada territorio. En la negociación de las mercancías ambas partes deben de llegar a un acuerdo de tal manera que adquieren un compromiso para satisfacer sus necesidades. A nivel mundial los negocios internacionales han alcanzado niveles altos gracias a la apertura de las políticas comerciales que establecen cada país en beneficio de su territorio permitiendo alcanzar tratados, acuerdos entre naciones.

Cada país también aplica sus restricciones en ciertos productos para proteger su mercado interno y la industria local por eso en las negociaciones cuando se pretende introducir un producto o servicio primeramente se analiza las necesidades, la demanda existente y de acuerdo a esto se formulan o planean las estrategias que tengan como objetivo llegar a un

arreglo de tal manera que se llegue a un compromiso en el corto y largo plazo.

Lo que pretende cualquier país es mantener relaciones duraderas de futuro con alianzas estratégicas, y políticas comerciales abiertas con el fin de generar rentas para su territorio y promover el desarrollo económico y social de su población. Por lo tanto la complejidad en las negociaciones depende de las estrategias y tácticas del negociante. Se define a la negociación como un proceso en el que los individuos trabajan juntos para formular, elaborar, alcanzar acuerdos sobre los asuntos en disputa con el objetivo de llegar a un mutuo beneficio(Rubin & Brown, 1975).

La negociación puede estar conformada por las distintas estrategias, tácticas y los eventos que tienen lugar en una negociación. Estrategias dentro de una negociación se refieren al enfoque negociadores seleccionar para perseguir sus objetivos. Por ejemplo, un negociador puede optar por adoptar una estrategia de negociación cooperativa en lugar de una estrategia competitiva y, como tal, puede estar más inclinado a compartir información y hacer ofertas en condiciones favorables. Los elementos más discretos de la estrategia, como el intercambio de información, se les conoce como táctica (Carnevale, 1992)

El comercio internacional está envuelto en la globalización de los países ya que todos se encuentran integrados e interactúan día a día. Se define a la globalización como la interacción de la actividad económica mundial e internacionalización de las comunicaciones entre los diferentes territorios del mundo.

2.1.1 Causas del comercio internacional

Se dice que la causa principal del comercio Internacional se debe a que cada país tiene un conjunto de productos que diseña y elabora pero le faltan otros, por lo que debe vender todo aquello que le sobra y comprar lo que le

falta, de tal manera que la población pueda tener acceso a una gran variedad de alternativas de consumo (Traba & Lavanda, 2005).

2.1.2 Barreras del comercio internacional

En cualquier país del mundo, sus órganos de administración pública o jefes de turno detallan una política comercial a seguir con el fin último de obtener beneficios para la economía del país en su conjunto a corto y a largo plazo. “La disciplina que regula el intercambio del comercio exterior es la política comercial externa o política económica internacional, sector, que junto a las demás políticas sectoriales, conforma la política económica de un país” (Trejo, 2004).

2.1.3 Barreras comerciales arancelarias

Estas barreras se refieren a la aplicación de aranceles a las importaciones de un país determinado. Se considera una barrera comercial ya que un país procede a fijar un alto derecho impositivo a las mercancías originarias de un país extranjero quien pretende introducir dichas mercancías a su nación.

“Un arancel es un valor establecido por las aduanas para las mercancías o productos que son importados a territorio nacional desde el extranjero, por lo tanto este impuesto puede ser ad valorem, cuando se expresa como un porcentaje fijo del valor de la mercancía intercambiada; específico, cuando se expresa como una cantidad fija por unidad física de la mercancía intercambiada; y mixto, siendo una combinación de un arancel ad valorem y uno específico” (Salvatore, 1999).

2.1.4 Barreras comerciales no arancelarias

En la historia del comercio las barreras impuestas por el gobierno de una nación de manera directa han sido las barreras arancelarias, siendo por lo tanto las barreras que han predominado sobre otras como las culturales, físicas o económicas.

Aunque estas barreras han sido las más utilizadas, cabe señalar que a partir del momento en que los países se dieron cuenta obstruían el libre comercio empezaron a negociar los aranceles a la baja, por lo que al final las barreras no arancelarias cobraron mayor importancia.

Al referir sobre las barreras no arancelarias, estas pueden ser conceptualizadas como aquellas condiciones del gobierno de una nación por las cuales impide que un determinado país introduzca mercancía al interior. Estas barreras toman forma de disposiciones legales al establecer por ejemplo, ciertos criterios sanitarios o técnicos al producto extranjero.

“Las barreras comerciales no arancelarias son las disposiciones establecidas por un gobierno nacional que impiden el ingreso de mercancías, productos o servicios importados a un país determinado estableciendo como requisito de ingreso que las mercancías, productos o servicios deben de cumplir con los requisitos, normas, reglamento de tal manera que reúnan las características requeridas para su introducción”(Lerma, 2003).

Con ello las principales barreras no arancelarias al comercio exterior son las cuotas de importación, las restricciones voluntarias de exportación (RVE), las regulaciones técnicas y sanitarias, los carteles internacionales, el dumping y los subsidios de exportación.

2.2 MyPes

La MyPe es la micro y pequeña empresa el cual de acuerdo a su número de empleados se la clasifica de la siguiente manera:

Microempresa: Es la organización o institución conformada de 1 a 9 trabajadores por valores inferiores a cien mil dólares de los Estados Unidos de América.

Pequeña empresa: Es la organización o institución conformada entre 10 a 49 trabajadores, un valor de ventas entre cien mil y un millón de dólares de los Estados Unidos de América¹.

2.3 Agente comercial

Se define como agente comercial a una institución o profesional , persona natural o jurídica que se responsabiliza de manera permanente y continua de negociaciones mercantiles de tal manera que el objetivo es concretarlas en representación de una o varias empresas.

2.4 Importación

La importación es el proceso que hace es trasladar de manera formal y legal productos que se producen en otro país y que son demandados para el consumo y el uso del país al que se llevan. Las importaciones, es decir, los productos que se importan, ingresan al país de recepción a través de las fronteras y normalmente están sujetos al pago de impuestos que establece el país.

2.4.1 Requisitos para ser importador en el Ecuador

Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS² y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador(SENAE, 2013)

2.4.2 Adquisición del producto

Para la adquisición del producto es necesario utilizar términos de negociación que se basan en INCOTERMS³ que representan las clausulas en el comercio exterior y facilitan el proceso de importación por lo tanto su

¹ Compras Públicas, Servicio Nacional de Contratación
<http://portal.compraspublicas.gob.ec/compraspublicas/node/3947>

² Ecuapass es el sistema electrónico que permiten bajar las importaciones y exportaciones

³ International Commerce Terms

aplicación de los términos depende de las partes involucradas y la que mayor conveniencia que se necesite.

2.4.3 Incoterms

Los incoterms son términos que representan reglas internacionales manejados por la Cámara de Comercio Internacional el cual establecen y limitan derechos y obligaciones de las partes (vendedor y comprador) en el CONTRATO DE COMPRA VENTA y en relación entrega a la de mercaderías vendidas(Vaccari, 2000).

Para la creación de la empresa se ha considerado que se utilizarán los siguientes incoterms:

FOB - Free on Board (libre a bordo). - El exportador tiene la responsabilidad de la mercancía hasta que ésta se encuentra dentro del barco, una vez pagados los gastos aduanales (y otros) en el país de origen.

CIF - Cost, Insurance and Freight (costo, seguro y flete). - El vendedor paga el costo y el flete hasta el puerto de destino y también el seguro de la mercancía.

2.4.4 Procedimientos para importar al Ecuador

Los procedimientos para importar mercadería al Ecuador desde el extranjero son los siguientes:

Primeramente la empresa debe de estar registrada como importadora y donde los requisitos son:

- Debe tener el Registro Único de Contribuyente (RUC) gestionado en el servicio de rentas internas.
- Obtener el certificado digital para autenticación y firma electrónica que es otorgado por el Banco Central del Ecuador y Security Data
- Luego registrarse en el portal del Ecuapass donde se actualiza la base de datos para crear un usuario con la contraseña y además aceptar todas las políticas de uso para completar el registro (SENAE, 2013).

2.4.5 Desaduanización de la mercancía

El proceso de desaduanización de las mercancías consta de los siguientes pasos los cuales son:

- Desde la llegada del medio de transporte hasta el ingreso de la mercancía al depósito temporal.
- Desde el ingreso de la mercancías al depósito temporal hasta la transmisión de la declaración.
- Desde la transmisión de la declaración hasta el pago de los tributos al comercio exterior.
- Desde el pago de los tributos al comercio exterior hasta la autorización de salida.
- Desde la autorización de salida de la mercancía hasta el retiro efectivo de las mercancías del depósito temporal.
- Luego pasa al agente de aduanas para trasmitirle al importador sus tramites
- Chequea los organismos de control y pasa al transportista, luego a la compañía verificadora, más tarde al agente aduanero.
- Bancos finalmente.

Gráfico 1 Procedimiento



Elaboración: Autores

2.4.6 Declaración aduanera de importación

La Declaración aduanera de Importación es un documento que detalla la información de los productos, mercancías que están siendo objeto de importación desde el exterior. Por lo tanto un agente de aduanas procederá a la validación de la información en el registro electrónico que le va a permitir a la autoridad competente de turno (SENAE) proceder al siguiente paso que es la verificación de todo el contenido previamente expresado por el usuario.

2.4.6.1 Documentos de acompañamiento

Se denominan documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos (SENAE, 2013).

2.4.6.2 Documentos de soporte

Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley (SENAE, 2013).

2.4.7 Factura comercial

La factura comercial es un documento utilizado en el comercio exterior, el cual va a ser emitido por el proveedor internacional o exportador al comprador externo o importador que representa las mercancías adquiridas y constituyen la base de la transacción, el cual muestra el valor total, la cantidad, las condiciones de compra, calidad y la moneda con la que se ha hecho el acuerdo de adquisición de la mercancía.

Este documento debe de ser original y definitivo caso contrario no será recibido ni tampoco se permite una factura proforma. A su vez debe carecer de borrones y debe contener los siguientes datos:

- Número y fecha de expedición
- Nombre y dirección del vendedor
- Nombre y dirección del comprador
- Descripción total de la mercancía
- La cantidad
- El precio unitario
- Moneda con la que se realiza la transacción
- El lugar y condiciones de entrega según pactadas por ambas partes en términos internacionales de comercio (INCOTERMS).

La factura comercial sirve para el despacho de la mercancía en aduana del país de destino y como consecuencia la justificación de compra de la misma (COMEXI, 2014)

2.4.8 Certificado de origen

El certificado de origen es un documento que acredita y certifica que la mercadería a ser importada es originaria de un determinado país o territorio en el extranjero. El origen de estas mercancías viene determinada por donde ha sido fabricado el producto o donde sufrió su última transformación.

2.4.9 Agente de aduanas

Es un funcionario profesional que ha sido capacitado y tiene conocimiento amplio sobre la normativa aduanera y las leyes y su función es facilitar la importación o exportación de mercancías presentando la documentación necesaria y los diferentes trámites para mercancías especiales.

2.4.10 Aforo

El aforo es el procedimiento administrativo de determinación tributaria en la cual la autoridad correspondiente procede a una revisión para una clasificación del tipo físico, automática, documentada o electrónica.

Aforo físico

Se define como aforo físico al procedimiento visual y corporal de las mercancías o productos que han sido introducidas al país con la finalidad de conocer su composición, características, la cantidad, condiciones etc. De tal manera que se procede a una comparación con los documentos de acompañamiento, soporte y lo que se llenó en la declaración aduanera donde lógicamente deben de contrastar. Este tipo de aforo puede ser intrusivo que significa manipularlo físicamente o no intrusivo mediante sistemas de rayos x con tecnología de punta.

El objetivo de este aforo es determinar los impuestos o tributos al comercio exterior y el cumplimiento de las normas y leyes que rigen en las aduanas.

Aforo documental

Se define como aforo documental al procedimiento de revisión y chequeo de la declaración aduanera, adicional los documentos de acompañamiento y soporte de las mercancías o productos ingresados al territorio. Cabe indicar que la finalidad de este tipo de aforo es hacer cumplir la correcta aplicación de los tributos al comercio exterior.

Aforo electrónico

Se define al aforo electrónico al procedimiento aduanero mediante sistemas informáticos del Servicio de Aduanas del Ecuador que tiene la finalidad de verificar la información proporcionada en la declaración aduanera, y a su vez en los documentos de acompañamiento y soporte digitales de tal manera que deberán contrastar con lo registrado en el sistema. El objetivo al igual

que las otras clases de aforo es hacer cumplir con los tributos al comercio exterior.

Cabe destacar que no serán parte de este tipo de aforo mercancías que requieran documentos de control previo como aquellas que requieran una revisión por parte de una institución del estado.

2.4.10.3 Aforo automático

Mediante este tipo de aforo se procede a la validación de la declaración aduanera electrónicamente bajo perfiles de riesgo. Cabe recalcar que no forman parte de este tipo de aforo mercancías o productos que requieran revisión por parte de una institución gubernamental.

2.5 Ad-valorem

Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación (SENAE, 2013).

2.6 Fodinfra

Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación (SENAE, 2013).

2.7 ICE

Impuesto a los consumos especiales administrado por el SRI. Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen (SENAE, 2013).

2.8 IVA

Impuesto al Valor Agregado administrado por el SRI⁴ Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE(SENAE, 2013).

2.9 Marco legal

⁴ SRI es el Servicio de Rentas Internas del Ecuador encargado de recaudar los tributos en el país.

El estudio de factibilidad para la creación de la empresa se enmarcará dentro de los reglamentos de la constitución manifestados en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) aprobada el 16 de diciembre del 2010 y publicada en el Registro Oficial No 351 del miércoles 29 de diciembre del 2010.

Para las MYPES establece en el Libro III del desarrollo empresarial de las micro, pequeñas y medianas empresas, y de la democratización de la producción, TÍTULO I del fomento y desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas, Capítulo I manifiesta lo siguiente:

Art. 53.- Definición y Clasificación de las MIPYMES.-La Micro, Pequeña y Mediana empresa es toda persona natural o jurídica que, como una unidad productiva, ejerce una actividad de producción, comercio y/o servicios, y que cumple con el número de trabajadores y valor bruto de las ventas anuales, señalados para cada categoría, de conformidad con los rangos que se establecerán en el reglamento de este Código. En caso de inconformidad de las variables aplicadas, el valor bruto de las ventas anuales prevalecerá sobre el número de trabajadores, para efectos de determinar la categoría de una empresa. Los artesanos que califiquen al criterio de micro, pequeña y mediana empresa recibirán los beneficios de este Código, previo cumplimiento de los requerimientos y condiciones señaladas en el reglamento.

