



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

**DISEÑO DE UN PROYECTO DE IMPORTACIÓN PARA LA  
COMERCIALIZACIÓN DE AUTOPARTES GENÉRICAS DE  
VEHÍCULOS, EN LA EMPRESA RIO ACCESORIOS, DE LA  
CIUDAD DE RIOBAMBA, AÑO 2019**

**Trabajo de Integración Curricular**

**Tipo:** Proyecto de Investigación

Presentado para obtener el grado académico de:

**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

**AUTORA:** SILVIA DEL PILAR ALDAZ NÚÑEZ

**DIRECTOR:** Ing. JOSÉ GABRIEL PILAGUANO MENDOZA MSc.

Riobamba- Ecuador

2022

© 2021, **Silvia del Pilar Aldaz Núñez**

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, SILVIA DEL PILAR ALDAZ NÚÑEZ, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que el resultado del mismo es auténticos y originales. Los textos que constan en el documento que provienen de otra fuente, están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos del presente trabajo de titulación.

Riobamba, 25 de febrero del 2022.






.....  
Silvia del Pilar Aldaz Núñez

C.C. 060478780-4

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

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de integración curricular; tipo: Proyecto de Investigación, **DISEÑO DE UN PROYECTO DE IMPORTACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE AUTOPARTES GENÉRICAS DE VEHÍCULOS, EN LA EMPRESA RIO ACCESORIOS, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, AÑO 2019**, realizado por la señorita: **SILVIA DEL PILAR ALDAZ NÚÑEZ**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Tribunal del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
Ing. Ángel Eduardo Rodríguez Solarte <b>PRESIDENTE DEL TRIBUNAL</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>ANGEL EDUARDO RODRIGUEZ SOLARTE</b>	25-02-2022
Ing. José Gabriel Pilaguano Mendoza MSc. <b>DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>JOSE GABRIEL PILAGUANO MENDOZA</b>	25-02-2022
Ing. Pedro Pablo Bravo Molina <b>MIEMBRO DEL TRIBUNAL</b>	 Firmado electrónicamente por: <b>PEDRO PABLO BRAVO MOLINA</b>	25-02-2022

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo investigativo lo dedico principalmente a Dios, por ser el inspirador y darme fuerza para continuar en este proceso de obtener uno de los anhelos más deseados. A mis padres, Walter y Marina, por su amor, trabajo y sacrificio en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy. Tengo el orgullo y el privilegio de ser su hija, son los mejores padres. A mis hermanas y hermano por estar siempre presentes, acompañándome y por el apoyo moral, que me brindaron a lo largo de esta etapa de mi vida.

En especial a mis dos princesas Paris y Sofía que son la inspiración de todos mis días. A mi familia y a todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos.

Silvia.

## **AGRADECIMIENTO**

Quiero expresar mi gratitud a Dios, quien con su bendición llena siempre mi vida y a toda mi familia por estar siempre presentes. Mi profundo agradecimiento a todas las personas de Rio Accesorios, por confiar en mí, abrirme las puertas y permitirme realizar todo el proceso investigativo dentro de su Empresa. De igual manera mis agradecimientos a mis profesores quienes con la enseñanza de sus valiosos conocimientos hicieron que pueda crecer día a día como profesional, gracias a cada una de ustedes por su paciencia, dedicación, apoyo incondicional y amistad. Finalmente quiero expresar mi más grande y sincero agradecimiento a mis padres que durante todo este proceso, quienes con su conocimiento, enseñanza, apoyo y colaboración permitieron el desarrollo de este trabajo

Silvia.

## TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xi
ÍNDICE DE TABLAS.....	x
RESUMEN.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
INTRODUCCIÓN .....	1
OBJETIVOS.....	4

## CAPITULO I

<b>1. MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1. Antecedentes investigativos.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2. Marco teórico referencial.....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.1. <i>Diseño de proyectos</i> .....</b>	<b>7</b>
<b>1.2.2. <i>Proyecto de importación</i> .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2.3. <i>Importación de autopartes</i> .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2.4. <i>Análisis situacional</i>.....</b>	<b>14</b>
<b>1.2.5. <i>Comercio internacional</i> .....</b>	<b>15</b>
<b>1.2.6. <i>Sector automotriz</i> .....</b>	<b>19</b>
<b>2.3 Marco conceptual .....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.1. <i>Diseño</i>.....</b>	<b>20</b>
<b>2.3.2. <i>Proyecto</i>.....</b>	<b>21</b>
<b>2.3.3. <i>Arancel</i>.....</b>	<b>22</b>
<b>2.3.4. <i>Comercio</i> .....</b>	<b>22</b>
<b>2.3.5. <i>Exportación</i> .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3.6. <i>Importaciones</i> .....</b>	<b>23</b>
<b>2.3.7. <i>Política comercial</i> .....</b>	<b>23</b>
<b>2.4 Hipótesis o idea a defender .....</b>	<b>23</b>
<b>2.4.1 <i>Idea a defender</i> .....</b>	<b>23</b>
<b>2.4.2 <i>Variables</i> .....</b>	<b>24</b>
<b>2.4.2.1 <i>Variable independiente</i> .....</b>	<b>24</b>
<b>2.4.2.2 <i>Variable dependiente</i> .....</b>	<b>24</b>

## CAPITULO II

<b>3.</b>	<b>MARCO METODOLÓGICO</b> .....	25
<b>3.1</b>	<b>Enfoque de investigación</b> .....	25
<b>3.1.1</b>	<i>Enfoque mixto</i> .....	25
<b>3.2</b>	<b>Nivel de Investigación</b> .....	25
<b>3.2.1</b>	<i>Descriptivo</i> .....	25
<b>3.3</b>	<b>Diseño de investigación</b> .....	25
<b>3.3.1</b>	<i>Bibliográfica documental</i> .....	25
<b>3.3.2</b>	<i>De campo</i> .....	26
<b>3.3.3</b>	<i>No experimental</i> .....	26
<b>3.4</b>	<b>Tipo de estudio</b> .....	26
<b>3.5</b>	<b>Métodos, técnicas e instrumentos de investigación</b> .....	26
<b>3.5.1</b>	<i>Método inductivo</i> .....	26
<b>3.5.2</b>	<i>Método deductivo</i> .....	26
<b>3.5.3</b>	<i>Método analítico</i> .....	27
<b>3.5.4</b>	<i>Método sintético</i> .....	27
<b>3.5.5</b>	<i>Método sistémico</i> .....	27
<b>3.5.6</b>	<i>Método Recolección de información</i> .....	27
<b>3.5.7</b>	<i>Técnica</i> .....	27
<b>3.5.8</b>	<i>Instrumentos</i> .....	27
<b>3.6</b>	<b>Población y muestra</b> .....	28
<b>3.6.1</b>	<i>Población</i> .....	28
<b>3.6.2</b>	<i>Fórmula para la obtención de la muestra</i> .....	28
<b>3.6.3</b>	<i>Encuesta</i> .....	29
<b>3.6.4</b>	<i>Resultados</i> .....	29
<b>3.6.5</b>	<i>Tabulación de Encuestas</i> .....	29
<b>3.6.5.1.</b>	<i>Encuesta para Clientes</i> .....	29
<b>3.6.5.2.</b>	<i>Encuesta para Propietarios</i> .....	37

## CAPÍTULO III

<b>4.1.</b>	<b>Título</b> .....	46
<b>4.2</b>	<b>Contenido</b> .....	46
<b>4.3</b>	<b>Estudio de mercado</b> .....	46
<b>4.3.1.</b>	<i>Proveedores extranjeros</i> .....	47
<b>4.3.1.1.</b>	<i>Selección de proveedores</i> .....	47



4.3.1.2.	<i>Análisis de la oferta</i> .....	49
4.4	<i>Estudio Técnico</i> .....	49
4.4.1.	<i>Comunicación con el proveedor</i> .....	50
4.4.2.	<i>Etiquetado individual</i> .....	50
4.4.3.	<i>Etiquetado del embalaje</i> .....	51
4.4.4.	<i>El embalaje</i> .....	51
4.4.5	<i>Logística del producto</i> .....	52
4.4.5.1	<i>Elección de la vía de transporte</i> .....	52
4.4.5.2	<i>Elección de forma de pago</i> .....	53
4.4.6.	<i>Aranceles</i> .....	54
4.4.6.1.	<i>Elaboración de pedido</i> .....	54
4.4.7.	<i>Elección del tipo de INCOTERM</i> .....	55
4.4.8.	<i>Regímenes aduaneros</i> .....	56
4.4.9.	<i>Requisitos para importar</i> .....	58
4.4.9.1.	<i>Registro único de contribuyentes (RUC)</i> .....	58
4.4.9.2.	<i>Registro de importador</i> .....	58
4.4.9.3.	<i>Registro en ECUAPASS</i> .....	58
4.4.10.	<i>Documentos para importar</i> .....	58
4.4.10.1	<i>Documentos de acompañamiento</i> .....	59
4.4.10.2	<i>Documentos de soporte</i> .....	59
4.4.10.3	<i>Documento de Transporte</i> .....	59
4.4.10.4	<i>Factura Pro Forma</i> .....	60
4.4.10.5.	<i>Factura Comercial</i> .....	60
4.4.10.6.	<i>Certificado de Origen</i> .....	60
4.4.11.	<i>Proceso de desaduanización</i> .....	61
4.4.12.	<i>Canal de aforo</i> .....	61
4.5.1.	<i>Nómina</i> .....	61
4.5.2.	<i>Materia prima</i> .....	63
4.5.3.	<i>Gasto por publicidad</i> .....	64
4.5.4.	<i>Capital de la empresa</i> .....	65
4.5.5.	<i>Fuentes de financiamiento</i> .....	65
4.5.6.	<i>Egresos</i> .....	66
4.5.7.	<i>Ingresos</i> .....	67
4.5.8.	<i>Estados financieros</i> .....	70
4.5.9.	<i>Evaluación financiera</i> .....	73
4.5.9.1.	<i>Tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR</i> .....	73
4.5.9.2.	<i>Valor actual neto</i> .....	74

<b>4.5.9.4. <i>Periodo de recuperación del capital PRC</i></b> .....	74
<b>4.5.9.5. <i>Relación costo-beneficio</i></b> .....	75
<b>CONCLUSIONES</b> .....	76
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	77
<b>BIBLIOGRAFÍA</b>	
<b>ANEXOS</b>	

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1-4:</b> Repuestos e insumos a importar .....	46
<b>Tabla 2-4:</b> Posibles proveedores .....	47
<b>Tabla 3-4:</b> Cotización empresa Qingdao New International Automotive Spare Parts .....	47
<b>Tabla 4-4:</b> Cotización empresa Shanghai Sance Auto Part Co., Ltd.....	48
<b>Tabla 5-4:</b> Cotización empresa Shenzhen JunFeng Mould Hardware Machine Co., Ltd. ...	48
<b>Tabla 6-4:</b> Resumen de cotizaciones.....	49
<b>Tabla 7-4:</b> Pedido de productos.....	54
<b>Tabla 8-4:</b> Régimen aduanero .....	56
<b>Tabla 9-4:</b> Nómina del personal del primer año.....	62
<b>Tabla 10-4:</b> Nómina del personal del segundo año.....	62
<b>Tabla 11-4:</b> Autopartes genéricas para importar .....	63
<b>Tabla 12-4:</b> Gasto por publicidad.....	64
<b>Tabla 13-4:</b> Capital de la empresa.....	65
<b>Tabla 14-4:</b> Fuentes de financiamiento .....	66
<b>Tabla 15-4:</b> Proyección de egresos .....	66
<b>Tabla 16-4:</b> Precios de repuestos .....	67
<b>Tabla 17-4:</b> Ingresos .....	69
<b>Tabla 18-4:</b> Costo promedio .....	69
<b>Tabla 19-4:</b> Estado de resultados .....	70
<b>Tabla 20-4:</b> Flujo efectivo.....	71
<b>Tabla 21-4:</b> TMAR .....	73
<b>Tabla 22-4:</b> VAN .....	74
<b>Tabla 23-4:</b> TIR.....	74
<b>Tabla 24-4:</b> PRC .....	74
<b>Tabla 25-4:</b> Relación costo-beneficio .....	75

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1-4:</b> Embalaje .....	52
<b>Figura 2-4:</b> Distancia entre China y Ecuador.....	53

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1-2:</b> Características de un proyecto.....	12
<b>Gráfico 2-2:</b> Puntos claves de un proyecto .....	13
<b>Gráfico 3-2:</b> Importaciones de vehículos .....	19
<b>Gráfico 1-3:</b> Pregunta 1-clientes. ....	30
<b>Gráfico 2-3:</b> Pregunta 2-clientes. ....	30
<b>Gráfico 3-3:</b> Pregunta 4-clientes. ....	32
<b>Gráfico 4-3:</b> Pregunta 5-clientes. ....	32
<b>Gráfico 5-3:</b> Pregunta 6-clientes. ....	33
<b>Gráfico 6-3:</b> Pregunta 7-clientes. ....	34
<b>Gráfico 7-3:</b> Pregunta 8-clientes. ....	34
<b>Gráfico 8-3:</b> Pregunta 9-clientes. ....	35
<b>Gráfico 9-3:</b> Pregunta 10-clientes. ....	36
<b>Gráfico 10-3:</b> Pregunta 11-clientes. ....	36
<b>Gráfico 11-3:</b> Pregunta 12-clientes. ....	37
<b>Gráfico 12-3:</b> Pregunta 1- Propietarios. ....	38
<b>Gráfico 13-3:</b> Pregunta 2- Propietarios. ....	39
<b>Gráfico 14-3:</b> Pregunta 3 - Propietarios. ....	39
<b>Gráfico 15-3:</b> Pregunta 5- Propietarios. ....	40
<b>Gráfico 16-3:</b> Pregunta 6- Propietarios. ....	41
<b>Gráfico 17-3:</b> Pregunta 7- Propietarios. ....	42
<b>Gráfico 18-3:</b> Pregunta 8 - Propietarios. ....	42
<b>Gráfico 19-3:</b> Pregunta 10 - Propietarios. ....	44

## **ÍNDICE DE ANEXOS**

**ANEXO A:** ENCUESTA PARA EL PROPIETARIO

**ANEXO B:** ENCUESTA PARA LOS CLIENTES

## RESUMEN

En la investigación titulada “Diseño de un proyecto de importación para la comercialización de autopartes genéricas de vehículos, en la empresa Rio Accesorios, de la ciudad de Riobamba, año 2019” se tuvo como principal objetivo diseñar un proyecto de importación y comercialización de autopartes genéricas de vehículos de procedencia China, para la empresa Rio Accesorios, de la ciudad de Riobamba en el año 2019, para lo cual se realizó la recopilación de información mediante la aplicación de instrumentos investigativos como son la encuesta y la entrevista en la cual se obtuvo que el 52% de los encuestados no se sienten satisfechos con la calidad de los repuestos que se ofertan en el mercado riobambeño, es por ello necesario realizar una importación de repuestos que cumplan con las expectativas de los compradores, para lo cual se procedió en la investigación al desarrollo de un proyecto de importación enfatizando el estudio de mercado a través de la oferta y la demanda, mediante el análisis de los posibles compradores decidiendo adquirir los productos a una empresa ubicada en el país de China, debido a que los costos de traslado son más bajos; posteriormente se planteó el estudio de mercado, técnico y financiero, en el estudio financiero se evidenció la viabilidad del proyecto posterior a la evaluación financiera, para lo que se realizó los cálculos de: TMAR cuyo resultado fue de 9,79%, un valor del VAN de USD 216.342,13, la TIR fue de 42,51%, Relación Costo Beneficio de 2,79 y se prevé que la inversión se recupere en aproximadamente 3 años y un mes, se concluye que el proyecto de importación y comercialización de autopartes genéricas de vehículos de procedencia China es factible, el cual tiene como finalidad ofrecer a los clientes mayor gama de productos satisfaciendo las necesidades de mercado actual.