Además menciona en el Capítulo II, De los Órganos de Regulación de las MIPYMES lo siguiente:

Art. 54.- Institucionalidad y Competencias.- El Consejo Sectorial de la Producción coordinará las políticas de fomento y desarrollo de la Micro, Pequeña y Mediana Empresa con los ministerios sectoriales en el ámbito de sus competencias. Para determinar las políticas transversales de MIPYMES, el Consejo Sectorial de la Producción tendrá las siguientes atribuciones y deberes:

d. Coordinar con los organismos especializados públicos y privados, programas de capacitación, información, asistencia técnica y promoción comercial, orientados a promover la participación de las PIYMES en el comercio internacional;

e. Propiciar la participación de universidades y centros de enseñanza locales, nacionales e internacionales, en el desarrollo de programas de emprendimiento y producción, en forma articulada con los sectores productivos, a fin de fortalecer a las MIPYMES.

En cuanto a las importaciones el proyecto se apega dentro de las leyes aduaneras al régimen de importación para el consumo dentro del marco legal establecido por el gobierno nacional a través del COPCI que manifiesta de acuerdo al Libro V DE LA COMPETITIVIDAD SISTÉMICA Y DE LA FACILITACIÓN ADUANERA, TITULO II, Capítulo VII, Regímenes Aduaneros, Sección I Regímenes de Importación en el artículo:

Art. 147.- Importación para el consumo.- Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.

Bajo este marco legal la propuesta de la creación del agente comercial e importador se encuentra amparada, debido a que la constitución de la República del Ecuador brindará las facilidades para promover el emprendimiento y da apertura al comercio de las micros y pequeñas empresas.

CAPÍTULO III: Diseño Metodológico

Dentro del diseño metodológico del proyecto se ha considerado que la mejor manera de incurrir a la investigación será por el método inductivo-deductivo, con un enfoque cualitativo y cuantitativo.

3.1 Método inductivo-deductivo

El método deductivo se considerará para la investigación de tal manera que proporcionará la información necesaria para el objeto de estudio en base a la recopilación de datos o conclusiones generales expresados, descritos y analizados que involucren contenido de la industria automotriz ecuatoriana y autopartes para obtener conclusiones particulares filtrando información que permitan dar una solución práctica y como consecuencia la apertura y factibilidad con argumentos, y respaldo al proyecto de creación de un agente comercial representante e importador para las MYPES de repuestos automotrices de dirección y suspensión de vehículos.

Al mismo tiempo será parte el método inductivo que proporcionará información a partir de hechos particulares en este caso las necesidades de las MyPes para obtener conclusiones generales en la toma de decisiones en la propuesta de negocio que será brindarles un servicio de representación e importación.

3.2 Enfoque cuantitativo

Se procederá a elegir un enfoque cuantitativo para el estudio de factibilidad debido a que por medio de mediciones del tipo numérico y estadístico se pretende cuantificar, medir o reportar la situación actual del mercado y tendencias.

3.3 Enfoque cualitativo

Permitirá conocer la realidad social de las MYPES en temas de importación de repuestos, a través de encuestas con preguntas de gusto y preferencias,

de tal manera que proporcionará al proyecto oportunidades para ser aplicadas en la ejecución futura del negocio.

3.4 Instrumentos de recolección de datos

Los instrumentos claves en el estudio de factibilidad para la creación de la empresa será la encuesta a las micro y pequeños locales dedicados a comercialización de repuestos automotrices en los sistemas de suspensión y dirección por lo tanto se planteará una serie de preguntas de la temática que se está estudiando en el proyecto para de esta manera conocer la situación o punto de vista de las personas encuestadas para con el problema y como consecuencia se podrá recopilar información valiosa para el desarrollo de nuestra investigación.

3.5 Población y muestreo

La presente investigación está dirigida a las micro y pequeños locales comerciales de repuestos automotrices de la ciudad de Guayaquil realizando las encuestas a la zona centro sur a lo largo de calle Ayacucho que es donde se registra la mayor actividad comercial de la ciudad en la venta de repuestos para toda clase de vehículos, por lo que la demanda de productos en este sector, incluso es requerida de personas provenientes de otras localidades de la provincia y hasta del país en general para adquirir algún repuesto para su vehículo. Además la encuesta proporcionará datos sobre el modo de adquisición de su mercadería si son nacionales o extranjeros.

Se elige una técnica de muestreo no probabilístico y a conveniencia por la razón de que no se puede recurrir a toda la población de MyPes del negocio automotor de la ciudad para realizar las encuestas, por lo tanto se identificó la zona de mayor actividad comercial de micro y pequeñas seleccionando locales netamente vendedores de repuestos. Para la muestra se seleccionará 113 locales (ver anexo 6 nombres) y aplicando la fórmula de población finita por la cantidad de MYPES seleccionadas se llegará a encuestar a 56 negocios.

La fórmula es:

N= representa el tamaño de la población

n= representa el tamaño de la muestra a ser encuestada

σ= representa la desviación estándar de la población y si no se tiene un valor fijo se suele usar como valor constante 0.5

Z= Nivel de confianza 1,48 que equivale al 93% de confiabilidad

E= error muestral que cuando no se tiene su valor puede ser de 0.01 a 0.09, depende del criterio del encuestador.

Tabla 1 Tamaño de la Muestra

Datos: N= 113 Z=1,48 P= 0.5 Q= 0.5 E= 0.07
$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{E^2(N - 1) + Z^2 * P * Q}$
$n = \frac{(1,48)^2(0.5)(0.5)(113)}{0.07^2(113 - 1) + (1,48)^2 * (0.5) * (0.5)}$
$n = \frac{61,87}{1,0966}$
$n = 56$

Elaboración: Autores

3.6 Tabulación y análisis de los datos encuestados

Tabla 2 Modo de adquisición

Modo de Adquisición de la Mercadería		
Proveedores	Frecuencia	Porcentaje
Nacional	47	84%
Internacional	9	16%

Elaboración: Autores

Gráfico 2 Proveedor de las Mypes



Elaboración: Autores

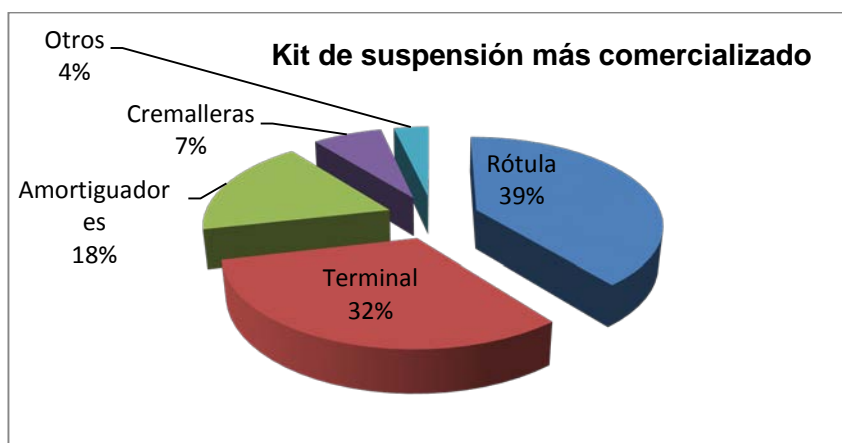
Como se puede observar en el gráfico las MYPES que se encuestaron se abastecen nacionalmente con un 84% lo que claramente indica que la adquisición de su mercancía la realizan a empresas importadoras y consta como las principales Kimsa, Freno Seguro, Por otra parte el 16% de MYPES si se abastecen internacionalmente de mercaderías.

Tabla 3 Pregunta 1

¿Cuál es el repuesto del kit de suspensión que más se comercializa?		
Repuesto	Frecuencia	Porcentaje
Rótula	22	39%
Terminal	18	34%
Amortiguadores	10	18%
Cremalleras	4	9%
Otros	2	100%

Elaboración: Autores

Gráfico 3 Pregunta 1



Elaboración: Autores

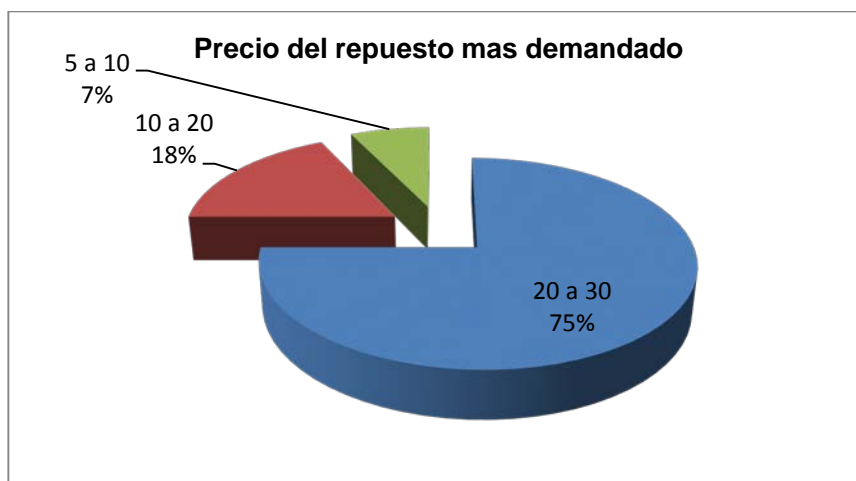
Como se puede observar en el gráfico los principales repuestos de mayor demanda de las MYPES es el Kit de suspensión y dirección donde se define de la siguiente manera: las rótulas con el 39% y las terminales con el 32%, ya que usualmente ambas partes se cambian juntas pero se investigó que no todos los dueños de vehículos lo hacen, por lo que muchas veces prefieren cambiarle un solo repuesto, en este caso la rótula. Otro repuesto con mayor demanda son los amortiguadores con un 18%, posteriormente con un 9% se encuentran las articulaciones, y finalmente con un 4% otro tipo de repuestos.

Tabla 4 Pregunta 2

2. ¿Cuál es el rango de precio del repuesto más demandado?		
Rango	Frecuencia	Porcentaje
20 a 30	42	75%
10 a 20	10	18%
5 a 10	4	7%

Elaboración: Autores

Gráfico 4 Pregunta



Elaboración: Autores

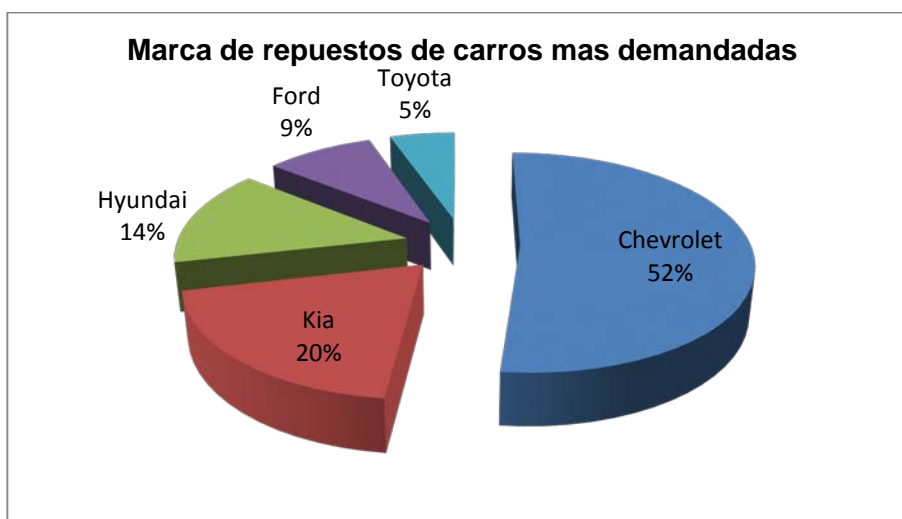
El rango de valor de las rótulas dentro de las MYPES es de \$20 a \$30 dólares cada uno, dejando el precio en una media de \$25. Esta información demostró el valor en el mercado de las Rótulas hacia el consumidor final.

Tabla 5 Pregunta 3

3. ¿Qué marca de repuestos de carro son los de mayor demanda?		
Marca	Frecuencia	Porcentaje
Chevrolet	29	52%
Kia	11	20%
Hyundai	8	14%
Ford	5	9%
Toyota	3	5%

Elaboración: Autores

Gráfico 5 Pregunta 3



Elaboración: Autores

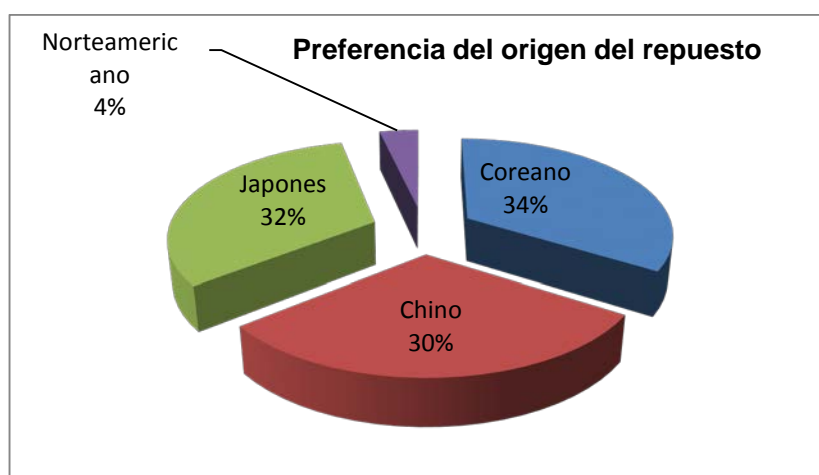
Como muestra el gráfico la marca de repuestos más demandadas es la Chevrolet con un dominio del 52% frente a las demás, Cabe indicar que la segunda marca es la Kia con un 20% lo que también significa que tiene una relevante participación en el mercado. La marca de repuestos para los vehículos Hyundai en una menor proporción participativa con el 14% de espacio en el mercado también demanda de repuestos. Por último tenemos a Ford con 9% y Toyota con 5% con una pequeña participación en el parque automotor.

Tabla 6 Pregunta 4

4. ¿Cuál es el origen del repuesto de mayor preferencia?		
País	Frecuencia	Porcentaje
Coreano	19	34%
Chino	17	30%
Japonés	18	32%
Norteamericano	2	4%

Elaboración: Autores

Gráfico 6 Pregunta 4



Elaboración: Autores

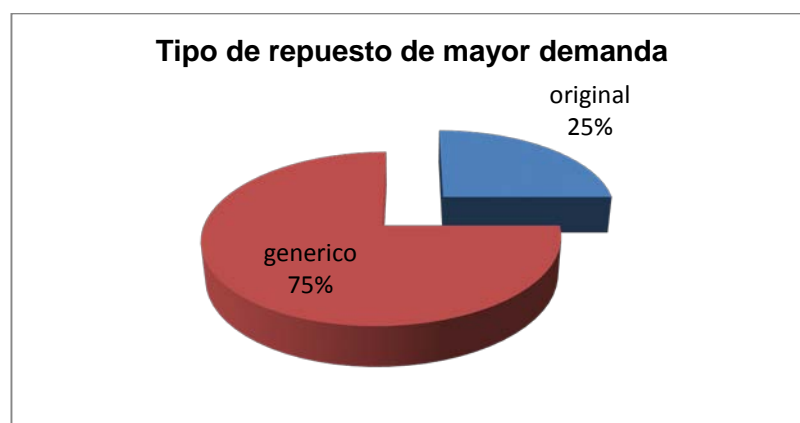
El gráfico demuestra básicamente que los micros y pequeños locales comerciales optan por tres países principales como preferencia en sus repuestos, el Coreano con el 30%, el japonés con 32%, chino con 30% de la mano con la participación de las marcas de autos, ya que muchos son elaborados en esos países e importados a territorio nacional o como mucho de sus componentes son fabricados en esas zonas. Con menos preferencia están los repuestos norteamericanos con el 4% que de igual manera refleja una demanda.

Tabla 7 Pregunta 5

5. ¿Qué tipo de repuesto es de mayor preferencia para sus ventas?		
Tipo	Frecuencia	Porcentaje
Genérico	42	75%
Original	14	25%

Elaboración: Autores

Gráfico 7 Pregunta 5



Elaboración: Autores

El gráfico muestra la calidad que prefieren las MYPES al adquirir sus mercancías, liderando los repuestos genéricos con un 75% de su stock, la razón se debe a la demanda de los clientes que prefieren repuestos con precios más económicos y con una calidad inferior a un repuesto original que de acuerdo al gráfico representa una demanda del 25% en el mercado.

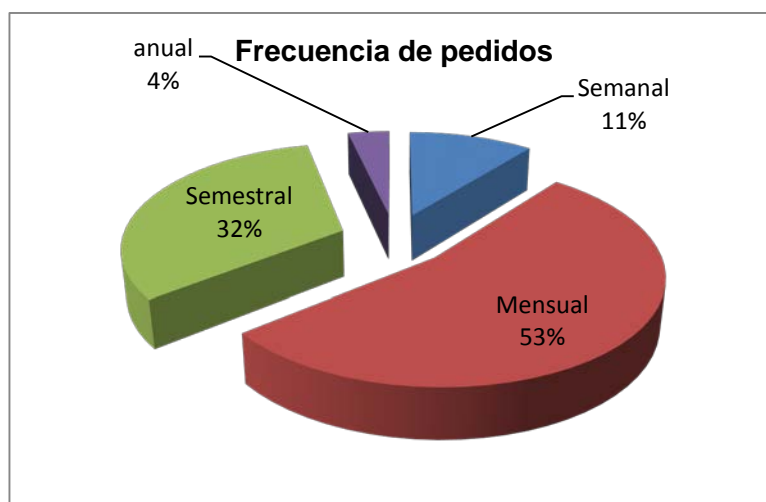
Se manifestó por parte de los encuestados que los repuestos genéricos son autorizados por misma compañía fabricante de vehículos para la reparación o mantenimiento que alguno de sus componentes requiera.

Tabla 8 Pregunta 6

6. ¿Con qué Frecuencia hace los pedidos de los repuestos las MYPES?		
Pedido	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	6	11%
Mensual	30	53%
Semestral	18	32%
anual	2	4%

Elaboración: Autores

Gráfico 8 Pregunta 6



Elaboración: Autores

El gráfico muestra la frecuencia de pedidos con mayor preferencia dentro de las MYPES lo cual indica que el mensual con 53% y el semestral con un 32%, lo cual demuestra que tienen una alta rotación en sus productos. Adicional se le pregunto el monto de compra, para lo que se determinó un promedio anual de \$21.000 independientemente de su frecuencia de pedido.

Tabla 9 Pregunta 7

7. ¿Le gustaría comprar directamente sus repuestos y partes a un proveedor internacional?		
Opción	Total	Porcentaje
Si	54	96%
No	2	4%

Elaboración: Autores

Gráfico 9 Pregunta 7



Elaboración: Autores

El gráfico muestra que un 96% de los micros y pequeños locales comerciales les gustaría comprar directamente a los proveedores internacionales pero por falta de información sobre procesos de importación o por no cumplir con el requerimiento de mínima cantidad de compra optan por adquirir sus mercancías a importadores. Cabe señalar que existen alternativas para poder importar pero por falta de asesoramiento como se mencionó anteriormente impiden el desarrollo de las MYPES. Un 4% prefiere hacer sus comprar directamente.

Tabla 10 Pregunta 8

8. ¿Le ha comprado a algún proveedor en el exterior?		
Opción	Total	Porcentaje
Si	15	27%
No	41	73%

Elaboración: Autores

Gráfico 10 Pregunta 8



Elaboración: Autores

El gráfico muestra que el 73% de locales comerciales en algún momento le han comprado a proveedor internacional manifestando que abandonaron las negociaciones porque en muchas ocasiones no llegaban a la cantidad mínima requerida de pedido o carecían de falta de financiamiento, a su vez afectaba tiempo de demora, e incidía la misma falta de información en procesos de importación. El 27% no han comprado directamente sus productos lo que significa que se proveen de sus mercancías localmente por lo tanto es un mercado virgen para el negocio donde se lo asesorará y se le darán las opciones.

Tabla 11 Pregunta 9

9. ¿Cree usted que sus ingresos mejorarían al hacer sus pedidos al proveedor internacional directamente?		
Opción	Total	Porcentaje
Si	52	93%
No	4	7%

Elaboración: Autores

Gráfico 11 Pregunta 9



Elaboración: Autores

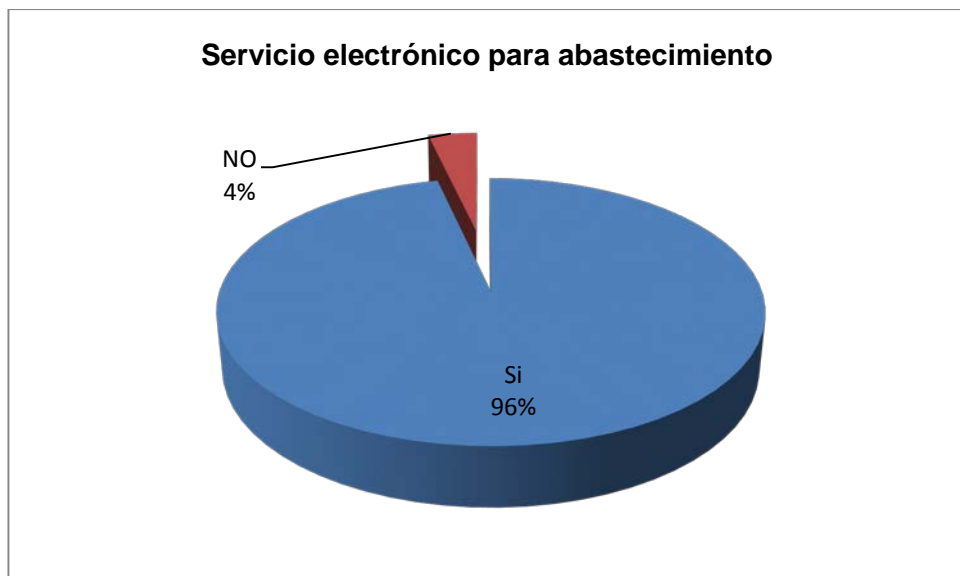
El gráfico muestra que el 7% de las micros y pequeñas empresas no mejorarían sus ingresos y rentabilidad del negocio pero el 93% que sus ingresos mejorarían sustancialmente con la compra directa de sus repuestos a los proveedores internacionales, y no solo eso, sino que también mejoraría los precios hacia el cliente final. Los que estuvieron en desacuerdo alegaron que el mercado mejoraría si el Gobierno impulsa a la producción de estos productos nacionalmente.

Tabla 12 Pregunta 10

¿Le gustaría a usted un servicio electrónico para el abastecimiento de sus productos?		
Opción	Total	Porcentaje
Si	54	96%
No	2	4%

Elaboración: Autores

Gráfico 12 Pregunta 10



Elaboración: Autores

Un análisis del gráfico muestra que el 96% de estos micros y pequeñas empresas prefieren un sistema electrónico ya que están siendo automatizadas hacia programas en línea por lo que les es más factible su pedido. El 4% indico que llevan sus pedidos personalmente con la importadora.

Tabla 13 Pregunta 11

11. ¿Le gustaría tener una representación directa con los proveedores internacionales?		
Opción	Total	Porcentaje
Si	48	86%
No	8	14%

Elaboración: Autores

Gráfico 13 Pregunta 11



Elaboración: Autor

El gráfico representa que al 86% de las MYPES les gustaría tener una representación directa ante los proveedores internacionales, lo cual de una u otra forma le ayudaría a cortar todo tipo de intermediación y así el encarecimiento del producto. Por otro lado el 14% de empresas que no estuvieron de acuerdo con el mismo, debido a que preferirían tener una inducción y representarse ellos mismos.

CAPÍTULO IV: Evaluación del Sector Automotriz

4.1 Diagnóstico del sector

Para el objeto de estudio de agente representante e importador de repuestos automotrices de sistemas de suspensión y dirección, es importante llevar a cabo un profundo análisis y diagnóstico de la situación del mercado ya que la demanda de los productos va a depender del volumen de vehículos existentes como de la producción actual en la industria. Así mismo se permitirá conocer los componentes que son fabricados y producidos nacionalmente y los que son necesarios importarlos desde distintas partes del mundo.

4.2 Análisis del sector automotriz del ecuador

La industria automotriz del Ecuador juega un papel fundamental en la economía del país y la razón es que la fabricación y producción de vehículos genera una actividad económica que involucra varios actores para la producción directa e indirectamente tanto así que está obligada la participación de otras industrias para suplir la elaboración de los vehículos tales como la metalúrgica, electricidad, petroquímica, petrolera, siderúrgica, robótica e informática, del vidrio, plástico y minera (Proecuador, 2013).

Como consecuencia de la intervención de todos estos actores industriales, el sector automotriz también integra a empresas autopartistas que son las principales proveedoras de partes y piezas para el ensamblaje de tal manera que se impone cumplir con los estándares establecidos de la cadena que involucra el proceso de fabricación de un vehículo.

El proceso de la cambio del cambio de la matriz productiva impulsada por el gobierno estos años ha generado que el sector de repuestos y autopartes invierta más en tecnología para ser un mercado más dinamizado y pueda tener competencia con los países y a su vez exportar a otros mercados de tal manera que se aumentan los ingresos, generando mejores rentas al territorio

Tabla 14 Datos generales de la Industria Automotriz 2013

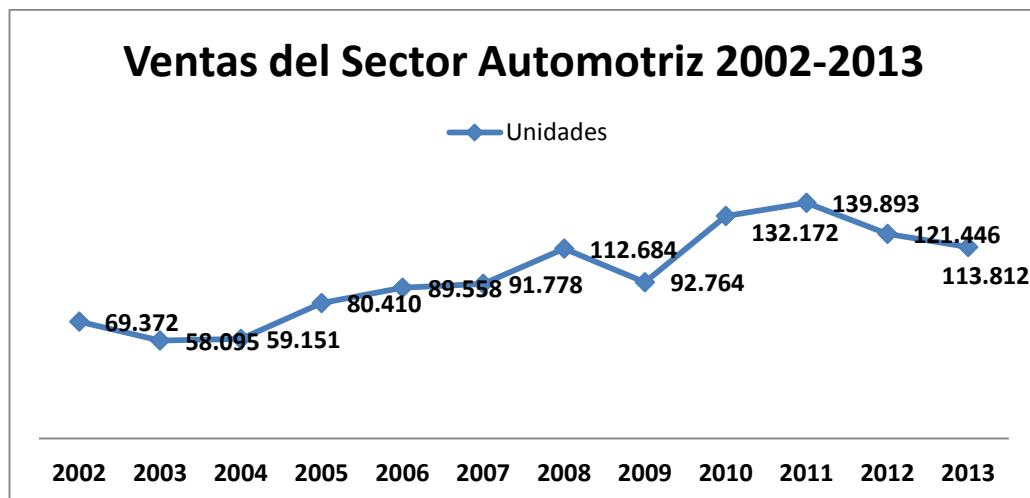
Datos Generales	
Población 2013	15.662.618
Parque automotor	2.065.975
Relación habitantes/vehículo	7,58
Ventas Totales 2013	113.812
Variación 2012/2013	-6,29%

Fuente: AEADE 2013

Elaboración: Autores

El sector automotor del Ecuador está conformado por 2.065.975 millones de vehículos para el año 2013.

Gráfico 14 Ventas del Sector Automotriz 2002-2013



Fuente: AEADE 2013

Elaboración: Autores

El sector automotor en el Ecuador desde el 2002 hasta el año 2008 mostró un incremento significativo en cuanto a la venta de vehículos formando miles de plazas de empleo y generando ingresos fiscales al país por medio de los impuestos y aranceles pero para el 2009 mostró un declive debido a

la crisis de los Estados Unidos que afectó a todos los continentes y como consecuencia se encarecieron los precios de los vehículos de demanda en los mercados por ende el país sufrió directa e indirectamente en el sector automotriz. Para el 2010 comenzó a recuperarse con un aumento significativo en sus ventas y la tendencia fue hasta mediados del 2012 cuando el gobierno nacional comenzó a imponer restricciones cuantitativas limitando la capacidad de oferta de las empresas del sector lo cual se establecieron que serán hasta el 31 de diciembre del 2014 por lo tanto se fijó la importación de vehículos a través de cupos que se le asignaron a los importadores 2012 y todo con la finalidad de fomentar la industria local de piezas y autopartes para incentivar a las industrias a fabricar y producir los componentes. Durante todo el año 2013 la demanda de vehículos nuevos mostró un comportamiento estable sin presentar variaciones significativas. La distribución del sector vehicular en el año 2013 de acuerdo a las ventas realizadas está dividida de la siguiente manera:

Tabla 15 Distribución de ventas del Año 2013

PROVINCIAS	PORCENTAJE
Pichincha	40,80%
Guayas	27%
Tungurahua	7%
Azuay	5,60%
Manabí	3,50%
Imbabura	3%
Resto de Provincias	13%

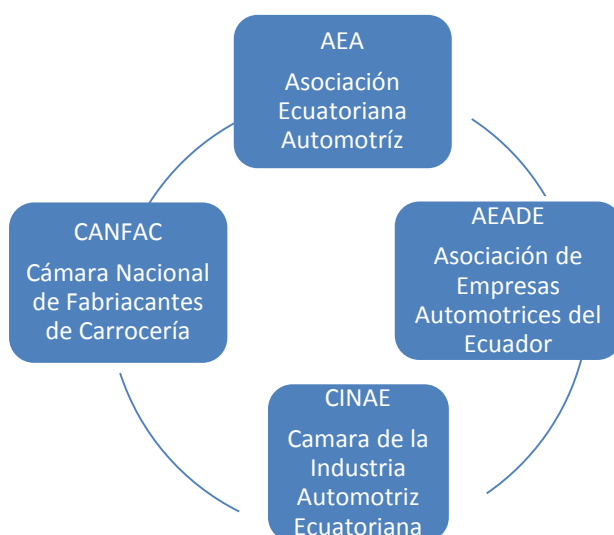
Fuente: AEADE 2013

Elaboración: Autores

Un análisis macro de la industria automotriz determina que la provincia de Pichincha lidera la ventas en el Ecuador, seguido de Guayaquil que concentra la segunda fuerza de ventas en el país, luego continúa Manabí con el 3,50 %, Imbabura con el 3% y el 13% se encuentra distribuido a lo ancho del país.