**Palabras clave:** <IMPORTACIÓN>, <AUTOPARTES>, <VEHÍCULOS>, <MERCADO>, <CHINA>.



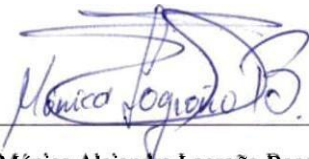
22-07-2022

1579-DBRA-UTP-2022

## **ABSTRACT**

The main objective of the research "Design of an import project for the commercialization of generic auto parts of vehicles, in the company Rio Accesorios, in the city of Riobamba, the year 2019" was to design an import and commercialization project of generic auto parts of vehicles of Chinese origin, for the company Rio Accesorios, in the city of Riobamba in 2019. In this project, the investigative instruments were the survey and the interview to collect information. The results of this process reported that 52% of the respondents feel dissatisfied with the quality of the spare parts offered in the Riobamba market; for this reason, an import of spare parts that meet the buyers' expectations is an action that becomes necessary. With this background, the developed import project focuses on the market study through supply and demand, through the analysis of potential buyers deciding to purchase the products from a company located in China because the transportation costs are lower than in other markets. Subsequently, the market, technical and financial study evidenced the viability of the project after a financial evaluation that calculated indicators such as TMAR's result was 9.79%, an NPV value of USD 216,342.13, an IRR of 42.51%, and a Cost-Benefit Ratio of 2.79. Consequently, these figures show an investment recovery in approximately three years and one month. To conclude, importing and marketing generic auto parts for vehicles from China is feasible since it offers customers a more excellent range of products, satisfying the needs of the current market.

**Keywords:** <IMPORTS>, <AUTO PARTS>, <VEHICLES>, <MARKET>, <BUSINESS>.



---

**Lic. Mónica Alejandra Logroño Becerra**

Mgs. en Lingüística y Didáctica

de la enseñanza de Idiomas Extranjeros

C.I. 060274953-3\*\*\*\*\*



## **INTRODUCCIÓN**

La evolución de los indicadores de comercio exterior es de gran importancia para la economía de los varios países, en el caso de Ecuador, su producción nacional se basa en el sector primario: agricultura, ganadería, pesca, silvicultura, minería e hidrocarburos; para poder satisfacer las necesidades se requiere importar una gran cantidad de bienes industriales y muchos productos que el país no produce. La importación de los bienes no producidos como lo es maquinaria, industria, autopartes de vehículos; debe ser libre cuando antecede un déficit de producción en el país.

La Organización Mundial del Comercio, tiende a que todas las importaciones del mundo lleguen a ser materia de libre comercio, pero no todos los países están en capacidad de realizarlo y por ello se aplica aranceles sobre las importaciones. Sin embargo, con el nuevo gobierno del Ecuador se ha logrado que ingrese las importaciones sin aranceles al país, por esta razón se lleva a cabo el diseño de un proyecto de importación para la comercialización de autopartes genéricas de vehículos, ya que es indispensable que en nuestra ciudad se cubra la necesidad de tener una actividad económica creciente.

## **PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

En Ecuador existe un alto porcentaje de importación de autopartes para vehículos debido a las escasas ensambladoras que existen en el país, es por ello que la población ecuatoriana accede a comprar vehículos importados. Una de las causas que obliga a las personas a adquirir este tipo de vehículos es la mala fama que tienen los productos elaborados en el país, según (El Tiempo, 2018), el mercado de Ecuador atravesó dos panoramas totalmente diferentes, por un lado, la llegada de autos importados que dinamizó las ventas con la diversidad de oferta y por otro lado, la industria nacional perdió considerablemente su participación en el comercio ecuatoriano.

Además (Yáñez & González, 2019) menciona que China se ha convertido en el primer proveedor de autos particulares, en el primer mes del año 2019 se adquirieron 15,8 millones de autos procedentes del país asiático, lo que demuestra un buen panorama para la comercialización de autopartes de vehículos procedentes de este país. Según la opinión de varios expertos el mercado automotor se va a empoderar con producto chino. Para ello se han realizado ferias en las que se han activado las marcas chinas y han generado interés en la población ecuatoriana debido a los bajos precios y la gran disponibilidad de vehículos.

En el país existen varias empresas grandes que se dedican a la importación de autopartes para vehículos, ya que en el Ecuador no existe una empresa que las elabore; este es un factor que encarece considerablemente los productos ya que ellos los comercializan con un margen de ganancia externo, logrando así que el producto sea más costoso y haya una baja demanda para adquirirlo en locales comerciales pequeños. En la ciudad de Riobamba los locales comerciales más reconocidos en comercialización de autopartes son:

- Autopartes Mansuera
- La casa Chevrolet
- Vallejo
- Casa de la suspensión
- Valverde

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Cómo aporta el diseño de un proyecto de importación para la comercialización de autopartes genéricas de vehículos para la empresa RIO ACCESORIOS, de la ciudad de Riobamba?

## **DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA**

**Delimitación espacial:** la presente investigación se desarrollará en la empresa RIO ACCESORIOS, de la ciudad de Riobamba.

**Delimitación temporal:** la investigación se realizará en el año 2019

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo general**

- Diseñar un proyecto de importación para la comercialización de autopartes genéricas de vehículos, para la empresa Rio Accesorios, en la ciudad de Riobamba, año 2019.

### **Objetivos específicos**

- Elaborar un marco conceptual teórico que permita fundamentar la importancia de la investigación a realizarse y su incidencia en la empresa.
- Realizar un análisis situacional interno y externo de la empresa Rio Accesorios en el mercado de la ciudad de Riobamba.
- Diseñar un modelo de importación de autopartes para vehículos para la empresa Rio Accesorios de la ciudad de Riobamba.

## **JUSTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN**

### **Justificación teórica**

La presente investigación tiene como finalidad elaborar un proyecto que permita establecer los principales parámetros a tomar en cuenta a la hora de realizar importación de autopartes, debido a la existencia de gran número de competencia que se dedican a la comercialización de autopartes para vehículos, es de suma importancia que se establezca un proceso adecuado de importación que le permita generar puntos de vista para que Rio accesorios pueda mejorar su margen de ganancia al adquirir el producto directamente, ya que esto permitirá disminuir el costo para el consumidor.

### **Justificación metodológica**

El tema de estudio tiene como base científica, el desarrollo de los diferentes métodos, diseños e instrumentos de investigación. Del cual, se realizará un estudio correlacional de las variables, así como también, se recabará información a través de la aplicación de las respectivas encuestas para posteriormente hacer un análisis estadístico cuyos resultados proporcionarán las pautas para alcanzar los objetivos de la investigación.

### **Justificación práctica**

El aumento de ventas de autos de procedencia China es un factor a favor del mercado, ya que mientras más personas adquieran este tipo de vehículos con el pasar del tiempo existirá un crecimiento en la demanda de autopartes para vehículos chinos, es por esto que la empresa Rio Accesorios tiene la oportunidad de generar un crecimiento en su industria, es importante conocer el proceso adecuado de importación y conocer los aranceles a aplicarse, además se debe contar con una prospección de este factor a los largo del año.

## CAPÍTULO I

### 1. MARCO TEÓRICO

#### 1.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Los antecedentes tomados en cuenta para el desarrollo del presente trabajo investigativo tienen relación con la propuesta de variables de estudio, los mismos que servirán como base para los procesos de importación.

En la investigación titulada “Proyecto de importación y comercialización de autopartes genéricas de vehículos de procedencia china, para la empresa Vallejo motors, de la ciudad de Riobamba en el año 2018” se tuvo como principal objetivo diseñar un proyecto de importación y comercialización de autopartes genéricas de vehículos de procedencia China, para la empresa Vallejo Motors, de la ciudad de Riobamba en el año 2018, para lo cual se realizó la recopilación de información mediante la aplicación de instrumentos investigativos como son la encuesta y la entrevista en la cual se obtuvo que el 52% de los encuestados no se sienten satisfechos con la calidad de los repuestos que se ofertan en el mercado riobambeño, es por ello necesario realizar una importación de repuestos que cumplan con las expectativas de los compradores, para lo cual se procedió en la investigación al desarrollo de un proyecto de importación enfatizando el estudio de mercado a través de la oferta y la demanda, mediante el análisis de los posibles compradores decidiendo adquirir los productos a una empresa ubicada en el país de China, debido a que los costos de traslado son más bajos; posteriormente se plateó el estudio de mercado, técnico y financiero, en el estudio financiero se evidenció la viabilidad del proyecto posterior a la evaluación financiera, para lo que se realizó los cálculos de: TMAR cuyo resultado fue de 9,79%, un valor del VAN de USD 216.342,13, la TIR fue de 42,51%, Relación Costo Beneficio de 2,79 y se prevé que la inversión se recupere en aproximadamente 3 años y un mes, se concluye que el proyecto de importación y comercialización de autopartes genéricas de vehículos de procedencia China es factible, el cual tiene como finalidad ofrecer a los clientes mayor gama de productos satisfaciendo las necesidades de mercado actual.

De igual manera del trabajo titulado “Importación de bisutería desde Hong Kong- China, hacia Quito-Ecuador vía aérea bajo régimen 10” se desarrolló tomando en cuenta los parámetros generales los cuales permitieron conocer a fondo sobre la bisutería. Al realizar el estudio de mercado fue grato saber que el producto a importar no tiene un target exclusivo sino más bien tiene una acogida amplia y por ende es un proyecto viable. En la actualidad y gracias a la tecnología las negociaciones para adquirir los productos son procesos ágiles y dinámicos, que permiten cerrar negocios casi de manera inmediata. Respecto a la normativa tributaria que regula

las importaciones en la actualidad es transparente y tiende a simplificar los procesos burocráticos, dinamizando la actividad en el comercio exterior. El contexto logístico dentro de la actividad del comercio exterior cumple un rol fundamental, en virtud del cual no se puede permitir el más mínimo error, ya que de incurrir en aquello se generarían inconvenientes y por ende pérdidas para cualquiera de las partes, o para las dos. En el capítulo inherente a las finanzas se confirmó que el proyecto es factible, sostenible y con una recuperación del capital de inversión en 184 días.

Por último, se desataca el trabajo investigativo “Análisis de factibilidad para la importación de mercancía para Rectima Industry por el puerto comercial de Esmeraldas” el cual analiza la factibilidad de importar mercancía para Rectima Industry por el puerto comercial de Esmeraldas en relación con el puerto comercial de Guayaquil, mediante un estudio de gestión portuaria y aduanera. Los resultados obtenidos en el transcurso de la investigación permitieron describir la cadena logística, sus costos, el tiempo empleado, que presenta la ciudad de Esmeraldas ante sus posibles clientes importadores / exportadores. Los estudios (logístico y aduanero) empleados se hicieron mediante el tipo de investigación descriptiva y comparativa respondiendo a la descripción de la cadena logística y costos que tiene la ciudad de Esmeraldas, así mismo, la comparación de los procesos portuarios y desaduanización de mercancía entre distritos aduaneros (Esmeraldas / Guayaquil), con metodología mixta y deductiva para obtener los resultados deseados. Los resultados de la investigación muestran la factibilidad para importar por Esmeraldas debido a la optimización de valores portuarios y recurso tiempo en su proceso de despacho y desaduanización de mercancía a importar en este caso partes y accesorios de repuestos automotrices. Concluyendo la factibilidad en materia de gestión empresarial y logística para las operaciones de Rectima Industry, en sus importaciones de partes y accesorios de repuestos automotrices, para ser distribuidos a nivel nacional en sus puntos de ventas, aumentado el margen de utilidad.