El mercado ecuatoriano conjuntamente con los mercados de Colombia, y Venezuela registran reducciones del 6%, 7%, y 32% si se lo compara con el año 2012 y son el único mercado de América del Sur que registran reducciones. Cabe indicar que la demanda de vehículos nuevo durante al año 2013 correspondió a automóviles con el 41%, seguido por el SUVs⁵ con el 24%, camionetas con el 19%, los camiones concentraron el 10%, las VANs⁶ el 5% y los buses el 1%. El sector automotriz se encuentra representado por asociaciones gremiales que juntan a los principales actores de este campo, a continuación se agruparán a los más importantes:

Gráfico 15 Principales Asociaciones Automotrices del Ecuador



Fuente: AEADE 2013

⁵ Sport Utility Vehicule o Vehículo Deportivo Utilitario aquellos que combina elementos todo terreno con automóviles de turismo.

⁶ VAN o furgoneta es un tipo de vehículo que sirve para transportar bienes o grupo de personas.

Cada una de estas instituciones apoyan al sector protegiendo sus intereses, fomentando la producción de parte, repuestos y vehículos donde cada una tiene funciones específicas explicadas a continuación:

- **Asociación Ecuatoriana Automotriz(AEA)⁷**

Este gremio tiene la finalidad de analizar, fomentar, evaluar las normas, reglamentos y leyes que impongan los gobiernos de turno de tal manera que no se vea afectada la industria en la producción de vehículos.

- **Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador(AEADE)⁸**

Conformada por actores importantes de la industria como los concesionarios a nivel nacional, distribuidores de partes y piezas, fabricantes de llantas, talleres donde la finalidad del gremio es brindar apoyo de forma unificada, capacitando a los integrantes en el ámbito legal y comercial.

- **Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana(CINAE)⁹**

Este gremio tiene el objetivo de mejorar la industria automotriz con la cooperación de instituciones públicas y privadas de tal manera que proporcionen la asistencia y asesoría técnica para las empresas afiliadas a este gremio.

- **Cámara Nacional de Fabricantes de Carrocería(CANFAC)¹⁰**

Esta asociación está conformada por los proveedores fabricantes de carrocerías que se encuentran en la provincia de Tungurahua, ciudad de Ambato donde la mayor compañía dedicada a es la Industria Metálica Cepeda que distribuye a los fabricantes.

⁷ Asociación Ecuatoriana Automotriz, <http://www.aea.com.ec>

⁸ Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador, <http://www.aeade.net/web/>

⁹ Cámara de la Industria Automotriz Ecuatoriana, <http://www.cinae.org.ec/>

¹⁰ Cámara Nacional de Fabricantes de Carrocería

4.3 Participación automotriz en el mercado por marcas

Para el estudio de factibilidad de la creación de la empresa se ha considerado objeto de análisis la participación en el mercado de las marcas de vehículos, ya que proporcionará a la investigación la demanda potencial de repuestos requeridos por los dueños de autos a partir de la segmentación de carros en el mercado nacional ya sea por mantenimiento preventivo o como por daños. Se permitirá la identificación de los repuestos más demandados a través de la marca por la cantidad de vehículos existentes en el mercado.

Tabla 16 Parque Automotor Nacional por Marcas 2013

Chevrolet	702.525	34,00%
Toyota	168.674	8,16%
Hyundai	147.823	7,16%
Mazda	134.650	6,52%
Ford	130.680	6,33%
Nissan	123.327	5,97%
Kia	84.176	4,07%
Suzuki	59.927	2,90%
Volkswagen	57.641	2,79%
Hino	55.492	2,69%
Mitsubishi	50.518	2,45%
Renault	34.331	1,66%
Fiat	31.560	1,53%
Lada	24.147	1,17%
Mercedes Benz	23.349	1,11%
Otros	237.155	11,48%
	2.065.975	99,99%

Fuente: AEADE 2013

Elaboración: Autor

La marca Chevrolet domina el mercado ecuatoriano, al liderar en cantidad de vehículos, quiere decir que la demanda de repuestos para con esta compañía automotriz es significativa tanto como para los que han sido ensamblados localmente como para los que han sido importados, ya que las industrias locales no son productores de muchos componentes en partes y repuestos lo que obliga a importarlos. Por lo tanto Chevrolet es la marca

comercial líder seguida de Toyota e Hyundai que son también reconocidas en el país. Así mismo se puede observar la distribución de marcas en territorio nacional.

4.4 Fabricantes y ensambladores nacionales

El sector automotor del Ecuador está compuesto por cuatro ensambladoras integradas por, General Motors Ómnibus (GM-OBB) fabricantes directos de las marcas Familia Chevrolet Luv D-Max, Familia Vitara, Familia Chevrolet Aveo y Familia Chevrolet Sail. El grupo MARESA dedicada al ensamblaje de las camionetas Mazda BT-50 como a la importación de otra gamma de vehículos fabricados en el exterior. La ensambladora AYMESA que fabrica vehículos de la marca Kia tales como kia sportage, stylus, pregio y cerato fortee Hyundai respectivamente con tipos de camiones. Y Finalmente Ciauto que producen los modelos Haval H5 y la camioneta Wingle de la empresa Great Wall(AEADE , 2013).

Tabla 17 Producción de Vehículos por Ensambladora 2013

Ensambladora	Unidades
Aymesa	15.368
Ciauto	846
Maresa	7.474
Omnibus BB	44.494
	68.182

Fuente: AEADE 2013

Elaboración: Autores

Omnibus BB se consolida como la mayor ensambladora en el ecuador en la fabricación y producción de vehículos además de ser la primera que empezó el negocio, cabe indicar cada una de las empresas ensambladoras trabajan de la mano con las importaciones de partes y piezas que no son elaboradas en el sector por lo que es necesaria su importación.

4.5 Productos y elaborados fabricados en el sector

La industria automotriz del Ecuador comprende los vehículos completamente armados (CBU)¹¹ o en partes para ser ensamblados (CKD) que proviene del exterior en componentes (Proecuador, 2013). Como lo mencionamos anteriormente la industria automotriz ecuatoriana se encuentra en capacidad y cuenta con los recursos y tecnología para solamente producir los siguientes tipos de vehículos en términos generales:

- Vehículos, sedán, T/M¹², de 4 puertas.
- Automóviles tipo hatchback¹³, T/M, de 5 puertas.
- Vehículos 4x4 y 4x2, T/M y T/A¹⁴.
- Camionetas, 4x4 y 4x2, T/M y T/A.
- Fabricación de vehículos para transporte de pasajeros, T/M.
- Carrocerías para buses de pasajeros.

Las piezas y autopartes que se producen son:

- Parachoques
- Cinturones de seguridad
- Techos(capotas)
- Guardafangos, cubierta de motor, flancos, puertas.
- Rejillas delanteras.
- Vidrios enmarcados con resistencia calentadora.
- Guarniciones de frenos montadas
- Tambores.
- Sistemas hidráulicos
- Discos
- Ejes con diferencial, ejes portadores.
- Tapacubos, copas vasos, llantas y neumáticos.

¹¹ CBU(Completely Build-up Unit) o unidad completamente armada.

¹² T/M o transmisión manual cuando la caja de cambios necesita ser manejada por un conductor.

¹³ Hatchbag es un prototipo de auto que tiene un espacio de carga al que se ingresa por el portón trasero

¹⁴ T/A o transmisión automática cuando la caja de cambios no necesita conductor para su alteración.

- Alfombras termoformadas y planas, insonorizantes.
- Asientos para vehículos.
- Forros
- Frenos automotrices y productos relacionados con el sistema de frenos y embragues.
- Silenciadores y sistemas de escape automotriz,
- Hojas de resortes.
- Filtros de combustible.
- Ensamble de radios
- Elaboración de arneses de cables para sistemas audio.
- Acumuladores de batería

Los componentes nacionales para la elaboración de un vehículo apenas se ubicaron en un 16% en el año 2013 en la fabricación de un automotor, por lo tanto el 94% restante tuvo que importarse.

4.6 Análisis de las importaciones del sector automotriz en el Ecuador

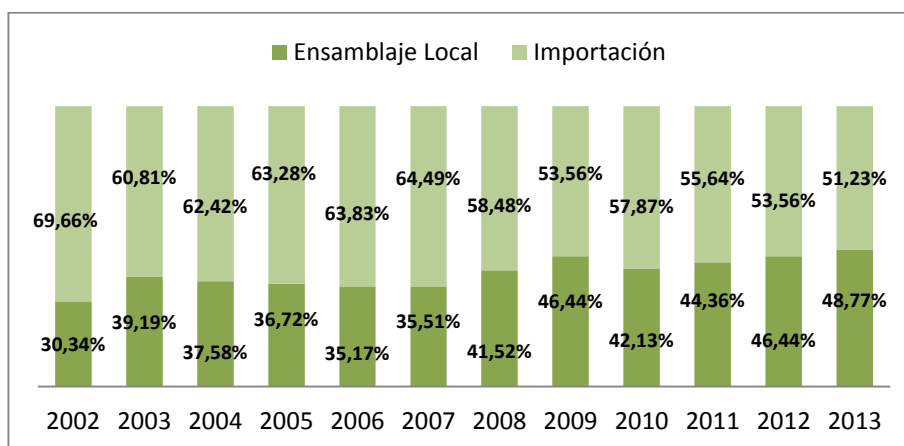
Las importaciones del sector automotriz en el Ecuador de vehículos ha mostrado un declive gradual partiendo desde el 2002 cuando el ensamblaje nacional era muy pequeño significando un 30,34%, por lo tanto el ingreso de vehículos elaborados en el exterior o importados para aquellos años representaba un 69,66% pero desde la Presidencia de Rafael Correa Delgado se dispuso un incentivo a las empresas locales ensambladoras de vehículos y fabricantes de autopartes a crecer en la industria nacional imponiendo en gobierno restricciones arancelarias a la importación de autos y ciertos componentes CKD¹⁵ otorgándole cupos anuales para su introducción en el país a las comercializadoras o importadas de carros.

Como consecuencia se ha ido endureciendo los impuestos para promover el desarrollo industrial, pero aún así, la importación de piezas y partes sigue

¹⁵Completely Knock Down o kit de ensamblaje, es un sistema logístico mediante el cual se consolidan en un almacén todas las piezas necesarias para armar un aparato funcional.

siendo necesaria tanta como para la producción de nuevos vehículos, como para la demanda de los autos existentes a nivel nacional que en el año 2013 fue de 2.065.975 (AEDE, 2013).

Gráfico 16 Composición de las Ventas en Porcentajes (Ensamblaje vs Partes Importadas)



Fuente: AEADE 2013

Elaboración: Autores

El gráfico muestra la tendencia de las importaciones a través de los años, aun así con las restricciones y nuevos impuestos la importación de vehículos sigue siendo mayor. Por lo tanto significa también que partes y piezas son fundamentales su importación. Se puede observar que más del 50% de vehículos armados fabricados viene del exterior.

La importación de los vehículos del año 2013 armados registraron un total de 62.595 unidades, mostrando una reducción del 6% en comparación con las 66.652 unidades importadas en el 2012 por lo tanto más del el 50% de la demanda nacional fue atendida con vehículos importados (AEDE, 2013).

El ensamblaje local está siendo impulsado por el gobierno ecuatoriano ya que se han establecidos incentivos a la industria local para el desarrollo del mismo por lo tanto se busca la producción de componentes nacionales

fomentando la industria autopartista y que se más integrada y sólida. Para el año 2013 la importación de vehículos siguió siendo un poco mayor considerando que cada empresa comercializadora de vehículos cuenta con un cupo asignado para traer autos ya que el gobierno dispuso ésta medida para proteger el mercado local. El gráfico muestra la situación del mercado de los últimos 5 años de acuerdo a la venta por unidades provenientes del ensamblaje local vs importación.

Las importaciones del mercado automotor del Ecuador tienen sus mayores proveedores en Asia, donde países como Corea, China y Japón lideran como sus principales proveedores internacionales:

Tabla 18 Importaciones por País 2013

Corea	15.476	24,72%
China	8.580	13,71%
Japón	7.868	12,57%
México	7.755	12,39%
Colombia	5.717	9,13%
EEUU	4.384	7%
Tailandia	4.353	6,95%
India	2.546	4,07%
Brasil	2.205	3,52%
Otros	3.711	5,93%
Total	62.595	100,00%

Fuente: AEADE 2013

Elaboración: Autor

Los principales proveedores de los vehículos del mercado ecuatoriano son Corea con 24,72%, China con 13,71%, Japón con 12,57%, México 12,13%,

Colombia 9,13%, Estados Unidos el 7%, Tailandia el 6,95%, y de otros países se importa 13,8%.

4.7 Análisis de las importaciones de repuestos automotrices en el Ecuador

Conforme a la fabricación y producción de vehículos es necesaria la importación de componentes que no pueden producirse en las empresas de autopartes y piezas del Ecuador por lo tanto es necesario adquirirlas desde el exterior. A continuación se mostrará las estadísticas representativas del sector importador a través de los años:

**Tabla 19 Piezas y Autopartes importadas 2009-2013
(toneladas y miles de dólares)**

Año	Toneladas	Valor Fob	Valor Cif
2009	24,011.13	169,182.61	179,273.04
2010	31,806.21	222,702.91	237,498.51
2011	36,897.84	264,292.10	280,112.20
2012	37,109.05	276,815.42	293,822.2
2013	37,125.43	271,974.71	287,729.42

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Autores

La importación de repuestos automotrices es indispensable para la fabricación de vehículos por parte de las ensambladoras nacionales que no poseen dichos componentes para la elaboración, cabe indicar que a su vez es fundamental para satisfacer la demanda de los vehículos existentes a lo largo del país, ya que ante cualquier fallo mecánico necesitan de una reparación o cambio de alguna pieza. El mantenimiento vehicular hace que los negocios dedicados a la venta y comercialización de partes y repuestos obtengan ingresos por la compra de sus productos de tal manera que es

indispensable contar con un stock suficiente para cubrir la demanda de los clientes.

El gráfico muestra la tendencia que ha tenido en los últimos 5 años la importación de autopartes y piezas de tal modo que se puede observar un incremento gradual lo que significa que a pesar de las restricciones para el sector automotriz ensamblador, la demanda de las importadoras y comercializadoras a lo largo y ancho del país es significativa para cubrir la demanda.

Los países principales proveedores de autopartes y piezas son China, Japon, Korea, Estados Unidos, México Brasil y Colombia con los que se maneja grandes volúmenes de importación de repuestos.

Capítulo V: Investigación de Mercado

5.1 Objetivos

5.1.2 Objetivo General

Evaluar el mercado automotriz y de repuestos de la ciudad de Guayaquil y determinar la factibilidad de la propuesta de negocio para las MYPES.

5.2.3 Objetivos Específicos

- Determinar la participación automotriz en Guayaquil
- Determinar repuestos de mayor demanda en la ciudad
- Identificar marcas más vendidas de repuestos

5.2 Análisis PEST

Político

En el ámbito político la propuesta de negocio deberá considerar las políticas exteriores comerciales de tal manera poder analizar la factibilidad para la importación de un producto y sus restricciones. Así mismo se debe tomar en cuenta los reglamentos y las nuevas leyes impuestas por el gobierno nacional que promueven el comercio exterior. El gobierno debe proteger su mercado local pero a su vez debe de satisfacerlo en lo que demande. Si bien los aranceles a ciertas autopartes aumentaron considerablemente se debe a que las empresas de esta industria ya lograron obtener los recursos y tecnología para fabricar ciertos tipos de componentes que antes se solía importar.

Económico

La economía local está relacionada a una fuerte actividad comercial de mayoristas y minoristas, de importadores y distribuidores que mantiene activos a la sociedad generando poder adquisitivo y empleo.

La inflación y alza de productos de proveedores internacionales por una mala economía o crisis afectarán directamente a la población del negocio automotriz de importación.

Social

El espacio de la de las micro y pequeñas empresas en la industria del parque automotor de componentes y autopartes con fines comerciales es impulsada por el gobierno para darle financiamiento a inversiones que generen rentas para el país como para ellos siempre y cuando demanden las necesidades del mercado.

La gran concurrencia a las MYPES de repuestos por los precios económicos que ofrecen en sus productos por lo tanto la actitud del consumidor hace preferencia a esta zona comercial.

Tecnológico

La tecnología industrial del parque automotor y de fabricantes de componentes no llega aún a su apogeo por falta de recursos económicos por lo tanto se seguirá dependiendo de las importaciones por un largo plazo.

5.3 Análisis PORTER

La factibilidad de la creación del negocio va a depender también de un análisis más profundo del sector de los repuestos de tal manera conocer las amenazas que pudieran presentarse y como objeto de estudio se investigará las cinco fuerzas que se encuentran clasificadas de la siguiente manera:

- Amenaza de nuevos competidores
- Poder de negociación de los clientes
- Amenaza de productos o servicios sustitutos
- Poder de negociación de los proveedores
- Rivalidad entre los competidores

Amenaza de nuevos competidores

La industria de partes y repuestos automotrices es muy rentable, a su vez que va aumentando la cantidad de vehículos en todo el país, por ende se convierte en un negocio muy lucrativo para las empresas dedicadas al abastecimiento de este tipo de mercancías. La intermediación por parte de agentes comerciales va tomando fuerza a medida que comerciantes actuales buscan mejores ofertas y buena calidad en la variedad de vehículos existentes en el territorio. Guayaquil es una ciudad con un comercio muy activo de venta de componentes automotrices y tener un puerto favorece aún más el comercio.

Poder de negociación de los clientes

La cantidad de MYPES con demanda de partes y repuestos automotrices en la ciudad de Guayaquil es alta, entonces al representarlos con ofertas de precios más bajos del mercado determinará la preferencia por la empresa y el servicio que brindará, de tal manera que no recurran a los importadores.

Amenaza de productos sustitutos

En la importación de partes y repuestos automotrices existen variedad de ofertas dependiendo de la calidad. Los productos sustitutos serían todos aquellos que no son autorizados por la marca para su utilización aun siendo genéricos. Pero los precios extremadamente bajos serían una amenaza constante.

Poder de negociación de los proveedores

Los fabricantes directos de las partes y repuestos tienen un poder de negociación alto ya que la compra depende netamente de sus políticas de venta y distribución. Por eso es recomendable tener 2 o 3 proveedores de una misma línea de repuestos en caso de que las reglas de juego cambien por parte de uno de ellos.

Rivalidad entre los competidores

En términos de competencia es baja la presencia de empresas relacionadas a la proposición del negocio. Más bien las empresas importadoras y distribuidoras que traen y revenden la mercancía actuarían como competencia directa ya que ellas tiene cierto dominio en el mercado.

5.4 Parque automotor de la ciudad de Guayaquil

Para el proyecto de factibilidad de la creación de la empresa es de vital importancia conocer el parque automotor de la ciudad de Guayaquil que podrá permitir cuantificar la cantidad de vehículos que circulan a diario en la urbe entre nuevos y usados. Según datos proporcionados por la CTE para el año 2013 se matricularon unos 430.000 vehículos en la ciudad de Guayaquil lo cual representa una demanda potencial en cuanto a partes y repuestos automotrices. Su comercialización depende del tipo de repuesto y la marca, antigüedad y de la accesibilidad para poder comprar dichos productos.

Tabla 20 Participación Vehicular Guayaquil 2013

Marca	Participación
Chevrolet	44%
Kia	10,41%
Hyundai	8,46%
Toyota	5,78%
Mazda	5,65%
Ford	5,63%
Nissan	3,59%
Renault	3,28%
Hino	2,23%
Volkswagen	1,62%
Greatwall	1,48%
Chery	1,00%
Otras	6,38%

Fuente: CTE 2013

Elaboración: Autor

5.5 Repuestos automotrices más comercializado en Guayaquil

Tabla 21 Demanda de Repuestos en Guayaquil 2013

Secciones	Porcentaje
Lubricantes y Aditivos	27%
Suspensión y Dirección	24%
Sistema de Frenos	18%
Motor y sus partes	15%
Sistema de transmisión	11%
Sistema Eléctrico	5%

Fuente: AEADE 2013

Elaboración: Autor

De acuerdo a la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador durante el año 2013, los suministros de mayor comercialización en la ciudad fueron los lubricantes y auditivos con el 27%, cabe señalar que estos productos son envasados en territorio nacional y son vendidos bajo representantes únicos con licencia para importar el líquido por lo tanto no competirá de estudio en la propuesta de negocio. La segunda mayor fuerza de ventas son los sistemas de suspensión y dirección con un 24% y se requiere de su importación ya que son componentes que no son fabricados en el país por lo tanto las importaciones se enfocarán a este grupo primeramente.

Luego están los sistemas de frenos con un 18% que también son importantes pero algunos de sus componentes ya se encuentran fabricando nacionalmente. El motor y sus partes con 15% por lo general tienen una vida útil más prolongada para tener un desperfecto, así mismo el sistema de transmisión con el eléctrico.

Como conclusión el sistema más vulnerable es el de suspensión al ser el mayor importado ya que si bien las carreteras han desarrollado mejor infraestructura, no todas las vías de la ciudad se encuentra en perfecto estado por lo tanto un daño es imprescindible.

5.6 Segmento de mercado

La propuesta de negocio se enfocará al grupo de las micros y pequeñas empresas comercializadoras de repuestos automotrices de la ciudad de Guayaquil al ser uno de los actores más importantes de la actividad del comercio interno y demandado por el parque automotriz.

5.7 Nicho de mercado

El proyecto se enfocará en el sector centro sur de la ciudad, específicamente a lo largo de la calle “Ayacucho” al ser una zona muy conocida y concurrida localmente debido a la variedad de repuestos, partes, accesorios del parque automotor guayaquileño, encontrando distintas calidades en los componentes que demanda la población y por su puesto a precios inferiores que las ofrecidas por las casas comerciales de partes y repuestos.

5.8 Análisis FODA del sector

Fortalezas

- Las MYPES son comercialmente muy activas.
- La variedad de partes y repuestos atraen a los clientes.
- Precios económicamente asequibles.
- Variedad de servicios además de la venta de repuestos ofrecen servicios mecánicos y lubricantes.
- Dinamizan el sector informal a sus alrededores con otras actividades comerciales.

Debilidades

- Muchas carecen de conocimiento en negocios internacionales.
- Infraestructura pobre en muchos locales
- Mala administración, no hay control de inventarios.
- No tienen contactos internacionales.
- Desconocen procesos de importación de mercadería.
- Falta de personal.

Oportunidades

- Apoyo del gobierno para promover la inversión y desarrollo.
- Mercado automotor extenso.

Amenazas

- Imposición del gobierno por nuevos impuestos a productos seleccionados para proteger la industria local.
- Inflación de países fabricantes de partes y repuestos pudieran elevar precios de partes y piezas importadas.
- Alta competencia.

5.9 Análisis de las importaciones del sistema de suspensión y dirección 2007-2013

Para efectos del estudio de la investigación se procederá a realizar un análisis sobre las importaciones durante los últimos 7 años de las partes del sistema de suspensión y dirección:

5.9.1 Análisis de las importaciones de rotulas y sus partes

El análisis de las importaciones de rotulas y sus partes se mostrará de la siguiente manera:

Tabla 22 Rótulas y sus partes

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE ROTULAS 2007-2013(Toneladas y miles de dólares)

Año	Tonelada	Fob	Cif
2007	38.35	354.15	368.51
2008	246.71	2,464.40	2,550.69
2009	308.15	3,513.22	3,606.41
2010	277.04	2,858.96	2,959.59
2011	333.57	3,853.14	3,959.07
2012	358.91	4,286.62	4,401.23
2013	352.87	4,280.89	4,393.86

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Autor

Como se observa en el gráfico la demanda de este componente y sus partes durante los últimos 7 años ha crecido, debido que es necesaria su importación al no ser un repuesto que se fabrica en el país, de tal manera que el mayor proveedor de este producto es Japón, luego Estados Unidos, Corea y China como los principales abastecedores a nivel mundial. Cabe resaltar el Servicio de Aduanas del Ecuador ha impuesto un arancel del 0% para las rótulas y sus partes.

5.9.2 Análisis de las importaciones de terminales y sus partes

Tabla No 18: Terminales

Tabla 23 Evolución de terminales y sus partes 2007-2013

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE TERMINALES 2007-2013(Toneladas y miles de dólares)			
Año	Tonelada	Fob	Cif
2007	243.61	2,185.81	2,267.98
2008	274.53	2,797.67	2,913.43
2009	307.31	3,548.94	3,654.16
2010	274.40	2,978.18	3,092.99
2011	336.10	3,791.06	3,912.62
2012	394.40	4,544.45	4,682.62
2013	392.70	4,275.93	4,399.10

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Autor

La importación de terminales y sus partes ha incrementado gradualmente durante estos últimos 7 años, cabe indicar que los países mayores proveedores se encuentran en Asia, siendo estos China, Korea y Japón sus principales proveedores ya que ellos fabrican para la marca Chevrolet, Toyota, Hyundai, Kia que son las que más participación tienen en el mercado. Otro dato importante es que el Ecuador no produce estos componentes por lo tanto son necesaria su importación además que no entran a las partes y pizas que pagan aranceles.

5.9.3 Análisis de las importaciones de amortiguadores y sus partes

Tabla 24 Evolución Amortiguador y sus partes

EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE AMORTIGUADORES Y SUS PARTES(toneladas y miles de dólares)			
Año	Toneladas	Fob	Cif
2007	217.39	1,698.28	1,807.40
2008	1,756.95	12,493.52	13,249.91
2009	1,485.94	11,000.71	11,567.98
2010	1,959.44	13,981.72	14,816.74
2011	2,464.73	17,320.65	18,191.86
2012	2,474.10	17,725.48	18,621.73
2013	2,594.14	18,745.11	19,562.45

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Autores

En el grupo del sistema de suspensión y dirección como muestra el gráfico, los amortiguadores durante los últimos años ha demandado de más partes , creciendo significativamente su importación en el mercado, cabe indicar que el país principal proveedor de este componente es Colombia por lo tanto, la logística, los precios son atractivos para los importadores además que dichas empresas colombianas de la industria de piezas y autopartes tienen bien desarrolladas su tecnología por lo tanto son exportadores de esta pieza en particular. Aun así la demanda en Guayaquil se limita a las rótulas y terminales.

5.10 Nomenclatura nandina de los repuestos de suspensión y dirección

Tabla 25 Nomenclatura Andina del Sistema de Suspensión y Dirección

NOMENCLATURA NANDINA	
Piezas	Arancel
Rotulas y sus partes	0%
Terminales y sus partes	0%
Amortiguadores y sus partes	10%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaboración: Autores

En la tabla se puede observar que los repuestos de las rotulas y sus partes no pagan aranceles al introducirlos al Ecuador por lo tanto su importación a pagar los tributos concernientes al fodinfa y al IVA. Por otro lado igualmente pasa con las terminales y sus partes que están exoneradas de aranceles al ser como las rotulas componentes que no son elaborados por la industria del sector por lo tanto es necesaria su importación. Al final tenemos a los amortiguadores y sus partes que si pagan un arancel específico para los ingresos de sus componentes al país. Industrias colombianas que son los mayores proveedores de amortiguadores para final del presente taño 2014 tendrán fábricas para poder producir este repuesto.

CAPÍTULO VI: Plan del Negocio y Logística del Servicio

6.1 Plan de negocios

La creación de la compañía conlleva a una identificación de la misma, sus objetivos y metas. Por lo tanto es importante tomar en cuenta que es lo que se va a ofrecer y como se dará el servicio para lo que se explicará lo siguiente:

6.1.2 Nombre de la empresa

El nombre de la compañía será Latina Trading Group SA. Cabe recalcar que este nombre no está registrado como alguna marca o empresa constituida en el país, ya que fue consultado en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual).

6.1.3 Misión.

El propósito es ser una empresa confiable y brindar la ayuda necesaria a las MYPES del mercado automotriz de la ciudad de Guayaquil, constituyendo una red de proveedores internacionales para que puedan establecer una mejora en la compra de sus mercaderías y así maximizar sus utilidades. Lo que nos diferencia es nuestra eficiencia en la logística del negocio al crear una relación directa entre el exportador y el distribuidor Final (MYPES).

6.1.4 Visión

Ser la empresa de intermediación reconocida en el mercado ecuatoriano, y que cumpla con las necesidades de los clientes; y así en el término de 5 años establecernos en otros mercados internacionalmente ganando una buena reputación y credibilidad ante la competencia en el mercado.

6.1.5 Valores

- **Liderazgo.-** Ser la empresa líder en el mercado automotriz de intermediación ecuatoriano, teniendo como principal meta ayudar a las MyPes.
- **Innovación.-** Estar a la vanguardia de lo que el mercado exige, y así mismo tener todas las herramientas necesarias para simplificar el método de abastecimiento de mercaderías a las MYPES
- **Integridad.-** Que todas las acciones sean integrales con los representados, y así llegar a lo estipulado por la misión de la empresa.
- **Lealtad.-** Ser leales a los clientes, con el compromiso de siempre cumplir lo que ofrecemos, y así construir una relación estrecha con ambas partes.
- **Pasión.-** Tener pasión en nuestro trabajo, y en la mejora constante.