## **1.2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

### ***1.2.1. Diseño de proyectos***

Hace referencia clara y concisa sobre los resultados obtenidos en aspectos favorables y desfavorables encontrados en materia de: Productos; Consumidores; Demanda, Oferta, Precio; Comercialización e Insumos y concluye en si hay o no un mercado suficientemente grande que potencialmente esté interesado en los bienes o servicios provenientes del proyecto, (Rico, 2008). El sistema de economía de mercado para desarrollar sus funciones, descansa en el libre juego de la oferta y la demanda. El estudio de mercado es fundamental y casi determinante en el éxito de un negocio; de este resultará el impacto que pueda causar un producto o servicio en la población o

mercado, pues es bien sabido que los factores oferta y demanda influyen fuertemente en la determinación de los mismos (Rico, 2008).

Un proyecto se diseña sobre la base de un diagnóstico en el cual se detectan los problemas que aquejan a la comunidad. El diagnóstico es el mismo que sirve de partida para la planificación y la elaboración de programas. Lo importante es que el proyecto apunte a solucionar un problema específico entre los muchos que puedan existir en una comunidad (Rico, 2008).

El proyecto inicial viable es la versión de un nuevo proyecto que permite al equipo recolectar, con el mínimo esfuerzo posible, la mayor cantidad de conocimiento validado sobre su viabilidad. Se utiliza para obtener un feedback rápido y cuantitativo de los clientes, beneficiarios y partes interesadas (Plazas, 2018).

#### *2.2.1.1. Características de un proyecto*

Para la elaboración de un proyecto es importante considerarlo como un trabajo de mayor volumen, ya que no se enfoca en una sola área de la empresa, por el contrario, es necesaria la participación de todos los departamentos que la conforman, con el fin de conseguir un resultado conjunto que beneficia a toda la empresa.

Bataller (2016), afirma que un proyecto es una iniciativa singular, no repetitiva, normalmente dirigida a alcanzar unos objetivos prefijados en un lapso de tiempo determinado y con un presupuesto también determinado. Dando a si a entender que debe constar con una minuciosa planificación y evaluación que permita controlar el cumplimiento de los objetivos y actividades del proyecto.

Podemos definir a un proyecto de factibilidad como un documento final claro y sencillo que contiene información y datos para la creación de un nuevo emprendimiento o nueva actividad, en este caso con el actual trabajo de investigación se desea conocer si es factible direccionar recursos económicos a la importación de autopartes genéricas de vehículos con la finalidad de comercializarlo a un precio atractivo en el mercado.

El proyecto de factibilidad según Chain (2015), se compone de la siguiente manera:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo – legal
- Estudio financiero
- Evaluación financiera

#### *2.2.1.2. Estudio de mercado*



En la mercadotecnia existen diversas herramientas y metodologías para obtener información, una de ellas es el Estudio de Mercado, que es un conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores, ello mediante el conocimiento de respuesta del mercado, proveedores y competencia ante un producto o servicio, analizando la oferta y demanda, así como los precios y canales de distribución (Huerta, 2016).

El estudio de mercado es la investigación que una empresa realiza para conocer la respuesta de los clientes y de la competencia antes del lanzamiento de un producto o servicio. También, sirve para hacer mejoras en los aspectos del proceso de ventas (precio, calidad o características del producto, distribución y publicidad) y así aumentar el número de clientes. El estudio de mercado también sirve para medir y analizar el mercado da mejores resultados que basarse en suposiciones subjetivas de los gustos y características del target (Silva, 2019).

Para Nuño (2017), un estudio de mercado consiste en analizar y estudiar la viabilidad de un proyecto empresarial. Se trata de un proceso largo y de gran trabajo, durante el cual se recopila una gran cantidad de información relativa a clientes, competidores, el entorno de operación y el mercado en concreto. De esta manera, a través del estudio de mercado, la persona que tiene la idea de emprender, puede diseñar un buen plan de negocio al que acogerse, ya sea para lanzar dicha nueva idea o para ofertar un nuevo producto.

A través del estudio de mercado, las empresas analizan la viabilidad de su plan de acción: ya sea empezar una nueva empresa o lanzar un nuevo producto o servicio (Nuño, 2017). Para Fernández (2015) cuando hablamos de estudio de mercado estamos hablando de una investigación en toda regla, en algunos casos con verdaderas connotaciones que les hace tener cierta similitud con el periodismo de investigación. Este documento es considerado como importante para aquellos quienes desean empezar un emprendimiento y desean saber a ciencia cierta qué tan beneficioso será el proyecto.

### *2.2.1.3. Estudio técnico*

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar. De ahí la importancia de analizar el tamaño óptimo de la planta el cual debe justificar la producción y el número de consumidores que se tendrá para no arriesgar a la empresa en la creación de una estructura que no esté soportada por la demanda. Finalmente, con cada uno de los elementos que conforman el estudio técnico se elabora un análisis de la inversión para posteriormente conocer la viabilidad económica del mismo (López, González, Osobampo, Cano, & Gálvez, 2008).

Para Hernández, (2011), el estudio técnico no es un estudio aislado ni tampoco se refiere exclusivamente a aspectos relacionadas con la producción del proyecto. Por el contrario, deberá tomar la información del estudio de mercado referente a necesidad de locales de venta y distribución para determinar la inversión en obra física respectiva. De igual forma deberá procederse respecto al estudio organizacional para el dimensionamiento y cuantificación de la inversión en oficinas, bodegas y accesos y otras inversiones de carácter administrativo gerencial. Mientras que, para Rodríguez, (2020), el estudio técnico consiste en la selección de los medios de producción, así como de la organización de la actividad productiva, e implica los requerimientos de materias primas e insumos

Su objetivo básico es demostrar la viabilidad del proyecto, justificando seleccionar la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías accesibles (Rodríguez, 2020).

Según ILPES (2006) Un estudio técnico es el análisis de los costos del proyecto que resultan de las soluciones dadas a los problemas técnicos y económicos presentados en el mismo capítulo, el estudio técnico debe indicar de forma explícita las etapas principales de perfeccionamiento de la idea original hasta la presentación del proyecto.

#### *2.2.1.4. Estudio administrativo legal*

El estudio administrativo en un proyecto de inversión proporciona las herramientas que sirven de guía para los que en su caso tendrán que administrar dicho proyecto. Este estudio muestra los elementos administrativos tales como la planeación estratégica que defina el rumbo y las acciones a realizar para alcanzar los objetivos de la empresa, por otra parte, se definen otras herramientas como el organigrama y la planeación de los recursos humanos con la finalidad de proponer un perfil adecuado y seguir en la alineación del logro de las metas empresariales. Finalmente se muestra el aspecto legal, fiscal, laboral y ecológico que debe tomar en cuenta toda organización para iniciar sus operaciones o bien para reorganizar las actividades ya definidas (López, Aceves, Pellat, & Puerta., 2008).

Un estudio administrativo proporciona las herramientas necesarias para administrar adecuadamente una empresa, cuando esta última se encuentra ya en funcionamiento y si aún no se inician las actividades de la misma, marca el rumbo a seguir en su administración. Las empresas que inician operaciones deben comenzar su estudio administrativo con la definición de su misión, visión, metas, objetivos, es decir con la definición de una administración estratégica (Guerrero & Santacruz, 2016).

En el estudio administrativo legal se identifican los aspectos de orden administrativo y dirección estratégica, analizando la misión, visión, estructura orgánica y funciones del personal, de igual manera se consideran los aspectos legales que la empresa debe cumplir (Pinson, 2015).

Se refiere a la actividad ejecutiva de su administración, organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales. Es importante que la empresa tenga los componentes necesarios para realizar esta parte del proyecto, es decir una visión, misión y estructura orgánica, lo que facilitara conocer el funcionamiento de la misma y los resultados que se pueden alcanzar (Vasquez, 2016).

#### *2.2.1.5. Estudio financiero*

La viabilidad financiera reviste marcada importancia en la vida del proyecto ya que de esta dependen decisiones como la orden de inicio, de aplazamiento o de abandonar definitivamente el proyecto, dependientes estas decisiones de la disponibilidad de recursos económicos o de la financiación en el tiempo de los mismos. En los proyectos estatales o dependientes de las decisiones gubernamentales se agudiza la situación, pues las decisiones, en algunos casos, dependen de personas con intereses y expectativas diferentes a los beneficiarios directos del proyecto y, para estos casos, en su mayor parte, no hay disponibilidad inmediata de recursos económicos aunque el proyecto sea viable social y mercadológicamente; por tanto, las decisiones pertinentes al inicio y posterior avance corresponden a criterios de empleados gubernamentales e intereses políticos (Ferro, 2009).

Un estudio financiero identifica los resultados de las inversiones proyectadas, cuantificando los recursos requeridos para la puesta en marcha del proyecto, costos de producción, inversiones fijas, diferidas, capital de trabajo, de igual manera determina el flujo de caja con el cual se puede analizar si los rendimientos son los esperados por los accionistas (Villaran, 2009).

El estudio financiero está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad de un plan de negocios, en ellos se integra el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa marche y visualizando a su vez el crecimiento de la misma en el tiempo. De ahí la importancia que al iniciar cualquier idea de proyecto o negocio contemple las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, consideran el costo efectivo que con lleva el operar el proyecto en términos financieros que implica el costo de capital de trabajo, adquisiciones de activo fijo y gastos preoperativo hasta obtener los indicadores financieros en los estados financieros (González, López, Aceves, Celaya, & Beltrán, 2008). Dentro del desarrollo de la investigación se elaborará un plan financiero que permitirá conocer y establecer el impacto económico de las importaciones y la comercialización de las autopartes de vehículos.

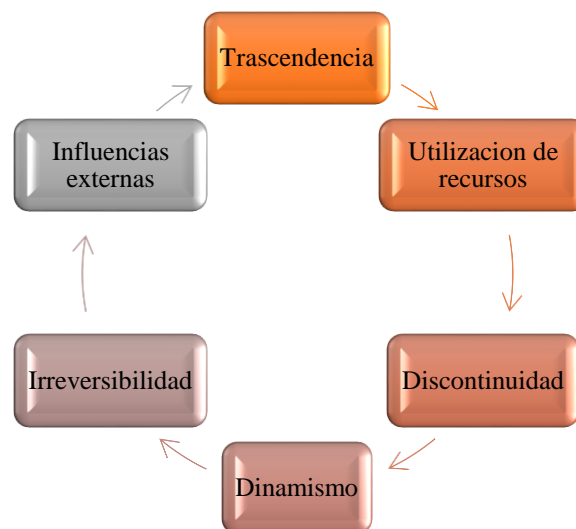
#### *2.2.1.6. Evaluación financiera*

Para Chain (2015) la evaluación financiera busca medir la viabilidad económica “mediante la comparación de los beneficios y costos estimados de un proyecto, si es rentable la inversión que demanda su implementación”.

Una evaluación financiera es la investigación de todas las partes de un proyecto determinado con el fin de valorar si este tendrá un rendimiento futuro. Por ello, esta evaluación previa será la forma de saber si dicho proyecto contribuirá a los objetivos de la empresa o si será una pérdida de tiempo y dinero (Jauregui, 2019).

Para Jesús, (2017), la Evaluación Financiera es un proceso financiero mediante el cual una vez conocida la inversión inicial (inversión requerida para que el proyecto entre en operación) y los beneficios netos esperados, tiene como propósito principal medir la rentabilidad de un proyecto de inversión. El fracaso prematuro de los negocios obedece, la mayoría de las veces, a la improvisación en la asignación de los recursos, cuando no viene precedida por estudios serios que les provean a los inversionistas mayor información para tomar la delicada decisión de la inversión. Lo anterior es la razón de ser de los estudios de pre inversión o estudios de proyectos. Aunque un buen estudio de proyectos no garantiza el éxito del mismo, si minimiza el riesgo del fracaso empresarial. Mediante la evaluación financiera se determinará como las importaciones afectan a las utilidades de la empresa mediante la elaboración de un alcance general.

### 2.2.1.7. Características de un proyecto



**Gráfico 1-2:** Características de un proyecto

Fuente: Pérez (2008)

Elaborado por: Silvia Aldaz

Todo proyecto debe cumplir con características como las mencionadas en el Grafico 1-2, las cuales permiten definir ciertos factores que dan la respectiva importancia al proyecto, para conocimiento de cada uno se dará una respectiva definición:

**Trascendencia:** una de las principales características que diferencian un proyecto de otra actividad de la empresa es la trascendencia ya que se debe dar al proyecto la debida importancia porque se trata de un cambio radical a una empresa.

**Utilización de recursos:** como cualquier otra actividad la ejecución de un proyecto requiere la utilización no solo de recursos humanos y materiales, sino además necesita la aplicación de recursos económicos los cuales representan un esfuerzo para la empresa misma.

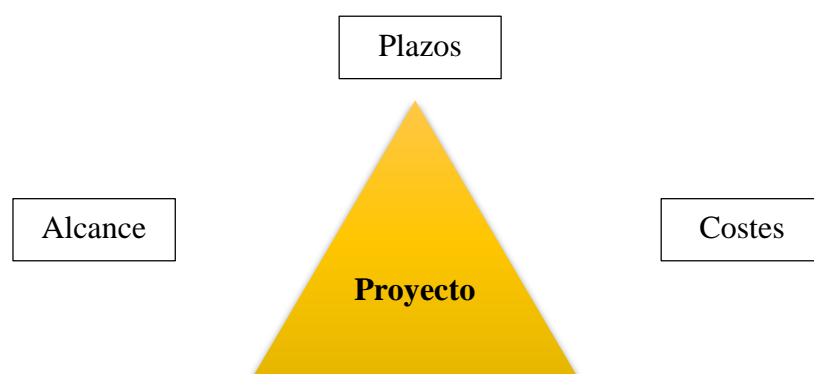
**Discontinuidad:** un proyecto por definición tiene un principio y un final predeterminados y se trata de una actividad esporádica, no repetitiva, todo proyecto tiene un plazo determinado.

**Dinamismo:** está en continua evolución y se caracteriza por un gran dinamismo derivado de su carácter poco usual tendente a crear algo nuevo.

**Irreversibilidad:** mientras dura el proyecto es necesario tomar una serie de decisiones, para hacer progresar y avanzar la operación, pero esas decisiones son totalmente irreversibles o al menos con un grado de irreversibilidad mayor que las que suelen adoptarse en las actividades continuas.

**Influencias externas:** es muy frecuente, sobre todo si la operación es de gran envergadura, que el proyecto esté sometido a influencias externas que ejerce el entorno social político y económico, de forma que los responsables de la ejecución puedan ser incapaces de dominar algunas de las variables que son esenciales para el éxito del proyecto.

#### 2.2.1.8. Puntos clave de un proyecto



**Gráfico 2-2:** Puntos claves de un proyecto

Fuente: (Campo & Raya , 2014)

Elaborado por: (Campo & Raya , 2014)

Como se puede observar en el gráfico 2 se define los tres puntos claves para la base de un proyecto, estos tres puntos no son solo fundamentales por ser la base sino además existen un

enlace entre los tres, es decir que si algo llegara afectar a una de estas tres claves las otras también se verán afectadas. Es importante que se mantenga el equilibrio entre estos tres factores, y esto solo se lograra mediante la evaluación y control de las actividades inmersas en un proyecto.

### ***1.2.2. Proyecto de importación***

Importar es la compra de bienes y servicios que provienen de empresas extranjeras. Puede ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales (Ceballos, 2012).

Por ende, se puede definir que un proyecto de importación permite adquirir productos que en el país no se producen, que pueden ser más baratos o de mejor calidad. (Ceballos, 2012).

### ***1.2.3. Importación de autopartes***

Una autoparte es la pieza o conjunto de piezas que intervienen en el armado de un automóvil, y las mismas se venden por separado (Gomez Berrezueta & Noroña Merchán, 2018). La importación de autopartes es el segundo sector más importante de la economía y el principal factor de éxito en la industria automotriz (Ochoa Valladolid, 2005). Por lo cual esta industria es muy amplia dado que se conforma por diferentes productos dependiendo del producto y la marca (Lozano, 2013).

### ***1.2.4. Análisis situacional***

Hanel del Valle, (2005) Define el Análisis Situacional como el método que lleva a la aplicación del procedimiento más adecuado para analizar lo que está ocurriendo cuando una organización se enfrenta con diferentes asuntos (asunto o cuestión: dificultad, falla, oportunidad, amenaza o riesgo que nos obliga a actuar). Este método ayuda a saber por dónde comenzar a desenredar los asuntos traslapados y confusos, a establecer prioridades y a establecer la secuencia de actividades que darán respuestas a las preocupaciones de las organizaciones.

A la vez algunos autores como Strickland, J (2010), considera al análisis situacional o también llamado análisis FODA como:

La construcción de un balance estratégico, donde los aspectos fuertes conforman los activos competitivos mientras que los aspectos débiles son los pasivos competitivos. Lo que significa importante que los activos competitivos superen a los pasivos competitivos. La mejor manera de lograr el éxito consiste en el diseño de estrategias partiendo de las fortalezas, o sea de lo que mejor realiza la organización.

El término FODA es una sigla conformada por las primeras letras de las palabras Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas, según (Strickland, 2010).

De entre estas cuatro variables, tanto fortalezas como debilidades son internas de la organización, por lo que es posible actuar directamente sobre ellas. En cambio, las oportunidades y las amenazas son externas, por lo que en general resulta muy difícil poder modificarlas.

El concepto de análisis situacional brevemente se lo puede definir como un estudio minucioso del entorno tanto interno como externo de una empresa, cuyo único fin es crear un ambiente de equilibrio para la organización.

#### ***1.2.5. Comercio internacional***

El comercio internacional, se define como el conjunto de transacciones comerciales realizadas entre privados, residentes en distintos países. A diferencia del comercio interior, donde las transacciones comerciales se efectúan dentro de un espacio económico, monetario y jurídico relativamente homogéneo, las transacciones comerciales internacionales se realizan entre operadores comerciales privados situados en diferentes ordenamientos jurídicos y con acentuadas diferencias económicas y sociales (Huesca, 2012).

En la actualidad el comercio internacional es una actividad aplicada y ejecutada por varias empresas en cualquier país, puesto que el realizar importaciones beneficia no solo en obtener un artículo de calidad, sino en disminuir costes con el objetivo de obtener una mejor ganancia abarcando un mayor segmento.

El comercio internacional no siempre fue una opción que se encuentre al alcance de cualquier empresa, existen varios factores que han facilitado que se pueda dar la comercialización internacional como el mejoramiento de medios de transporte y el avance de la tecnología, es por ello que es importante aprovechar como empresa esta herramienta para obtener un beneficio en bien de la empresa.

Por comercio internacional se entiende el intercambio de bienes económicos que se efectúa entre habitantes de dos o más naciones, de tal manera que se de origen a salidas de mercancías de un país (exportaciones) y entradas de mercancías procedentes de otros países (importaciones) (Caballero & Padin , 2006).

El comercio internacional es aquella actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo. El comercio internacional implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago. Estos intercambios entre distintos países o distintas zonas geográficas ha ido en aumento gracias a la liberalización comercial y a la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias (López J. , 2019).

Las economías que participan en el comercio internacional se conocen como economías abiertas. Las economías abiertas son aquellas regiones o naciones cuyo comercio está abierto al exterior. Lo que quiere decir que compran bienes y servicios del exterior (importaciones) y venden bienes

y servicios fuera de sus fronteras (exportan). Dentro de las economías abiertas existen distintos grados de proteccionismo. Aquellas cuyos aranceles son de menor cuantía, son más cercanas al libre comercio. Por el contrario, aquellas que imponen aranceles altos se conocen como proteccionistas (López J. , 2019).

Finalmente, para (Canta , Conde , & Torres , 2014) se entiende como comercio internacional el intercambio de bienes y servicios entre países. Los bienes se pueden definir como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas.

#### *2.2.5.1. Ventajas fundamentales del comercio internacional*

Las ventajas fundamentales del comercio internacional son:

- Cada país se especializa en aquellos productos donde tienen una mayor eficiencia lo cual le permite utilizar mejor sus recursos productivos y elevar el nivel de vida de sus trabajadores.
- Los precios tienden a ser más estables.
- Hace posible que un país importe aquellos bienes cuya producción interna no es suficiente y no sean producidos.
- Equilibrio entre la escasez y el exceso
- Los movimientos de entrada y salida de mercancías dan paso a la balanza en el mercado internacional.
- Posibilita la oferta de productos que exceden el consumo a otros países, en otros mercados, exportaciones (Caballero & Padin , 2006). Por otro lado (Canta , Conde , & Torres , 2014) definen ciertos beneficios del comercio internacional:
- Si un país produce un excedente de bienes o servicios con ventajas comparativas en costos de producción respecto de otros países y los destina para exportación, obtiene recursos necesarios para importar otros bienes que le resulta costoso producir.
- Cuanto mayor sea la Relación Real de Intercambio mayor será el beneficio del comercio internacional.
- El comercio internacional puede implicar cierto costo social que políticamente podría asumirse para equilibrar la balanza.
- División internacional del trabajo (Canta , Conde , & Torres , 2014).
- El comercio internacional permite a los países participantes aprovechar economías de escala absorbiendo mejor los costes fijos. Al aumentar el volumen de producción de aquellos bienes y servicios que en realidad realizamos bien podremos producir a menor coste por unidad (Martinez, 2013).



- Además, fomenta la competencia dado que los países tendrán incentivos para innovar y buscar la reducción de costes para seguir manteniendo su ventaja competitiva respecto al exterior. En una economía cerrada las empresas locales tendrán menos incentivos para innovar dado el menor volumen de competencia (Martinez, 2013).

#### 2.2.5.2. Operaciones de comercio internacional

Es necesario conocer las diferentes operaciones que forman parte del comercio internacional y son exportaciones e importaciones.

- **Exportaciones**

La exportación normalmente comienza con la participación en una exposición de carácter internacional, en la que se contacta con agentes extranjeros que comienzan a realizar pedidos. Pero realmente exportar adquiere sentido si con ello se piensa que se va a incrementar la competitividad y los ingresos del negocio a largo plazo (Caballero & Padin , 2006). Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional (Montes, 2019).

Una exportación es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización (Montes, 2019). El ente físico y órgano gubernamental principalmente encargado de este trámite es la aduana, por lo que una mercancía debe de salir de determinada aduana en determinada nación o bloque económico y debe de entrar a otro similar en el país receptor. Es importante mencionar, que estas transacciones entre varios estados suelen presentar un importante grado de dificultad a nivel legal y fiscal, ya que varían ostensiblemente de un país a otro (Montes, 2019).

El cálculo de las exportaciones se contabiliza a través de la venta de bienes producidos en el país residente más la venta de bienes que formaron parte de algún proceso productivo realizado por residentes, así como los servicios de transporte y seguros que realizan los residentes dentro de las transacciones de importación (Galindo & Ríos, 2015).

Es decir, en pocas palabras exportar es comercializar productos a otros países por medio de agentes comerciales internacionales que comunican los beneficios y características de nuestro producto.

- **Importaciones**

Las importaciones son el conjunto de bienes y servicios comprados por un país en territorio extranjero para su utilización en territorio nacional. Junto con las exportaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional (Kiziryan, 2015).

Una importación es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que un país (llamado ‘importador’) compra a otro país (exportador) para su utilización. Esta acción comercial tiene

como objetivo de adquirir productos que hay en el extranjero que no encontramos en nuestro territorio nacional, o en el caso de que haya, los precios sean superiores que en el país extranjero (Kiziryan, 2015).

Una de las principales ventajas de la realización de una labor importadora la constituye el introducirse en el comercio internacional con un coste relativamente bajo, ya que es posible empezar a mediar en operaciones de importación incluso con un mínimo de material (Caballero & Padin , 2006).

Para empezar la actividad de importaciones no es necesario contar con una gran infraestructura, muchas de las empresas importadoras han empezado con un escritorio y una computadora, o simplemente han empezado a viajar y encontrado un producto con gran potencial de comercialización en otro país.

Importar constituye una actividad base del comercio internacional. Gracias a esto, las empresas y residentes pueden adquirir una mayor variedad y cantidad de productos. Con vista en el crecimiento económico, es fundamental para que las empresas puedan abastecerse de materias primas (Páez, 2019).

Esta actividad puede suponer un esfuerzo importante para los importadores en la búsqueda del producto o servicio adecuado. El acceso a mayor variedad de productores supone un riesgo de selección. Además, en el caso de los productos se debe añadir los costos y riesgos del traslado de la mercancía (Páez, 2019).

Según (cevallos, 2019) Importar es la compra de bienes y servicios que provienen de empresas extranjeras. Puede ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. Además, permite adquirir productos que en el país no se producen, que pueden ser más baratos o de mejor calidad.

- **Regímenes de Importación**

Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI)

Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)

Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)

Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)

Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)

Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)

Reimportación en el mismo estado (Art. 153 COPCI)

- **¿Quiénes pueden Importar?**

(Aduana del Ecuador SENA, 2017) Pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por la Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

- **¿Cómo se obtiene el Registro de Importador?**

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

## Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

- Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>
- Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

## Paso 2

- Registrarse en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)

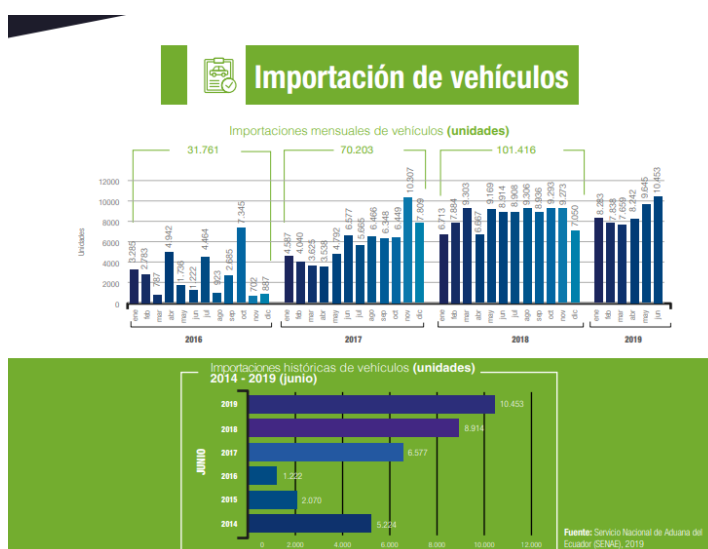
Aquí se podrá:

- Actualizar base de datos
- Crear usuario y contraseña
- Aceptar las políticas de uso
- Registrar firma electrónica

### 1.2.6. Sector automotriz

Según El Universo , (2019), el año 2018 fue un año positivo para el mercado automotor, existe una gran expectativa en el año 2019 de que aumente el porcentaje de adquisición de vehículos.

Los vehículos de origen europeo, mexicano, chino y colombiano fueron los que tuvieron mayor crecimiento en participación de mercado al pasar del 2016 al 2018. En el caso de China, este sumó 8,3 puntos porcentuales a su participación; México, 6,4; Colombia, 4,5; y la Unión Europea, 4 puntos porcentuales. El potencial del mercado mexicano y colombiano viene dado de la Alianza del Pacífico, pues en conjunto crecieron 10,9 puntos porcentuales.



**Gráfico 3: Importaciones de vehículos**

Fuente: (Asociación de empresas automotrices del Ecuador, 2019)

El sector automotriz ecuatoriano está compuesto más por importadores que por productores nacionales. Con productores nacionales se refiere a las empresas ensambladoras de vehículos. La industria del ensamblaje ha direccionado a ciertas firmas nacionales hacia la producción local de componentes, subsector que es el autopartista dedicado a partes, piezas e insumos en general. Esto genera a su vez un encadenamiento productivo en la fabricación de productos relacionados a los automotores. En fin, este sector integra a varios agentes económicos, tanto para las firmas autopartistas como para las ensambladoras, y éstas últimas son quienes imponen los estándares productivos de la cadena (Proecuador, 2013).