6.1.6 Metas

Dentro de las metas, tenemos el compromiso de servir a la comunidad de las MYPES, y en un estimado de 5 años expandir nuestro servicio a otras partes del Ecuador, y si es posible internacionalmente también. Llegar a tener una cartera de clientes extensa para la conformación de un gremio de MYPES y así poder ayudarlos con sus pedidos macros.

Objetivos

Dentro de los objetivos que se llegaron a establecer son:

- Frecuencia de visitas (de 2 a 3 veces por semana) a los clientes para tener una mejor relación de negocios con los mismos.
- Ahorro para adquisición de galpón propio, para la redistribución de las mercaderías para los clientes.
- Creación de página WEB y dominio propio, para la personificación de la empresa, y así tener credibilidad con los exportadores internacionales.

- Hacer viajes dentro del territorio Ecuatoriano e internacionalmente para hacer una búsqueda de mercados metas próximas.
- Viajes al exterior para estrechar relaciones con nuestros proveedores y empresas que nos ayuden a la auditoria de las mercaderías, también tratar de conseguir financistas en el exterior.

6.1.7 Compromiso

Al haber visto como se mueve el mercado automotriz de partes y repuestos en el entorno, el cual está ubicado en mayor parte en la calle Ayacucho largo hasta la 17ava, se llegó a la conclusión de que los precios estaban muy inflados a comparación con lo que deberían ser si se importaran directamente y sin tantos intermediarios. El compromiso es con esos micros y pequeños empresarios que solo dependen del precio que estipule en el mercado el importador nacional, y darles la opción de hacer lo mismo y así tener una mejor utilidad del mismo y sin encarecer tanto el precio al consumidor.

6.2 Ventajas competitivas

El servicio que se estipula es totalmente diferente al convencional y ya muy usado a las que las MYPES están acostumbradas a hacer. Es decir, la adquisición de la mercadería que usualmente se hace a un importador nacional, el mismo que encarece el producto por el sin número de intermediarios que puedan encontrarse dentro de la cadena de distribución del mismo, por lo que nos vemos en la obligación integra de hacer una conexión directa con el proveedor internacional o exportador y el distribuidor final (MYPES). Basado en este planteamiento, el costo de los requerimientos por parte de los clientes pueden ser financiados por una empresa grande en el mercado Ecuatoriano, con la cual estamos llegando a un acuerdo para este tipo de negocio, y así ayudar de mejor forma a las MYPES.

6.3 Competencias

Se consideró la experiencia dentro de la cadena de valor en la adquisición de partes y repuestos automotrices que su precio fluctúa más por los porcentajes agregados por intermediarios que por el mismo repuesto en sí. Se consideró el llevar a cabo una mejor propuesta a con estas empresas para la compra de su mercadería, sin tener que comprarlas a mayor precio o dependiendo de un importador nacional. Se sabe que en el país no constamos con este tipo de industria de la manufactura de repuestos, por lo que se hace tan frágil y sencillo el aprovechamiento de las importadoras hacia el consumidor final.

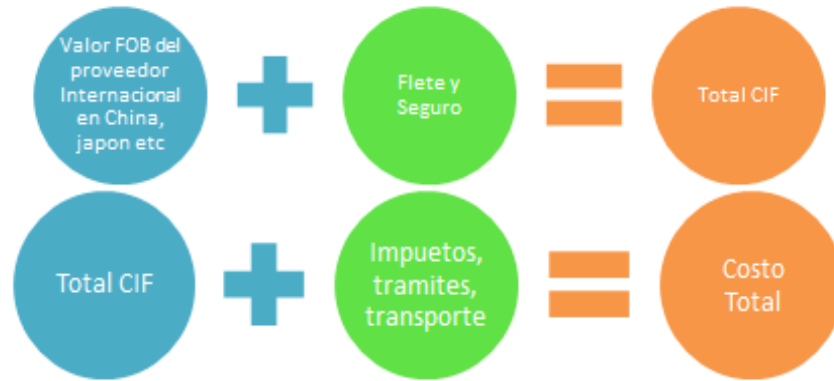
6.4 Carácter

Las necesidades que se cubre dentro de este servicio es la mejora en las utilidades de los clientes y consumidor final. Este servicio es bien visto por parte de las MYPES quienes son el principal cliente meta, los cuales están gustosos de empezar con este proyecto el cual los ayudara a no depender tanto de las importadoras. Este proyecto es totalmente de carácter de emprendimiento y ayuda al mercado afectado en nuestra población. Y mi oferta esta direccionada de tal manera:

6.5 Precio del servicio

Se consideró en este punto las encuestas establecidas a las MYPES como ejemplo el repuesto de mayor demanda que fue la Rótula, la cual nos demuestra que el rango de precio es de \$20 - \$30 con una media de \$26; ahora si bien este es el precio al público, se manifestó por parte de las MYPES que su ganancia representa el 50% del valor del producto adquirido por lo tanto la compra de sus repuestos al importador nacional es de \$13. Entonces basado a los cálculos tenemos lo siguiente:

Gráfico 17 Precio Total



Elaboración: Autores

Para efectos de importación los tributos a pagar se consideran el advalorem, fodinfa y el impuesto al valor agregado.

6.5.1 Propuesta para importación de los principales repuestos del sistema de suspensión y dirección

Tabla 26 Cotización Rótulas

IEAHEN INC. AUTOPART MANUFACTURER CHINA
CHEVROLET AVEO BALL JOINT OEM 96535089

	Precio Unidad	Mínimo piezas	FOB	PAGOS
Proveedor(CHINA)	\$ 5,00	520	\$ 2.600,00	\$ 2.600,00
Seguro/Flete				\$ 1.300,00
Total				\$ 3.900,00
Arancel Ecuador 0%				\$ 3.900,00
Fodinfa 0.5%				\$ 4.095,00
IVA 12%				\$ 4.586,40
Agente Aduanas \$200				\$ 4.786,40
Transporte Puerto-Bodega \$150				\$ 4.936,40
Total Mercancía				\$ 4.936,40
Precio Unidad Ecuador				\$ 9,49
PRECIO PROMEDIO COMPETENCIA ENTRE 20 Y 30				

Elaboración: Autores

En la tabla se puede observar una cotización Fob de rótulas de un proveedor internacional situado en China (ver anexo 2), cabe indicar que es una empresa fabricante de partes y repuestos autorizada por la marca Chevrolet, a su vez se puede observar el precio del seguro y flete (ver en anexo 5) proporcionada por la naviera MAERSK.

Tabla 27 Cotización Terminales

IEAHEN INC. AUTOPART MANUFACTURER CHINA

TIE ROD END FOR CHEVROLET AVEO 93740722

Proveedor(CHINA)	\$	6,00	500	\$ 2.600,00	\$ 3.000,00
Seguro/Flete					\$ 1.300,00
Total					\$ 4.300,00
Arancel Ecuador 0%					\$ 4.300,00
Fodinfra 0.5%					\$ 4.515,00
IVA 12%					\$ 5.056,80
Agente Aduanas \$200					\$ 5.256,80
Transporte Puerto-Bodega \$150					\$ 5.406,80
Total Mercancia					\$ 5.406,80
Precio Unidad Ecuador					\$ 10,81
PRECIO PROMEDIO COMPETENCIA ENTRE 20 Y 30					

Elaboración: Autores

Se puede observar los precios que incurre la importación de terminales al Ecuador, de tal manera que se puede su precio se reduce significativamente y las Mypes tienen más acceso a llenar su stock. La comisión de la empresa es cobrada a los proveedores. Las terminales son componentes de la cual es necesaria su importación (ver anexo 3).

Tabla 28 Cotización Amortiguadores

IEAHEN INC. AUTOPART MANUFACTURER CHINA

CHEVROLET NEW SAIL 10- Suspension Parts SHOCK ABSORBER OE:9074248

Proveedor(CHINA)	\$	18,00	500	\$ 2.600,00	\$ 9.000,00
Seguro/Flete					\$ 1.300,00
Total					\$ 10.300,00
Arancel Ecuador 10%					\$ 11.330,00
Fodinfra 0.5%					\$ 11.896,50
IVA 12%					\$ 13.324,08
Agente Aduanas \$200					\$ 13.524,08
Transporte Puerto-Bodega \$150					\$ 13.674,08
Total Mercancia					\$ 13.674,08
Precio Unidad Ecuador					\$27,35

Elaboración: Autores

La tabla indica los valores a pagar si se requiere importar amortiguadores, el cual si tiene un arancel específico. Cabe indicar que la fabricación de este tipo de componentes en el Ecuador está comenzando ligeramente y se espera que a finales de este año empresas colombianas venga a territorio nacional a fabricar en grandes volúmenes este tipo de repuesto (Ver anexo 4).

6.6 Planes de pago

En el caso de las MYPES la financiación es una parte importante a la hora de importar, debido a que no todos tienen la liquidez para poder hacer sus compras de tal magnitud, es decir, con mínimo de orden. Por lo que estratégicamente se estuvo conversando con un representante de la empresa SOYODA S.A, el Ing. Aníbal Martínez, para que este pueda ser financista de las MYPES a un porcentaje del 2.7 del préstamo a un máximo de 90 días.

6.7 Estrategia de Marketing

Producto.- En cuanto al producto, sería el servicio que se dará a los dueños de las MYPES al asesorarlos con la logística, búsqueda de precio preferente, apoyo con el financiamiento, precios de transportación, seguros y los procesos aduanales al ingreso de la mercadería.

Plaza.- la ubicación en donde está el mercado y a donde se dirigirán las fuerzas de ventas es en las MYPES ubicadas en la calle Ayacucho desde la Av. Quito hasta la 17 avenida. Y las oficinas estarán ubicadas en la calle Aguirre 324. Entre Chile y Pedro Carbo, edificio la Internacional, piso 1, oficina 7. Cabe recalcar que estas oficinas son propiedad de uno de los accionistas de la empresa.

Precio.- Esta es la parte más importante del proyecto, debido a que el precio de nuestra asesoría y trabajo proviene de la venta del proveedor internacional a un 5%. Es decir que entre más clientes consigamos en este mercado, mayor es el beneficio de nuestras utilidades, es decir no tendremos lucro cesante por parte de las MYPES.

Promoción.- El primer canal de promoción a con el producto será el afiliarnos a la cámara de comercio del guayas, y por medio de esta membrecía captar una base de datos y publicidad dentro de la revista de la cámara de comercio. El segundo canal para promocionar el producto o servicio es las entrevistas que la fuerza de ventas pueda captar personalmente con las MYPES. El tercer canal serían las redes sociales, donde promocionaríamos los servicios a los allegados y empresas dentro de la misma red.

6.8 Canales de distribución

El canal de distribución sería un galpón ubicado en el KM. 8 ½ via a Daule donde sería nuestra base de almacenamientos y redistribución de las mercaderías por cliente. Cabe recalcar que esta bodega que pertenece a la compañía Tesalia se paga solo cuando se utilice el bien inmueble, es decir

es una bodega temporal solo para distribución. Además, el negocio es solamente basado a pedidos, ya que invertir en un local de almacenaje no es conveniente en primera instancia. A esto se le debe agregar que tendremos una página web para los pedidos e información de embarques del mismo.

6.9 Canales de comunicación

Se contará con papelería de imprenta para la comunicación del negocio, catálogos de los servicios, Internet, y más para poder llegar al mercado meta.

6.10 Organigrama de la empresa

Gráfico 18 Organigrama



Elaboración: Autores

La empresa está constituida por 2 accionistas para empezar, los mismos que tendrán que cumplir funciones dentro del organigrama establecido arriba.

Administrador.- Encargado de la representación legal y manejo de los recursos de la empresa, este deberá desarrollar relaciones interpersonales con los proveedores en el extranjero, y esta función podrá ser ejercida por cualquiera de los 2 accionistas, debido a que ambos tienen la misma capacidad para manejar el negocio.

Agente de Operaciones.- Este a su vez es una pieza fundamental en la logística de la empresa, debido a que es el que receipta los pedidos que los agentes de ventas hacen de los clientes, y es el canal de información para la búsqueda y contacto de los proveedores a con estas peticiones. Este puesto al inicio de la empresa será dirigido por cualquier de los 2 accionistas de igual manera, ya que saben el manejo del proyecto en sí, paulatinamente cuando el volumen de pedidos aumente, se necesitara una persona más para este cargo, en apoyo al gerente de este departamento.

Analista Financiero

Este estará a cargo netamente de las finanzas de la empresa, como por ejemplo el recibo de pago de los proveedores por venta, transacciones bancarias, pagos de comisiones a los agentes de ventas; y estará ligado al agente de operaciones. Esta posición eventualmente también estará relacionada con alguno de los 2 accionistas, ya que es un puesto muy delicado y que solo se deberá tratar entre ambos.

Operaciones Locales

Éste estará a cargo de la información de llegada de embarques, papeles en regla, dar seguimiento de nuestra página web y tenerla actualizada de acuerdo con la información que provea el gerente de Operaciones y Financiero. Éste cargo si debe ser primordialmente contratado para la ejecución del mismo.

Agente de Ventas

Esta posición es definitivamente la más importante dentro del organigrama, ya que son el pilar fundamental para la ejecución del proyecto, ya que estarán a cargo de los pedidos y búsqueda de clientes y el mantenimiento de los que ya están en la cartera.

6.11 Logística del servicio

- 1.-** El requerimiento de los clientes MYPES, es lo principal, lo cual es tarea del agente de ventas de Latina Trading Company (AV), receptor los pedidos.
- 2.-** Después de ser receptado el pedido, el AV tendrá que enviar el requerimiento por el portal E-Latina, y confirmando con un correo al Agente de Operaciones (AO)
- 3.-** El AO está a cargo del contacto con el proveedor, tanto este bajo nuestra base de datos o iniciar búsqueda del mismo, después proceder con la cotización, tiempo, y precios de lo requerido.
- 4.-** Se debe esperar aproximadamente 2-5 días la respuesta de los proveedores, para que eventualmente el AO recepte la información y sea enviada al agente de ventas.
- 5.-** El AV tendrá que enviar la cotización del proveedor, y posteriormente esperar por la respuesta afirmativa o negativa del cliente.
- 6.-** El cliente toma la decisión, si es afirmativa, firma la cotización y pide la proforma original del pedido; caso de ser negativa, hasta ahí llegaría la negociación.
- 7.-** Envía la cotización firmada por el Cliente al AO y anticipo de pago, y también debe iniciar proceso de negociación en E-Latina, haciendo las actualizaciones correspondientes.
- 8.-** Al ser la cotización receptada por AO, este envía la cotización firmada confirmando la aceptación del cliente al proveedor, y detallar pagos del mismo. Así como también el contrato de comisiones por parte del proveedor hacía con nosotros.
- 9.-** El exportador Recepta cotización y genera pedido, cuando el pedido esté listo para exportar envía documentos originales a LATINA TRADING COMPANY para el desembolso del pago.