El ensamblaje de vehículos se concentra en la región sierra norte de Ecuador, y está conformado principalmente por 3 ensambladoras: AYMESA, OMNIBUS BB y MARESA. Éstas producen automóviles, camionetas y todo terreno, los cuales están clasificados como vehículos destinados al transporte de personas y mercancías. Estas empresas tienen sus plantas de ensamblaje en la ciudad de Quito.

Asimismo, las empresas de autopartes están localizadas en la provincia de Pichincha, concentradas en su mayoría, en la ciudad de Quito alrededor de las tres plantas ensambladoras. La ubicación estratégica tanto de las ensambladoras como de las autopartistas se debe básicamente a la reducción en los costos de logística.

#### *2.2.6.1. Historia del sector automotriz*

El crecimiento del sector industrial de los países de la región se concentró en bienes de baja e intermedia complejidad tecnológica. Uno de los sectores promovidos fue el automotriz, proceso que en algunos países tuvo éxito en primera instancia en las economías más grandes: México, Brasil y Argentina. Más tarde, ya en los años 60's este sector se inició en Ecuador, en especial a partir de 1973 para consolidarse y aportar significativamente al PIB manufacturero.

El inicio del sector automotriz ecuatoriano fue en los años 50 con la fabricación de carrocerías, asientos y algunas partes y piezas. Con la Ley de Fomento Industrial de la década de los 60, se incentivó a la producción de otros elementos de alta reposición y de uso común para satisfacer a las diversas marcas y modelos de vehículos existentes (Calero, 2004).

## **2.3 MARCO CONCEPTUAL**

### *2.3.1. Diseño*

(Raffino, 2019), dice que es un proceso de prefiguración mental, es decir, de planificación creativa, en el que se persigue la solución para algún problema concreto, especialmente en el contexto de

la ingeniería, la industria, la arquitectura, la comunicación y otras disciplinas afines. A la vez el diseño se refiere al conjunto de actividades, acciones y decisiones estratégicas u operativas que toman directivos y gerentes con el propósito de definir los procesos, la estructura y la forma de organización que adopta la empresa en un momento determinado y bajo ciertas condiciones contextuales (Zapata , Hernández, & Aymara, 2014). Es esencial entender que un diseño es un proceso para planificar y encontrar solución a un problema concreto de cualquier índole.

#### *2.3.1.1. Características del diseño*

El diseño en tanto disciplina suele ser un poco general para un proceso que, fundamentalmente, comprende en las siguientes etapas:

- **Observación y análisis:** Ya que la necesidad del diseño surge de la cotidianidad del ser humano.
- **Planificación y proyección:** Proponiendo un modo de solucionar la necesidad detectada.
- **Construcción y ejecución:** Llevando a la realidad lo proyectado y sometiéndolo a la prueba de su funcionamiento (Raffino, 2019).

#### *2.3.2. Proyecto*

Un proyecto es una planificación, que consiste en un conjunto de actividades a realizar de manera articulada entre sí, con el fin de producir determinados bienes o servicios capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas, dentro de los límites de un presupuesto y de un periodo de tiempo dados (Wallace , 2014).

A la vez (Campoy, 2016), define que un proyecto dentro de la empresa es una tarea compleja, precisamente porque nos enfrentamos a algo inexistente, algo a lo que daremos forma a medida que avancemos en la tarea de ir edificando el proyecto.

Por otro lado, (Perez, 2008 ) Define un proyecto como un pensamiento de ejecutar algo, o como un plan de trabajo que se realiza como prueba antes de desarrollar el proyecto de investigación.

Es importante comprender que un proyecto es la estructuración de un estudio que permite ejecutar ya sea un proceso o estrategias con la finalidad de mejorar el desarrollo ya sea de la empresa o de un producto.

Boveri, (2014) considera a un proyecto como un trabajo no repetitivo que ha de planificarse y realizarse según unas especificaciones técnicas determinadas, y con unos objetivos, costes e inversiones y plazos prefijados.

### **2.3.3. Arancel**

El arancel es el instrumento de política comercial más importante para proteger la producción doméstica de un país frente a la competencia exterior. La aplicación práctica del arancel es compleja puesto que implica conocer conceptos tales como el valor en aduana, el origen de las mercancías, entre otras (Sanchis Llopis, 2010).

También hay que señalar que los aranceles pueden utilizarse para discriminar a algunos países frente a otros como proveedores. Desde el punto de vista teórico los aranceles no son más que un impuesto a la importación. (Sanchis Llopis, 2010).

Para, Castro, (2020), arancel es el impuesto que se cobra a la importación de una mercancía determinada, para que pueda ingresar a un país.

También existen los llamados aranceles de tránsito; es decir, impuestos que se cobran para que las mercancías pasen por un país con rumbo a su destino final. Esto afecta a los importadores finales en caso de no tener puertos marítimos para el ingreso de dichos artículos y los obliga a importar por la vía aérea. Cada país clasifica los productos en fracciones arancelarias y así determina a cuánto asciende el pago que se debe hacer para que la mercancía entre al país (Castro, 2020).

### **2.3.4. Comercio**

Comercio proviene del concepto latino *commercium* y se refiere a la transacción que se lleva a cabo con el objetivo de comprar o vender un producto. También se denomina comercio al local comercial, negocio, botica o tienda, y al grupo social conformado por los comerciantes (Pérez & Merino, 2012).

Se denomina comercio a la actividad socioeconómica que consiste en el intercambio de bienes o servicios para su uso, venta o transformación. Implica el intercambio de algo por otra cosa de valor equivalente (Canta, Conde, & Torres, 2014).

El comercio es el intercambio de bienes y servicios entre varias partes a cambio de bienes y servicios diferentes de igual valor, o a cambio de dinero (Sevilla, 2015).

La creación del dinero como herramienta de cambio ha permitido simplificar enormemente el comercio, facilitando que una de las partes entregue a cambio dinero, en vez de otros bienes o servicios como ocurría con el trueque (Sevilla, 2015). El comercio existe gracias a la división del trabajo, la especialización y a las diferentes fuentes de los recursos. Dado que la mayoría de

personas se centran en un pequeño aspecto de la producción, necesitan comerciar con otros para adquirir bienes y servicios diferentes a los que producen. El comercio existe entre diferentes regiones principalmente por las diferentes condiciones de cada región, unas regiones pueden tener ventaja comparativa sobre un producto, promoviendo su venta hacia otras regiones (Sevilla, 2015).

### **2.3.5. *Exportación***

Son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. (Kiziriam, 2019) Por otro lado, Benavente Escartin, (2002) define la exportación como la venta de bienes o servicios producidos o generados en un país a compradores del exterior.

### **2.3.6. *Importaciones***

Son el conjunto de bienes y servicios comprados por un país en territorio extranjero para su utilización en territorio nacional, herramienta imprescindible de contabilidad nacional (Kiziriam, 2019).

### **2.3.7. *Política comercial***

Manejo del conjunto de instrumentos al alcance del estado para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo (Canta , Conde , & Torres , 2014). En Ecuador la política comercial pretende lograr un comercio más equitativo, que genere prosperidad económica y social y que contribuya a mejorar la calidad de vida de su población (Brown del Rivero & Torres Castillo, 2012).

La política comercial es el conjunto de regulaciones que determinan cómo se desarrollarán las relaciones económicas entre empresas o individuos locales y agentes del extranjero (Westreicher, 2018). En otras palabras, la política comercial engloba todo el marco legal al que están sujetas las importaciones y exportaciones. Esto, a su vez, varía para cada socio. Así, hay algunos países con los que pueden existir acuerdos comerciales y otros mercados con los que se establecen fuertes restricciones al intercambio de bienes y/o servicios (Westreicher, 2018).

## **2.4 Hipótesis o idea a defender**

### **2.4.1 *Idea a defender***

El diseño del proyecto de factibilidad para la importación y comercialización de autopartes genéricas de vehículos, aporta a la mejora de la rentabilidad de la empresa Rio Accesorios, de la ciudad de Riobamba en el periodo 2019.

## **2.4.2 Variables**

### *2.4.2.1 Variable independiente*

- Importación y comercialización

### *2.4.2.2 Variable dependiente*

- Mejora de la rentabilidad de la empresa



## CAPÍTULO II

### 3. MARCO METODOLÓGICO

#### 3.1 Enfoque de investigación

##### 3.1.1 *Enfoque mixto:*

La presente investigación tiene un enfoque mixto, es decir, es cualitativo al interpretar la información arrojada por el trabajo de campo, es decir la encuesta aplicada, por otro lado, la investigación es cuantitativa ya que la relación entre las variables existentes se refleja en las tablas fundamentadas en la encuesta elaborada y los porcentajes que se encontraran en la misma.

La utilización del tipo de investigación mixta ayuda a tener una clara visión del problema que existe en la empresa Rio Accesorios, de esta manera se podrá conocer las causas que generan el problema y dar una solución al mismo.

#### 3.2 Nivel de investigación

##### 3.2.1 *Descriptivo*

Consiste, fundamentalmente, en caracterizar un fenómeno o situación concreta indicando sus rasgos más peculiares o diferenciadores. En el presente trabajo de investigación se va a aplicar un nivel de investigación descriptivo, ya que se analizará a través de un trabajo los rasgos diferenciadores del proyecto a aplicarse.

#### 3.3 Diseño de investigación

##### 3.3.1 *Bibliográfica documental*

Consiste en la recolección de información de libros que abarquen temas específicos acerca del proyecto de importaciones, además es importante que la investigación contenga conceptos teóricos acerca de temas relacionados que derivan de la investigación como el parque automotor y la comercialización de autopartes de vehículos, la investigación bibliográfica documental es

importante, ya que partiendo de esta se elaborará el marco teórico el cual ayuda a fundamentar la información obtenida en investigaciones ya antes realizadas.

### **3.3.2 *De campo***

La investigación es de campo ya que se realizará un levantamiento de información a través de la aplicación de una encuesta a los clientes potenciales para conocer sus preferencias en la adquisición de autopartes genéricas de vehículos.

### **3.3.3 *No experimental***

La investigación es no experimental ya que se realizará sin la manipulación de variables, basada fundamentalmente en la observación tal y como se da en su contexto natural, para analizarlos con posterioridad.

## **3.4 Tipo de estudio**

El tipo de estudio a aplicarse en el trabajo de investigación es el diseño transversal, ya que la investigación se centrará en analizar cuál es el estado de las variables existentes en un momento dado, en este tipo de diseño se recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único.

## **3.5 Métodos, técnicas e instrumentos de investigación**

### **3.5.1 *Método inductivo***

El método inductivo es aquel que alcanza conclusiones generales partiendo de antecedentes en particular. El método inductivo se basa en la técnica de observación de hechos y acciones específicos los cuales permiten llegar a una conclusión general sobre estos, en conclusión, el método inductivo cumple un proceso que asciende de lo particular a lo general.

### **3.5.2 *Método deductivo***

El método deductivo por el contrario parte de lo general a lo específico, una vez que el estudio de mercado arroje datos verídicos se puede llegar a una conclusión, gracias a la interpretación de estos resultados, es decir el método deductivo es un proceso que permite llegar a conclusiones generales partiendo de ciertos enunciados.

### **3.5.3 Método analítico**

El proyecto de investigación realizado utilizará el método analítico el cual se basa en la descomposición de un todo, mediante este proceso se puede analizar cada parte, una vez teniendo estas conclusiones se puede integrar todo lo obtenido para formar una síntesis.

### **3.5.4 Método sintético**

Una vez que se aplicó el método analítico se procederá a aplicar el método sintético en el cual se integran todas las partes que fueron separadas y analizadas minuciosamente formando una síntesis con las conclusiones más importantes de la investigación, las cuales permitirán recalcar los resultados obtenidos en la investigación de mercado.

### **3.5.5 Método sistémico**

Este método se aplicará ya que para la realización del trabajo de titulación es necesario seguir una serie de pasos cumpliendo con los objetivos específicos planteados.

### **3.5.6 Método recolección de información**

En la presente investigación se utilizará el método de recolección de información, esto mediante la aplicación de encuesta, que es lo que ayudará a recolectar datos, además de la observación, para analizar de manera directa la satisfacción del cliente en relación al servicio brindado por la empresa.

### **3.5.7 Técnica**

- Encuesta
- Entrevista
- Observación

### **3.5.8 Instrumentos**

- Cuestionario
- Guía de entrevista
- Ficha de observación

### 3.6 Población y muestra

#### 3.6.1 Población

La población es el conjunto de personas con similares características, las cuales van a ser observadas en un lugar y momento determinado, el estudio de mercado se enfoca en las personas que cuentan con vehículos matriculados en la Agencia nacional de tránsito en la provincia de Chimborazo, para lo cual la proyección de población para el año 2018 es de 515417, de este grupo de población indica que existen 68074 vehículos.

**Tabla 1-3:** Población

PROVINCIA	POBLACIÓN PROVINCIA DE CHIMBORAZO AÑO 2018	CANTIDAD DE VEHÍCULOS
Chimborazo	515417	68074

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018)

La segmentación tiene que enfocarse a las personas que tiene autos en Riobamba.

#### 3.6.2 Fórmula para la obtención de la muestra

La fórmula para determinar el tamaño de la muestra en poblaciones infinitas se muestra a continuación:

**Tabla 2-3:** Datos para la muestra.

DATOS	SIMBOLOGÍA	VALOR
Nivel de confianza Muestra	Z	1,96
Población de estudio	N	67004
Posibilidades a favor de que se cumpla la idea a defender	p	0,50
Posibilidades en contra de que se cumpla la idea a defender	q	0,50
Desviación Estándar	E	0,05
Muestra	n	?

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2018)

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

$$n = \frac{1.96^2 ** 0.50 * 0.50}{0.05^2(67004 - 1) + 1.96^2 * 0.50 * 0.50}$$

$$n = \frac{3.841 * 67004 * 0.25}{167.50 + 3.841 * 0.25}$$

$$n = \frac{64350.64.36}{168.51}$$

n=382

### **3.6.3 Encuesta**

Las 2 encuestas se encuentran en el Anexo 1 y Anexo 2.

### **3.6.4 Resultados**

A continuación, se presentan los resultados de las encuestas aplicadas a la población determinada con anterioridad.

### **3.6.5 Tabulación de encuestas**

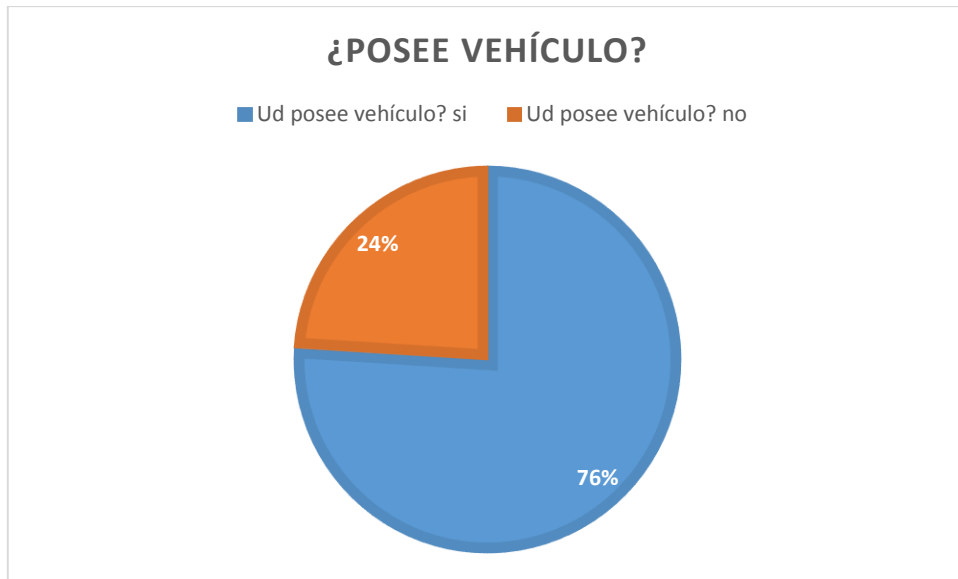
#### **3.6.5.1. Encuesta para Clientes**

Para responder todas las preguntas se ha tomado una muestra de 100 personas indistintamente del género, fueron tomados al azar teniendo un 84% de los encuestados Hombres y 26% de mujeres.

#### **Pregunta 1.- Ud. posee vehículo?**

Respuestas

si	no
76	24



**Gráfico 1-3:** Pregunta 1-clientes.

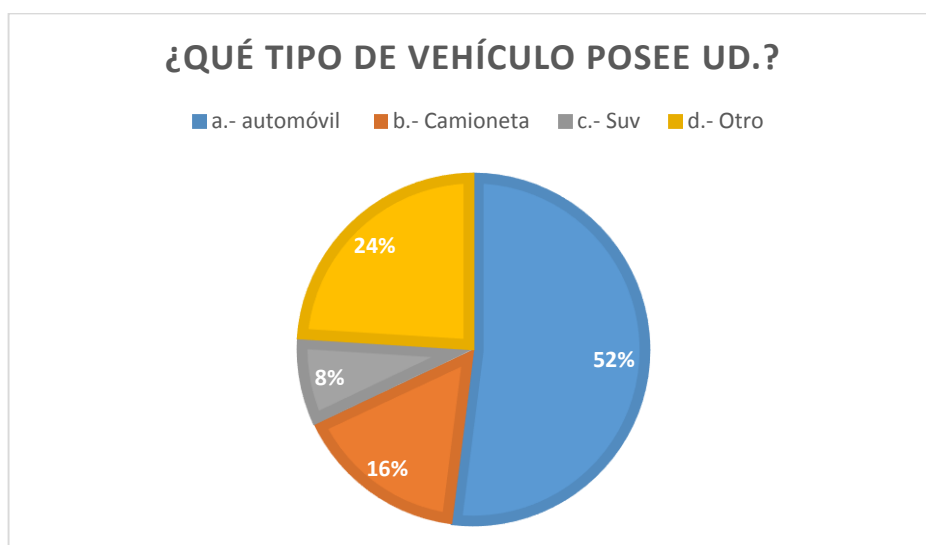
**Fuente:** Silvia Aldaz, 2021.

El 76% de los encuestados poseen auto, lo que las siguientes preguntas parten de este grupo porque el 24% que no posee auto, no aporta información relevante para poder concluir.

### 2.- ¿Qué tipo de vehículo posee Ud.?

Respuestas

a.- automóvil	52
b.- Camioneta	16
c.- Suv	8
d.- Otro	24



**Gráfico 2-3:** Pregunta 2-clientes.

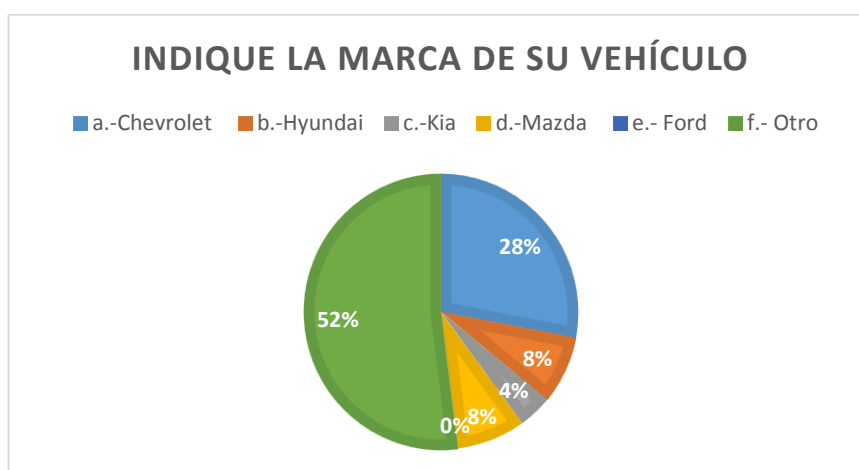
**Fuente:** Silvia Aldaz, 2021.

El 52% de los encuestados poseen un auto, el 16% camioneta, un 8% poseen Suv y un 16% poseen entre camioneros, busetas y buses; como se observa todos poseen medios de transporte propio.

### 3.- Indique la marca de su vehículo.

Respuestas

a.-Chevrolet	28
b.-Hyundai	8
c.-Kia	4
d.-Mazda	8
e.- Ford	0
f.- Otro	52



**Gráfico 3-3:** Preguntas 3-clientes.

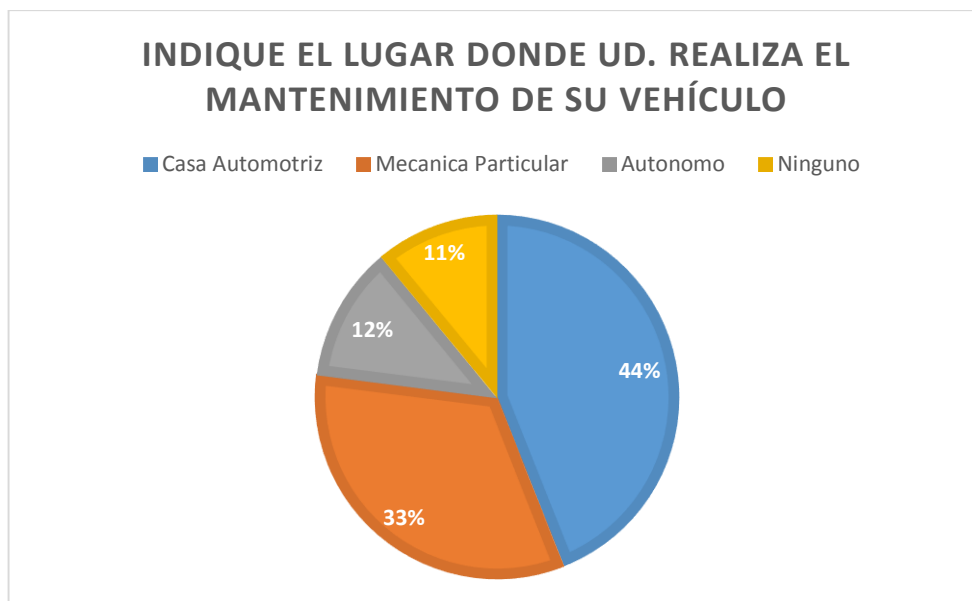
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

En contraste con la pregunta 2 tenemos que la marca más usada por los encuestados es diferente a las comunes que se manejan dentro de la ciudad siendo que de estas Chevrolet solo posee un 28%, y el 52% que tiene diferentes marcas, pero lo que tienen en común es que son provenientes de China.

### 4.- Indique el lugar donde Ud. realiza el mantenimiento de su vehículo.

Respuestas

Casa Automotriz	44
Mecánica Particular	33
Autónomo	12
Ninguno	11



**Gráfico 3-3:** Pregunta 4-clientes.

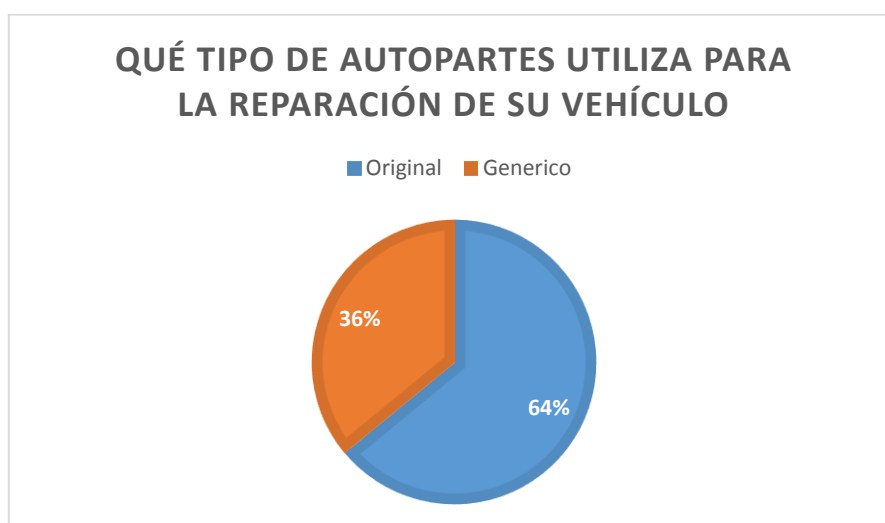
**Fuente:** Silvia Aldaz, 2021.

El 44% de los encuestados recurre a la casa automotriz para realizar el mantenimiento, el 12% lo realiza de manera autónoma, mientras que el 33% tiene su mecánico particular de confianza y tan solo el 11% no realiza un mantenimiento de su vehículo.

#### 5.- ¿Qué tipo de autopartes utiliza para la reparación de su vehículo?

Respuestas

Original	64
Genérico	36



**Gráfico 4-3:** Pregunta 5-clientes.

**Fuente:** Silvia Aldaz, 2021.

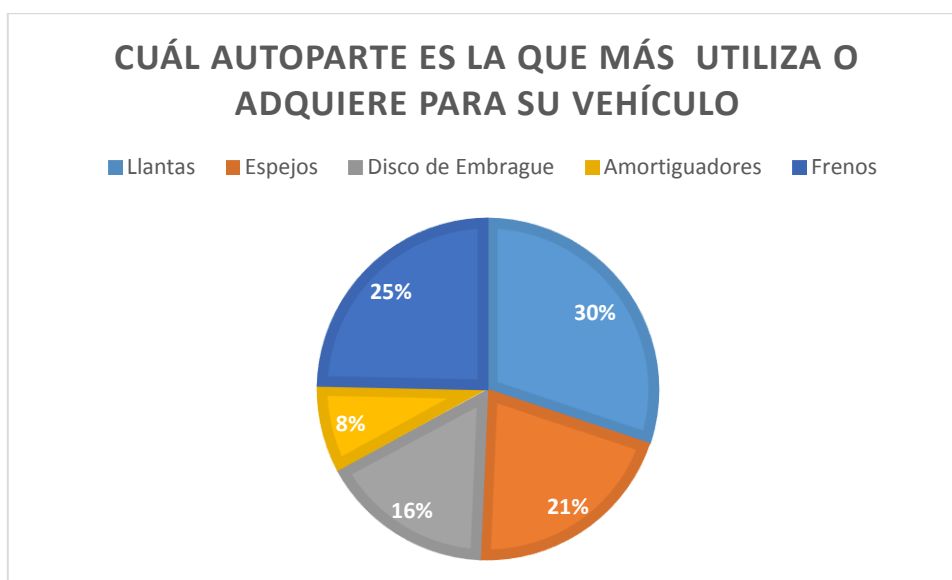


El 64% de los encuestados compran y usan autopartes originales mientras que el 36% usan autopartes genéricas.

### 6.- ¿Cual autoparte es la que más utiliza o adquiere para su vehículo?

Respuestas

Llantas	22
Espejos	15
Disco de Embrague	12
Amortiguadores	6
Frenos	18



**Gráfico 5-3:** Pregunta 6-clientes.

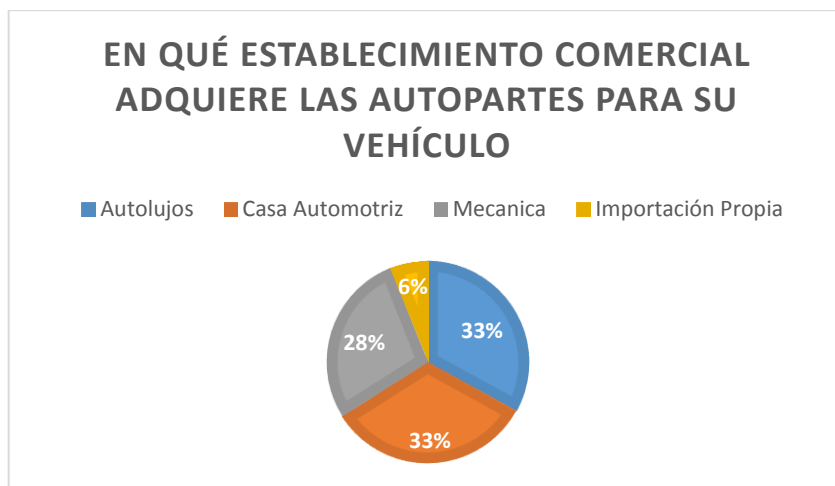
**Fuente:** Silvia Aldaz, 2021.