10.- El agente de operaciones locales (OL) receipta papeles originales, envía copias al AV, a su vez guarda una copia electrónica en E-Latina. Y hace seguimiento del embarque y procedimientos aduaneros.

11.- AV se reúne con Cliente para dar prueba del embarque y pedido, y llegar al acuerdo del pago del siguiente restante, si bien por ellos mismos o por intermedio del financista.

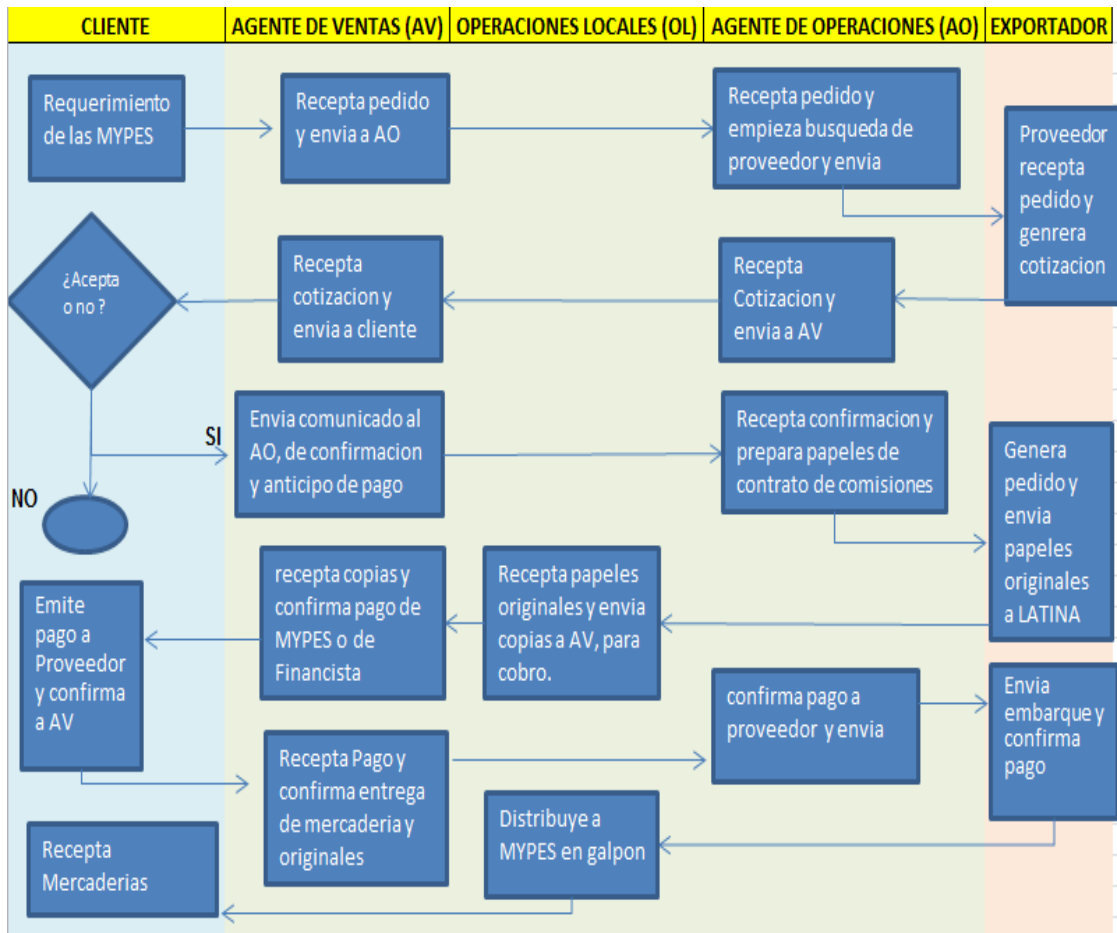
12.- Emite el pago al proveedor y confirma transacción al AV.

13.- El AV envía confirmación de pago al AO, y luego actualiza la negociación por E-Latina.

14.- Al receiptar el AO la confirmación del pago, envía copia electrónica al proveedor, para que este a su vez envíe el porcentaje que corresponde a la cuenta de LATINA TRADING COMPANY.

15.- Mercadería es receiptada por el OL, el cual se va a encargar de distribuir a los clientes y así cerrar la información en el E-Latina.

Gráfico 19 Logística del Servicio



Elaboración: Autores

Capítulo VII: Estudio financiero

7.1 Inversión

Para comenzar la empresa Latina Trading Company, debemos considerar el capital de los accionistas para la constitución de la empresa en sí. Posteriormente se analizará los estados financieros para la proyección del negocio a 5 años.

7.2 Activos Fijos

La empresa deberá adquirir todo lo que a la oficina corresponde, tales como equipos de cómputo, muebles, escritorios, Televisor para la sala de juntas, y otros que complementen el buen entorno de nuestros clientes.

7.3 Activos Diferidos

Esta parte es netamente representativa de la constitución de la compañía en las entidades correspondientes, tal y como la Súper de compañías, Cámara de comercio del Guayas y otros.

Tabla 29 Gastos de Constitución

Gastos de constitución	
DESCRIPCION	VALOR
Capital suscrito	\$ 800,00
Honorarios del Abogado	\$ 250,00
Afiliación a la cámara de Comercio	\$ 37,00
Registro de nombramiento	\$ 30,00
Inscripción de Constitución	\$ 120,00
Publicaciones	\$ 25,00
Permisos	\$ 10,00
TOTAL	\$ 1.272,00

Elaboración: Autores

A continuación el detalle de los cargos y sueldos del personal que conformará la empresa LATINA TRADING.

Tabla 30 Cargos y Sueldos de la Empresa

CARGO	No.	REMUNERACION MENSUAL
Administrador	1	\$ 700
Agente de Operaciones	1	\$ 700
Agente de Ventas	1	\$ 450
Agente de Servicios	1	\$ 400
TOTAL	4	\$ 2.250

Elaboración: Autores

7.4 Capital de Trabajo

Es todo lo que corresponde al inicio de actividades de la compañía, en estos se encuentran: sueldos de personal, alquileres, gastos. Estos están detallados de la siguiente manera:

Tabla 31 Capital de Trabajo

EGRESOS	DOLARES (anualmente)
Alquiler	\$ 4.800,00
Sueldos	\$ 27.000,00
Gastos Generales	\$ 2.289,00
Publicidad	\$ 600
TOTAL	\$ 34.689,00

Elaboración: Autores

Tabla No 26: Listado de activos

Activo Fijo.-	
Equipos de Cómputo	\$ 1,560
Equipo de Oficina	\$ 108
Muebles de Oficina	\$ 1,815
Suministros de Oficina	\$ 40
TOTAL	\$ 3,523

Elaboración: Autores

7.5 Financiamiento

Es la inversión la cual conforma el capital propio para ejercer o poner en marcha la empresa, y otra parte puede ser financiada por entidades del estado o particulares. En nuestro caso, será solo capital propio. El cual será repartido 50% cada uno.

Tabla 32 Inversión de Accionistas

INVERSION TOTAL		
Capital Propio		
Sergio Mendoza Maridueña	50%	\$ 2,732.50
Jairo Pérez Fernández	50%	\$ 2,732.50
TOTAL		\$ 5,465,00

Elaboración: Autores

7.6 Depreciación

Es el valor acumulado por la deteriorada de los activos fijos, cada uno tiene su rango de depreciación. Tal y como lo explica el siguiente cuadro:

Tabla 33 Depreciación

	Valor Total	Vida Util	Depreciación Anual
Equipos de computo			
		3	
Computadora	\$ 1.400,00		\$ 466,67
Impresora	\$ 200,00		\$ 66,67
Muebles de Oficina			
		10	
Mueble	\$ 200,00		\$ 20,00
Escritorio	\$ 150,00		\$ 15,00
Modular	\$ 100,00		\$ 10,00
Sillas	\$ 100,00		\$ 10,00
televisor 50"	\$ 800,00		\$ 80,00
Acondicionador de aire	\$ 350,00		\$ 35,00
Dispensador	\$ 70,00		\$ 7,00
Tachos	\$ 20,00		\$ 2,00
Cafetera	\$ 25,00		\$ 2,50
Equipos de Oficina			
		10	
Teléfono	\$ 70,00		\$ 7,00
Grapadora	\$ 6,00		\$ 0,60
Perforadora	\$ 4,00		\$ 0,40
Calculadora	\$ 28,00		\$ 2,80
Total			\$ 725,63
Total Anual			
1-3 años	\$ 1.451,27		
4-10 años	\$ 917,93		

Elaboración: Autores

Se puede observar que en la tabla de depreciación, tenemos artículos de varios rangos, los cuales serán considerados al final bajo el mismo el mismo número de depreciación prorrateado por los primeros 3 años y después del año 4 el valor del mismo decrecerá a un nuevo rubro.

7.7 Aportaciones Obligatorias por las leyes de trabajo

En este resumen se expondrá bajo una tabla los montos considerados por el estado, los cuales la empresa debe incurrir como lo son las vacaciones, decimos, y aportes patronales.

Tabla 34 Beneficios de ley

N°	Cargo	Sueldo	IESS	PROVISIONES		
			Aporte Patronal 11,15%	XIII SUELDO	XIV SUELDO	VACACIONES
			$L=D*11,15\%$	$N=D/12$	$O=340/12$	$P=D/24$
1	Administrador	\$ 700,00	\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 28,33	\$ 29,17
2	Operaciones	\$ 700,00	\$ 78,05	\$ 58,33	\$ 28,33	\$ 29,17
3	Agente de Venta	\$ 450,00	\$ 50,18	\$ 37,50	\$ 28,33	\$ 18,75
4	Servicios	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 33,33	\$ 28,33	\$ 16,67
			\$ 250,88	\$ 187,50	\$ 113,33	\$ 93,75
Total Anual			\$ 3.010,50	\$ 2.250,00	\$ 1.360,00	\$ 1.125,00

Elaboración: Autores

7.8 Gastos Generales

Dentro del concepto de los gastos generales podemos resaltar que son los fundamentos para poder concluir con la que será la proyección de la empresa, es el paso primario antes de hacer el antes menciona vamos a exponer un Estado Resultados, y a continuación la proyección de la empresa a 5 años, a continuación la tabla con los montos generales de gastos:

Tabla 35 Gastos Generales

Gastos		
Sueldos y salarios		\$ 27,000.00
ADMINISTRADOR	\$ 8,400.00	
Operaciones	\$ 8,400.00	
Agente de Ventas	\$ 5,400.00	
Servicios	\$ 4,800.00	
Beneficios Sociales		\$ 7,745.50
Aporte Patronal	\$ 3,010.50	
13er Sueldo	\$ 2,250.00	
14to Sueldo	\$ 1,360.00	
Vacaciones	\$ 1,125.00	
Gastos Basicos		\$ 1,800.00
Servicios Basicos	\$ 1,800.00	
Gastos Administrativos		\$ 1,680.00
Honorarios Contador y Abogado	\$ 1,200.00	
Suministros de Oficina	\$ 480.00	
Movilizacion		\$ 360.00
Gastos de Publicidad		\$ 600.00
Gastos de alquiler	400	\$ 4,800.00
Gastos de constitución de la empresa		\$ 1,272.00
Total Gastos		\$ 43,985.50

Elaboración: Autores

7.9 Estado de Pérdidas y Ganancias

En la siguiente tabla se denotara la factibilidad del negocio, en saber si es o no rentable para que pueda empezar labores dentro del mercado automotriz de las MYPES. Este cuadro representa el cuadro de ingresos y egresos de la empresa por los años proyectados, para en lo posterior ver su utilidad.

Tabla 36 Estado de Pérdidas y Ganancias

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Ventas		\$ 50,400.00	\$ 55,440.00	\$ 63,756.00	\$ 73,319.40	\$ 84,317.31
Comision por ventas		\$ 3,528.00	\$ 3,880.80	\$ 4,462.92	\$ 5,132.36	\$ 5,902.21
Margen Bruto		\$ 46,872.00	\$ 51,559.20	\$ 59,293.08	\$ 68,187.04	\$ 78,415.10
iva 12%		\$ 5,624.64	\$ 6,187.10	\$ 7,115.17	\$ 7,826.69	\$ 8,609.36
Total		\$ 41,247.36	\$ 45,372.10	\$ 52,177.91	\$ 57,395.70	\$ 63,135.27
Gastos de Salarios		\$ 27,000.00	\$ 28,809.00	\$ 30,739.20	\$ 33,813.12	\$ 37,194.44
Gastos de Beneficios Sociales		\$ 7,745.50	\$ 8,264.45	\$ 8,818.17	\$ 9,699.98	\$ 10,669.98
Gastos de Promocion y Publicidad		\$ 600.00	\$ 660.00	\$ 726.00	\$ 798.60	\$ 878.46
Gastos Administrativos		\$ 1,680.00	\$ 1,848.00	\$ 2,032.80	\$ 2,236.08	\$ 2,459.69
Gastos de Viaticos		\$ 360.00	\$ 378.00	\$ 415.80	\$ 457.38	\$ 503.12
Gastos de Depreciación		\$ 1,451.27	\$ 1,451.27	\$ 1,451.27	\$ 917.93	\$ 917.93
Gastos de Servicios Básicos		\$ 1,800.00	\$ 1,980.00	\$ 2,178.00	\$ 2,395.80	\$ 2,635.38
Gastos de Alquiler		\$ 4,800.00	\$ 5,280.00	\$ 5,808.00	\$ 6,388.80	\$ 7,027.68
		\$ 45,436.77	\$ 48,670.72	\$ 52,169.24	\$ 57,386.16	\$ 63,124.78
Utilidad Operativa		\$ (4,189.41)	\$ 4,965.83	\$ 8,826.84	\$ 9,709.52	\$ 10,680.48
Participacion de Trabajadores (15%)			\$ 744.87	\$ 1,324.03	\$ 1,456.43	\$ 1,602.07
Utilidad Antes de Impuestos		\$ (4,189.41)	\$ 4,220.95	\$ 7,502.81	\$ 8,253.10	\$ 9,078.41
Impuesto a la Renta (22%)			\$ 928.61	\$ 1,650.62	\$ 1,815.68	\$ 1,997.25
Utilidad Neta	\$ (5,465.00)	\$ (4,189.41)	\$ 3,292.34	\$ 5,852.20	\$ 6,437.41	\$ 7,081.16

Elaboración: Autores

Dentro de este flujo, se consideraron los radios reales del mercado y leyes ecuatorianas, por ejemplo: en el porcentaje de incremento en los sueldos pactamos el último incremento que se hizo en el aumento del salario básico, el cual fue del 6,7%.