De entre las autopartes más usadas o requeridas por los encuestados es llantas con un 30%, frenos con un 25%, espejos con un 21%, discos de embrague con un 16% y tan solo con un 8% los amortiguadores.

### 7.- En qué establecimiento comercial adquiere las autopartes para su vehículo?

Respuestas

Auto lujos	33
Casa Automotriz	33
Mecánica	28
Importación Propia	6



**Gráfico 6-3:** Pregunta 7-clientes.

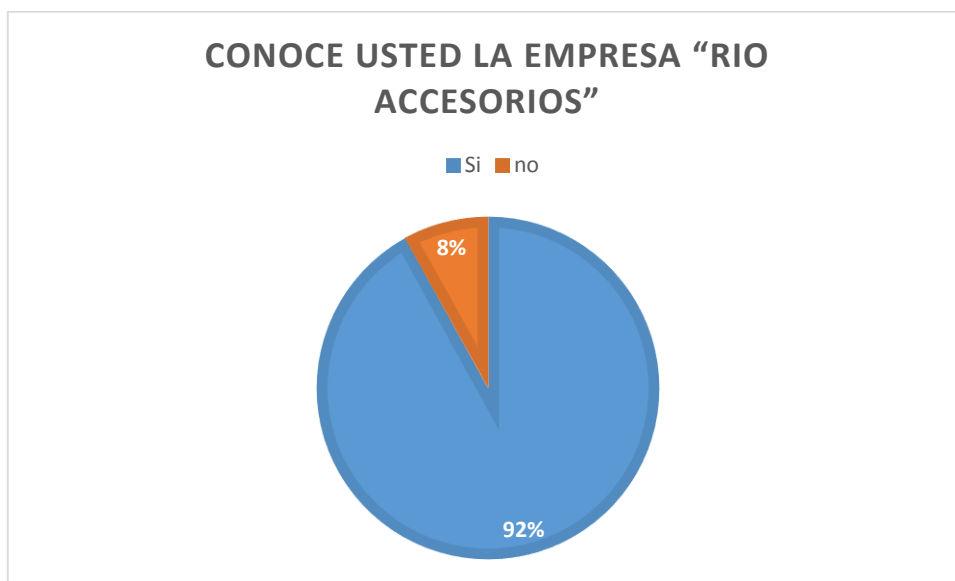
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

El 33% de los encuestados manejan sus compras en una casa automotriz, al igual que en los establecimientos denominados autolujos, con un 28% que lo compran en la mecánica particular donde realizan sus mantenimientos y tan solo un 6% importan o lo compran directamente ellos.

### 8.- ¿Conoce usted la empresa “RIO ACCESORIOS”?

Respuestas

Si	no
92	8



**Gráfico 7-3:** Pregunta 8-clientes.

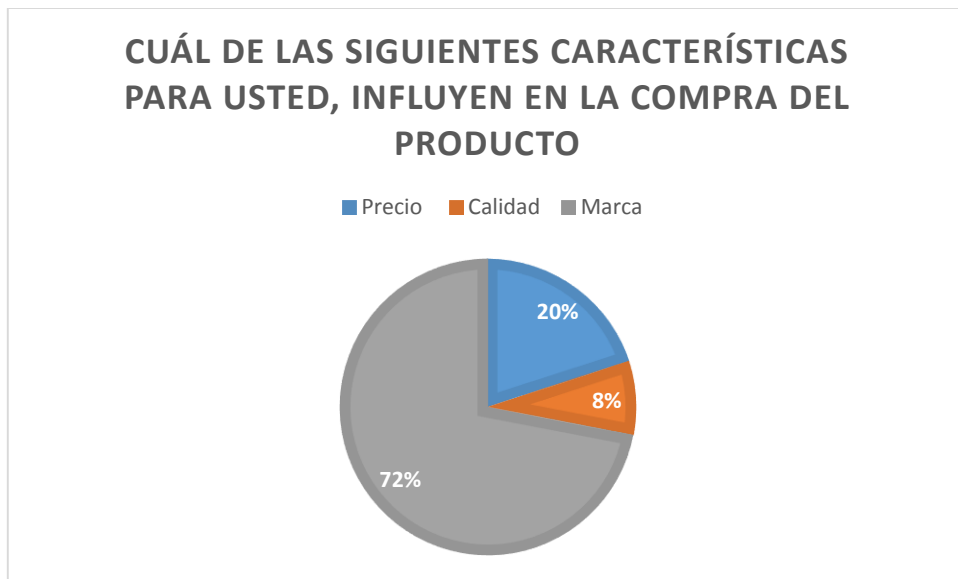
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

El 92% de los encuestados no conoce o no ha visto información de los productos que ofrece la empresa Rio Accesorios y tan solo un 8% tiene conocimiento de la empresa.

**9.- ¿Cuál de las siguientes características para usted, influyen en la compra del producto?**

Respuestas

Precio	20
Calidad	8
Marca	72



**Gráfico 8-3:** Preguntas 9-clientes.

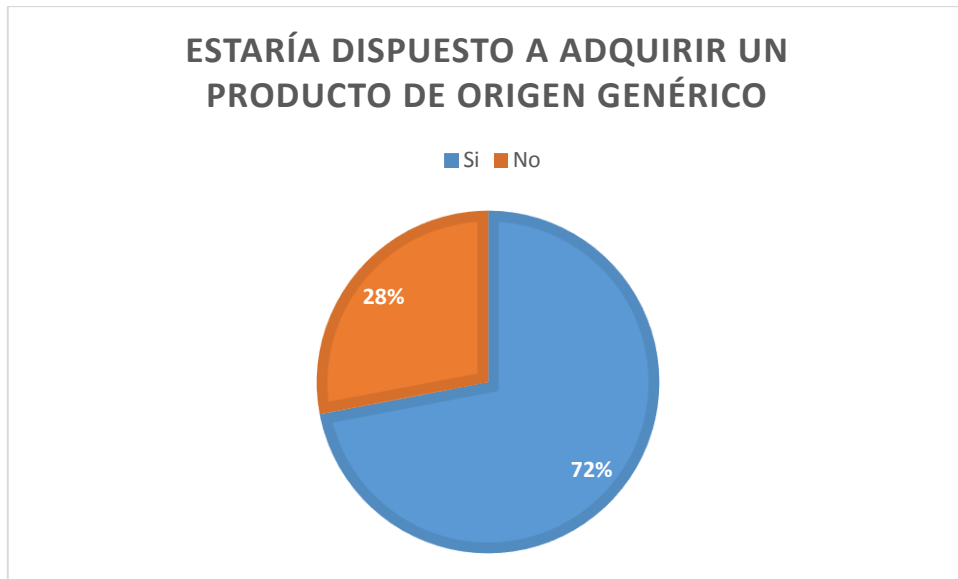
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

El 72% de los encuestados prefieren la marca como característica más importante a la hora de comprar una autoparte, tan solo el 20% elige por el precio y tan solo el 8% por la calidad del producto.

**10.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un producto de origen genérico?**

Respuestas

Si	No
72	28



**Gráfico 9-3:** Pregunta 10-clientes.

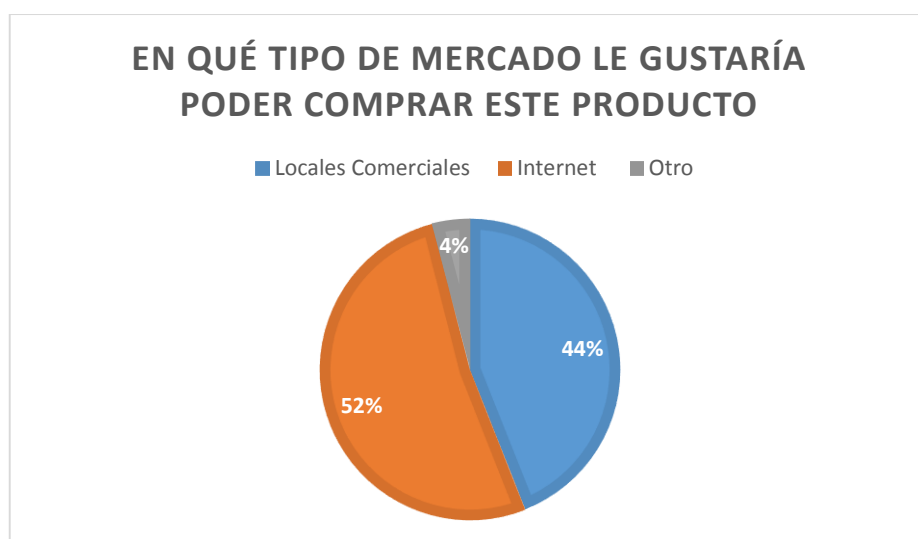
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

El 72% de los encuestados si estaría dispuesto a comprar un producto de origen genérico, esto se contrasta con las respuestas de las anteriores preguntas.

### 11.- ¿En qué tipo de mercado le gustaría poder comprar este producto?

Respuestas

Locales Comerciales	44
Internet	52
Otro	4



**Gráfico 10-3:** Pregunta 11-clientes.

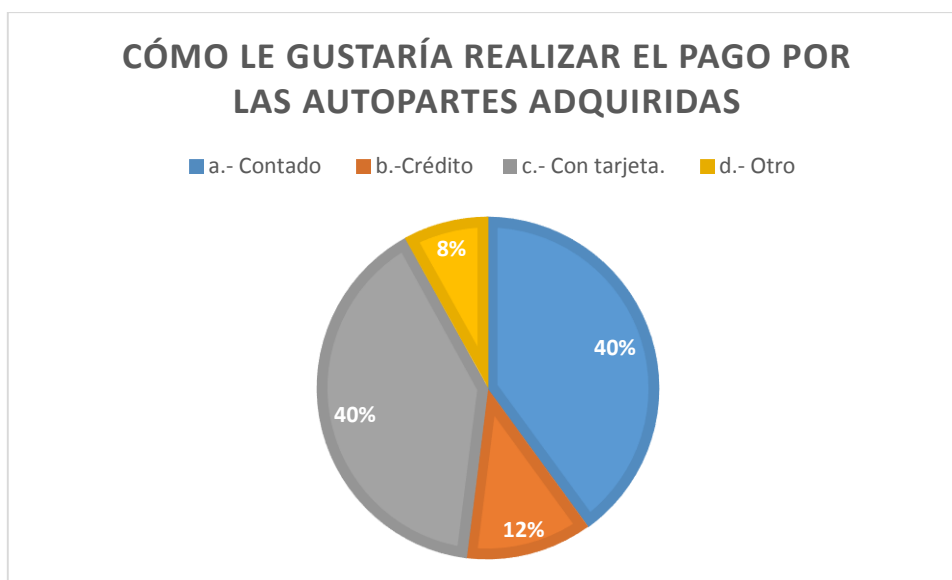
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

Un 52% de los encuestados prefieren que las compras de estos productos se den por medio de internet, el 44% prefiere poder comprarlos en locales comerciales y tan solo un 4% en cualquier lado.

## 12.- ¿Cómo le gustaría realizar el pago por las autopartes adquiridas?

Respuestas

Contado	40
Crédito	12
Con tarjeta.	40
Otro	8



**Gráfico 11-3:** Preguntas 12-clientes.

Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

El 40% de los encuestados prefieren realizar un pago de contado, mientras que el otro 40% realizan el pago con tarjeta de crédito, tan solo un 12% solicitan crédito para el pago de las partes adquiridas.

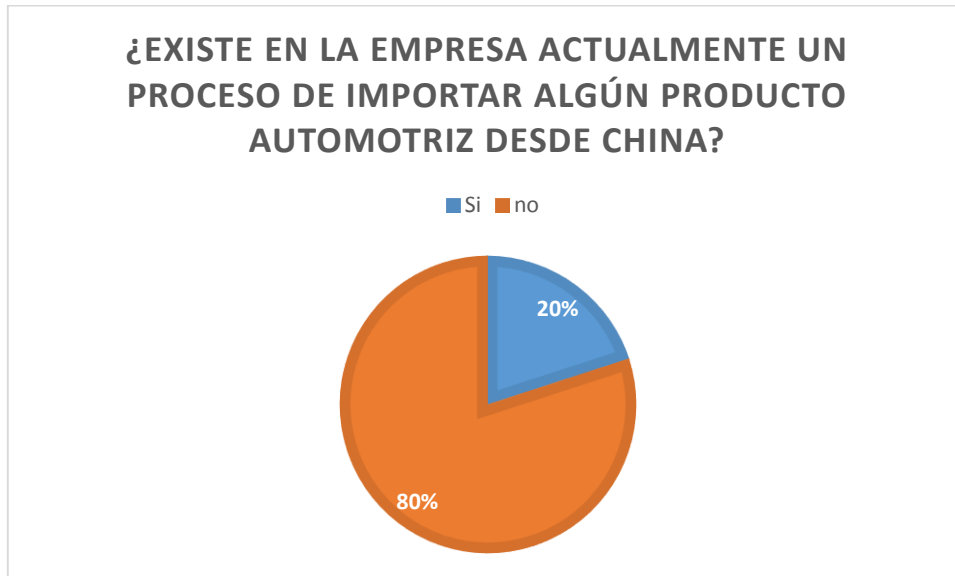
### 3.6.5.2. Encuesta para Propietarios

Para responder todas las preguntas se ha tomado una muestra de 20 propietarios de negocios indistintamente del género, fueron tomados al azar teniendo un 84% de los encuestados Hombres y 26% de mujeres.