En relación a los porcentajes de aumento que se considerara por año, estos fueron calculados por el 10% el segundo año, y el 15% para el tercero hasta el quinto, lo cual ayudara para que el equipo trabaje eficientemente. Sin aumentar muchos recursos.

7.10 Compras anuales de las Mypes

Se calculó a \$50,400 el valor anual de que representará el margen bruto de ganancias, debido a que tenemos 48 micros y pequeñas empresas que invierten en promedio anual \$21,000 en los repuestos de mayor demanda dentro de su mercado, el cual es el KIT de suspensión y dirección.

Tabla 37 Compras Anuales Mypes

	EMPRESAS	PROMEDIO DE COMPRAS ANUALES	Margen de Ganancia LATINA	Ganancias LATINA
CALCULO DE INGRESOS ANUALES	48	\$ 21,000.00	5%	\$ 50,400.00

Elaboración: Autores

7.11 Utilidad Neta

A continuación se demostrará en un cuadro la utilidad neta del proyecto en una proyección de 5 años para considerar que tan rentable es la empresa, cabe recalcar que la empresa el primer año, donde se hace la inversión inicial, tendrá una pérdida de \$2,738.14 la misma que será absuelta por los accionistas de inversión propia. Y los siguientes años ya comienza la rentabilidad del negocio.

Tabla 38 Utilidad Neta

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversion Inicial	\$ (5,465.00)	-	-	-	-	-
Utilidad Neta	-	\$ (4,189.41)	\$ 3,292.34	\$ 5,852.20	\$ 6,437.41	\$ 7,081.16
Depreciación	-	\$ 1,451.27	\$ 1,451.27	\$ 1,451.27	\$ 917.93	\$ 917.93
Flujo Neto de Efectivo	-	\$ (2,738.14)	\$ 4,743.61	\$ 7,303.46	\$ 7,355.35	\$ 7,999.09
TIR	30.41%					
VAN	\$ 5,693.70					

Elaboración: Autores

La proyección muestra que a pesar que el primer año tengas una perdida, a partir del siguiente la empresa se verá beneficiada por sus ingresos. Y entre más clientes se obtenga más crecerá la rentabilidad y la compañía se posesionará en el mercado local.

Conclusiones

- Se evaluó y diagnosticó el mercado automotriz, dando como resultado, que es necesaria la importación del sistema de suspensión y dirección para las Mypes, debido a que no son fabricados nacionalmente; por lo tanto se necesita su importación de mercados internacionales. Así mismo, se determinó que la marca Chevrolet es la que más predomina en el mercado de la ciudad de Guayaquil. Por ende representar a los micros y pequeñas empresas ante los proveedores internacionales es una necesidad imperiosa para el bien de las Mypes y del mercado en sí.
- Se determinó que si bien los lubricantes y aditivos lideran las ventas en el mercado Automotriz; el sistema de suspensión y dirección ocupa el segundo lugar en demanda dentro de las Mypes en la ciudad de Guayaquil, y considerando que estos solamente pueden ser importados, nos lleva a la conclusión de factibilidad de la creación del agente representante e importador de los antes mencionados productos.
- Se determinó que a través de los años, el crecimiento de las Mypes es consecuencia del aumento del parque automotor guayaquileño, y esta a su vez crea una maximización de importaciones para cumplir con la demanda de clientes que buscan toda variedad de repuestos; y al ser la ciudad de Guayaquil un centro de distribución nacional, se tendrían clientes de diferentes partes del país.
- Se estableció una identidad clara del negocio que permita representar a las Mypes, a facilitarles las negociaciones con mercados externos y así mismo se diseñó una logística de servicio que demostró la agilidad y el beneficio a con los actores en el proceso de pedidos de componentes de repuestos de suspensión y dirección.

- El estudio Financiero demostró que la creación de una empresa representante de las Mypes con los proveedores internacionales, es factible desde el punto de vista económico, tanto para los creadores y beneficiarios. Apuntamos a una pérdida mínima el primer año, la misma que será subsanada o cubierta por parte de los socios; y posteriormente tendrá ganancias relevantes acorde a el crecimiento de la empresa y sus clientes.

Recomendaciones

Se llegó a determinar que en el mercado de las MYPES del sector automotriz, hay muchas falencias en su cadena de distribución, por lo que es viable el tomar las siguientes recomendaciones:

- Hacer un estudio de logística de las importaciones de repuestos de mayor demanda en el mercado, debido a que se encarece demasiado al momento de ser vendido al cliente Final; es decir, hacer auditorías a los grandes importadores para saber cuál es su margen de ganancia y así predeterminedar los precios al consumidor final.
- Hacer una campaña de educación a estos micros y pequeños emprendedores acerca de la viabilidad de cómo importar su mercadería directamente de los proveedores del extranjero o darle alternativas mediante nuestro proyecto.
- Tener mejor apoyo por parte del gobierno, como por ejemplo el dar financiamiento con mejores intereses, esto sería una gran fuente de ingresos para el estado.
- La creación de gremios o asociaciones que representen a este grupo de emprendedores a con los exportadores internacionales, lo cual mejoraría demasiado el mercado en sí, y sus utilidades.
- Se recomienda de manera muy importante el monitorear las variaciones constantes en los precios de los repuestos dentro de las PYMES, ya que se ha llegado a saber que mucho de sus proveedores se aprovechan de su condición al importar para dejar fuera o dentro del negocio a muchas de estas empresas, alegando que deben tener lealtad hacia con los precios que ellos manejan.

Bibliografía

Carnevale, P. (1992). Negociación y Mediación. Illinois: Revisión anual.

COMEXI. (2014). Ministerio Coordinador de Producción, Empleo y Competitividad. Quito.

Ecuador, S. A. (2000). SENAE. guayaquil.

Lerma, A. (2003). Comercio y Mercadotecnia Internacional. México: International Thomson Editores.

Proecuador. (2013). Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. Guayaquil.

Rubin, & Brown. (1975). The Social Psychology of Bargaining and Negotiation. New York: Academic Press.

Salvatore, D. (1999). Economía Internacional. Mexico: 6ta edición, Prentice hall.

SENAE. (2013). Servicio de Aduanas del Ecuador. Guayaquil.

Traba, & Lavanda. (2005). Negocios Internacionales. Perú: SAC.

Trejo, J. (2004). Comercio exterior sin barreras. Mexico: Tax Editores.

Vaccari, M. (2000). Incoterms. Buenos Aires: Celeste Ediciones.

AEADE. (2013). Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador.

Banco Central. (Agosto del 2014). Importaciones de repuestos automotrices obtenido de <http://www.bce.fin.ec/>

Agencia Nacional de Transito (agosto del 2014). Vehiculos en Guayaquil obtenido de <http://www.ant.gob.ec/>.

ANEXOS 1 Modelo de la Encuesta

“Estudio de factibilidad para la creación de un Agente Comercial representante e importador de las MYPES de Guayaquil ante los proveedores internacionales de repuestos automotrices”

Nombre del negocio: _____

Dirección: _____

Tiempo constituido en el mercado_____

No. De empleados_____

Modo de adquisición de mercadería

PROVEEDORES NACIONALES

PROVEEDORES INTERNACIONALES

1. ¿Qué tipo de repuestos del kit de suspensión y dirección comercializan más? Enumere las preferencias en un rango del 1 al 5, siendo 1 el más importante, y el 5 el menos importante.

Rótulas Terminales Amortiguadores Cremalleras
Otros _____

2. ¿Qué marcas de repuesto de carro son la de más demanda o rotación en el negocio?

Chevrolet Kia Hyundai Ford Toyota

3. Origen de repuesto de mayor preferencia

Norteamericano Chino coreano japonés
Otros _____

4. ¿Qué tipo de repuesto es de mayor preferencia?

Original de la marca

Genérico/Autorizado por la marca (económico)

5. ¿Con que frecuencia realiza sus pedidos?

Semanal Bisemanal Mensual Trimestral

Semestral Anual

Valor destinado de su compra _____

6. ¿Le gustaría comprar directamente sus repuestos y partes a un proveedor internacional?

SI **NO**

7. ¿Ha comprado con algún proveedor internacional?

SI **NO**

8. ¿Cree usted que mejoraría sus ingresos al comprar productos al proveedor internacional?

SI **NO**

9. ¿Le gustaría a usted un servicio electrónico para el abastecimiento de sus productos?

SI **NO**

10. ¿Le gustaría tener una representación internacional directa con los proveedores internacionales?

SI **NO**

Anexos 2 Rótulas



Anexos 3 Terminales



Anexos 4 Amortiguadores



Anexos 5 Seguro y Flete por MAERSK

Your selections:

From:
China
Hong Kong, Mongolia, Taiwan, Macau.

To:
Ecuador
Bolivia, Chile, Peru, Colombia.

Container type:
Dry

Note
Your floating bunker recovery rates not only cover the selected load and discharge countries, but also the range of countries shown above.

Related links:
» Maersk Line website
» Bunkerworld website - data source for bunker prices used in ML SBF calculations

What if the bunker price changes?

Over time the bunker price will fluctuate. If you want to see how your SBF is adjusted when the bunker price goes up or down you can change the price level in the simulator below.

Simulate SBF level (USD/ton):

Current bunker price SBF (619 USD)

Container type:

20'dry container	USD 650
40'dry container	USD 1,300
40'high cube dry container	USD 1,300
45'high cube dry container	USD 1,300

USD

$$\text{Price} \times \text{Trade Specific constant}^* = \text{SBF}$$

* (Vessel Bunker Consumption * Transit time * Imbalance factor) + (Reefer Bunker Consumption * Transit time)

Vessel Bunker consumption SBF:	0.01751 mt/TEU/day	<input style="background-color: #333; color: white; padding: 2px 5px; border: none;" type="button" value="?"/>
Transit Time SBF:	36.3 days	<input style="background-color: #333; color: white; padding: 2px 5px; border: none;" type="button" value="?"/>
Imbalance factor SBF:	1.65	<input style="background-color: #333; color: white; padding: 2px 5px; border: none;" type="button" value="?"/>
Bunker price SBF change:	619 (Price) = 619 USD	<input style="background-color: #333; color: white; padding: 2px 5px; border: none;" type="button" value="?"/>
SBF:	650 USD / TEU	<input style="background-color: #333; color: white; padding: 2px 5px; border: none;" type="button" value="?"/>
Future bunker price SBF:	616 USD	<input style="background-color: #333; color: white; padding: 2px 5px; border: none;" type="button" value="?"/>

Anexos 6 Locales Comerciales

Universo de MyPes de repuestos automotrices sobre la calle

Ayacucho de la ciudad de Guayaquil

Universo de Clientes MYPES

Localización: Guayaquil – Ecuador, Calle Ayacucho

Ayacucho entre Jose Mascote y Esmeraldas

Importadora Donatsu

Mega Accesorios y Repuestos

Macías Autoparts

Ayacucho entre Esmeraldas y Los Ríos

Autolatino

Distribuidora Briones

Repuestos y Talleres León

Ayacucho entre Los Ríos y Tulcán

Sydycar

Distribuidora Salazar

Dafacar

Alemotors

Ayacucho entre Tulcán y Carchi

Distribuidora La Maquina

Distribuidora Vázquez

Importadora Bell

Distribuidora Triunfo Corporation

Almacén El Original

Ayacucho entre Carchi y Tungurahua

Almacén Pericote

Importadora Sangsin

Distribuidora Mara

Ayacucho entre Tungurahua y Lizardo García

Almacén de Repuestos El Preciso

Automotriz Flores

Peso Repuestos
Automotriz Juanita
Maranatha Repuestos
Importadora Saído
Tecnirepuestos Mia
Importadora Pamela
Automóvil Parts
Automotriz Luis Alberto
Ludwing Part's
Quilosa Motores

Ayacucho entre Lizardo García y Babahoyo

Mendoza Autoparts
Almacén Economicar
Distribuidora Ludwing Parts
Almacén Canchosa
Auto partes Pesantez
Centro Automotriz Japón
Repuesto Alfredo Daniel

Ayacucho entre Babahoyo y Crnel. Andres Marín

Importadora R. Muñoz
Repuestos Lori
Repuestos Originales Estrada
Pancho's Repuestos
Almacén de Repuestos Super Kia
Repuestos Japoneses Casanova

Ayacucho entre Crnel. Andres Marín y Asisclo Garay

Importadora de Repuestos Camacho
Macauto
Automotriz Riviera
Autorepuestos GKI

Ayacucho entre Asisclo Garay e Ismael Pérez Pazmiño

Importadora Global Parts

Automotriz EuroJapon

Almacén El Auténtico Pichón

Comercial Pesantez

Automotriz Sanchez

Full Repuestos

Automotriz Carrillo

Almacén Rubio

Korea Auto

Automotriz Eduardo

Almacen Verton

Grupo Familiar Navia (6 Locales)

Pacifica Motor

Ayacucho entre Ismael Pérez Pazmiño y Gallegos Lara

Automotriz Motor Freno

Servirepuestos

Comercial Sanchez

Repuestos JKC

Korea Motor

Importadora AG

Ayacucho entre Gallegos Lara y Leónidas Plaza

Automotriz Mera

Japan Car

Ayacucho entre Leonidas Plaza y Guerrero Martinez

Servipart Frenos Jr.

Automotriz Farias

Tokio Autopartes

Corea Japon

Ayacucho entre Guerrero Martinez y Tnte. Gustavo Ledesma

Repuestos García

Automotriz Robert

Autopartes Figueroa

Almacén Guamán

Repuestos Alejandro

La casa del Ford

Tamayo Motors

Ayacucho entre Tnte. Gustavo Ledesma y Alfredo Valenzuela

Macro Repuestos SP

Auto repuestos La casa del Trailero PJ

Servirepuestos La 8va

J&B Repuestos Automotrices

Asarehi Cia. Ltd.

Automotriz el Sanador de su Vehículo

Repuestos Dosan

ATM Ecuador Motors

GM autopartes

Automotriz GR

Pichon automotriz

Automotriz Freno

Navia (3 Locales)

Ayacucho entre Alfredo Valenzuela y Leopoldo Izquieta Pérez

Ayacucho Motors

Asia Repuestos

Autorepuestos Ramos

Almacen Aquí es Marielita

Distribuidora Arcalle

Ayacucho entre Leopoldo Izquieta Pérez y Emilio Estrada

Almacen Figasa

Almacen Gallegos-Gallegos

Repuestos Sanchez

Comercial Sanchez

Repuestos Renato

Repuestos Pizarro

Repuestos Ivonne

Chilena Auto repuestos

Automotriz Flores

Comercial Vásquez

Martinez Valencia Repuesto Automotriz

Ayacucho entre Emilio Estrada y Santa Elena

Repuestos Danilo Gallegos

La casa del Repuesto

Centro Automotriz Freno-110

Repuestos Eleonora

Ayacucho entre Santa Elena y Gral. Eugenio Garzón Lopez

J-G servicar

Tommy autoparts

Cebri Truck Parts