**1. ¿Existe en la empresa actualmente un proceso de importar algún producto automotriz desde China?**

Respuestas

Si	20
no	80



**Gráfico 12-3:** Pregunta 1- Propietarios.

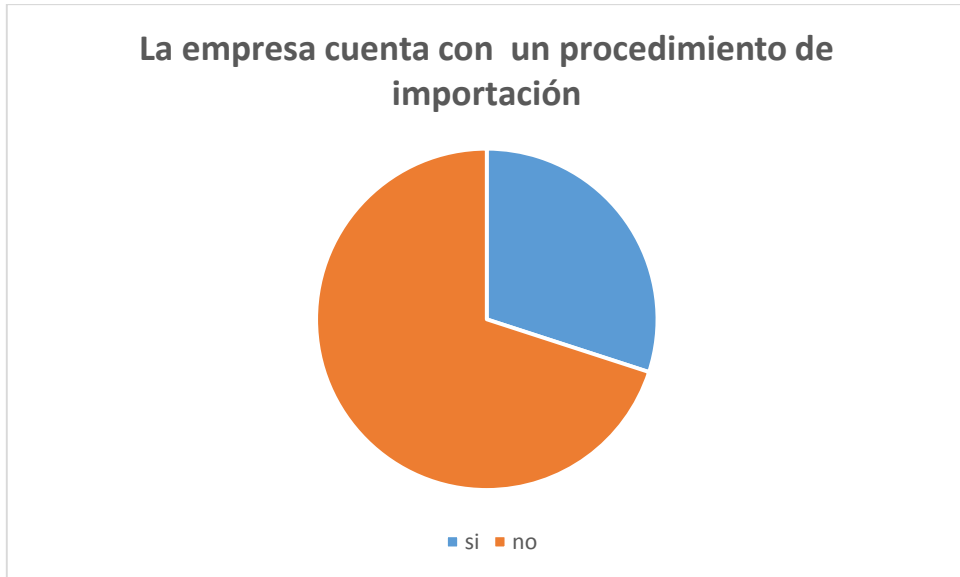
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

Del 100% de los propietarios encuestados, tenemos que el 80% no tienen procesos de importación y tan solo un 20% tiene un proceso de importación de productos automotriz desde china.

**2. ¿La empresa cuenta con un procedimiento de importación?**

Respuestas

si	30%
no	70%



**Gráfico 13-3:** Pregunta 2- Propietarios.

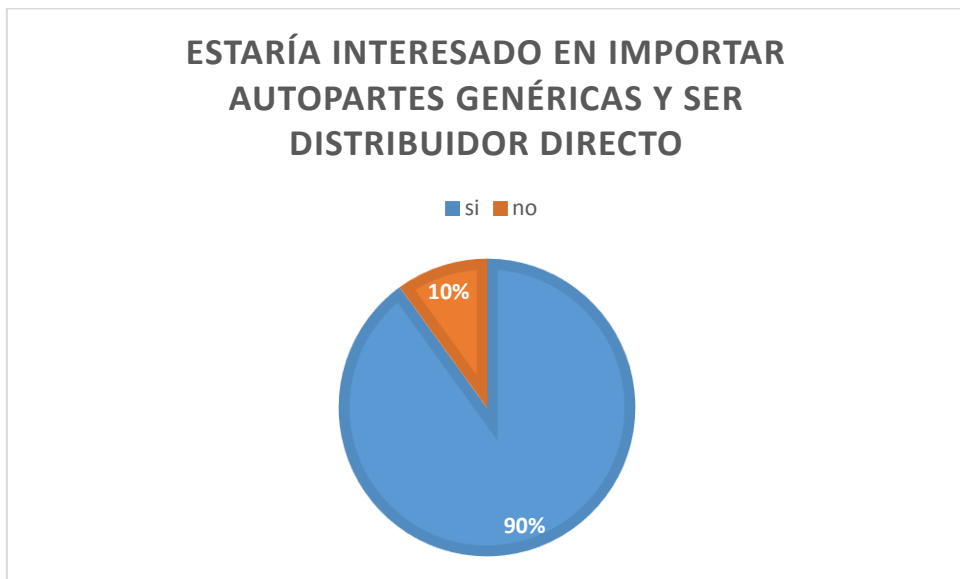
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

El 70% de los negocios no cuentan con un procedimiento de importación directo de sus productos y tan solo el 30% cuentan con un sistema de importación.

**3. ¿Estaría interesado en importar autopartes genéricas y ser distribuidor directo?**

Respuestas

si	90
no	10



**Gráfico 14-3:** Pregunta 3 - Propietarios.

Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

El 90% de los propietarios están interesados en implementar un proceso de importación para poder ser distribuidores directos.

#### 4. ¿Qué cantidad en dólares, espera importar?

Respuestas

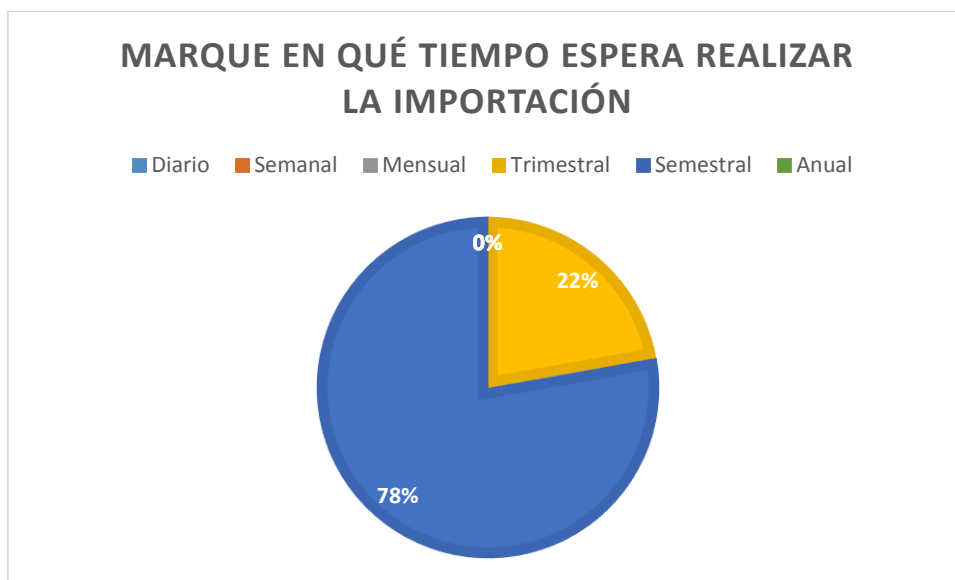
1000-5000	0
6000-10000	44,4 %
11000-20000	55,6 %

Los montos que generan interés de capital de importación están entre 6000 a 20000, teniendo esto en cuenta el 44% prefiere un monto entre 6000-10000 y el 56% prefiere un monto entre los 11000-20000.

#### 5. Marque en qué tiempo espera realizar la importación

Respuestas

Diario	0
Semanal	0
Mensual	0
Trimestral	22,2 %
Semestral	77,8 %
Anual	0



**Gráfico 15-3:** Preguntar 5- Proprietarios.

**Fuente:** Silvia Aldaz, 2021.

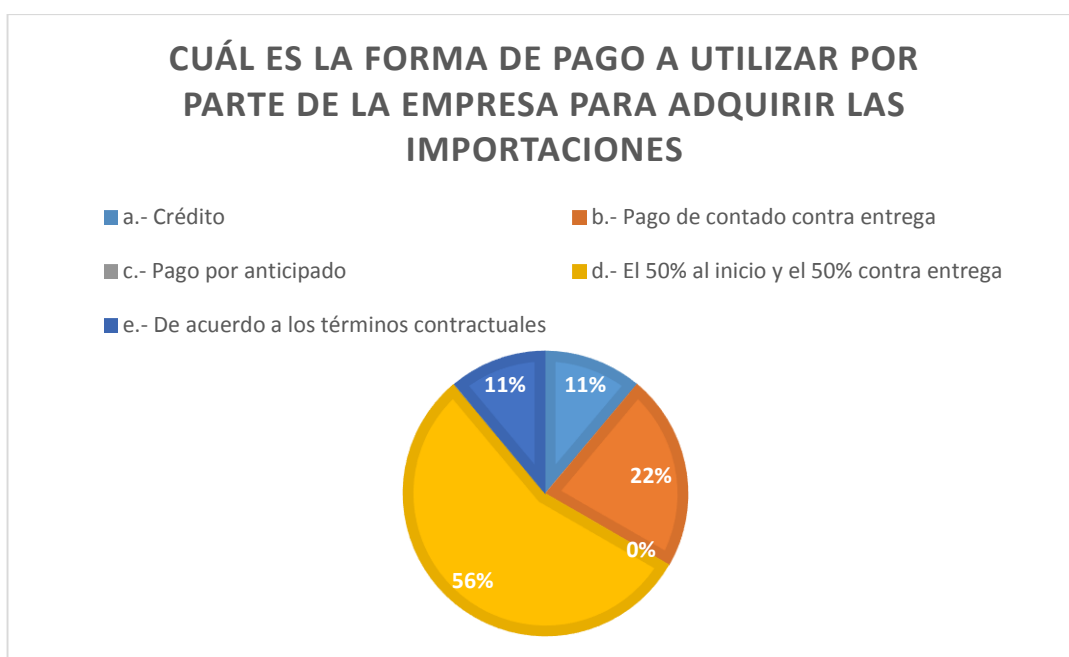
Los propietarios prefieren un 78% de tiempo de importación semestral y tan solo un 22% prefieren importar en periodos trimestrales.



**6. ¿Cuál es la forma de pago a utilizar por parte de la empresa para adquirir las importaciones?**

Respuestas

a.- Crédito	11,1 %
b.- Pago de contado contra entrega	22,2 %
c.- Pago por anticipado	0 %
d.- El 50% al inicio y el 50% contra entrega	55,6 %
e.- De acuerdo a los términos contractuales	11,1 %



**Gráfico 16-3:** Pregunta 6- Propietarios.

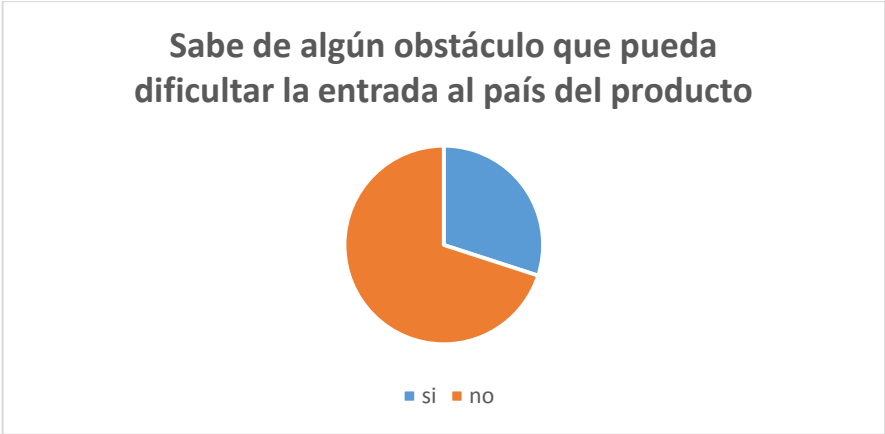
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

La forma de pago con mayor aceptación por parte de los encuestados es la de 50% al inicio y el 50% contra entrega con un 56%, mientras que el 22% prefiere pago contra entrega y el 11% se comparte en forma de crédito y el otro 11% en forma de términos contractuales.

**7. ¿Sabe de algún obstáculo que pueda dificultar la entrada al país del producto?**

Respuestas

si	30%
no	70%



**Gráfico 17-3:** Pregunta 7- Propietarios.

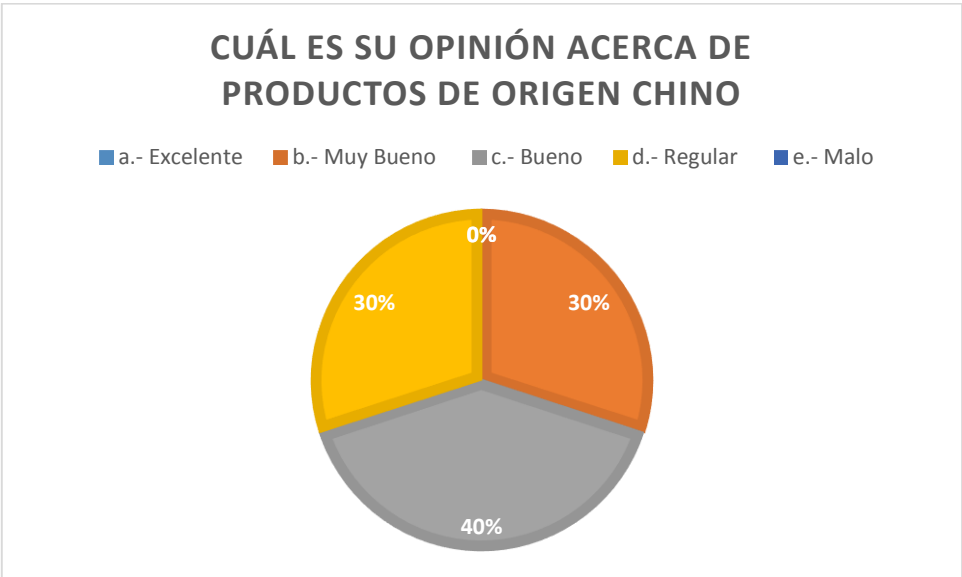
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

El 70% de los encuestados conoce los obstáculos que aparecen a la hora de importar dichos productos y tan solo un 30% desconoce si existen dificultades a la hora de importar.

**8. ¿Cuál es su opinión acerca de productos de origen chino?**

Respuestas

a.- Excelente	0
b.- Muy Bueno	30
c.- Bueno	40
d.- Regular	30
e.- Malo	0



**Gráfico 18-3:** Pregunta 8 - Propietarios.

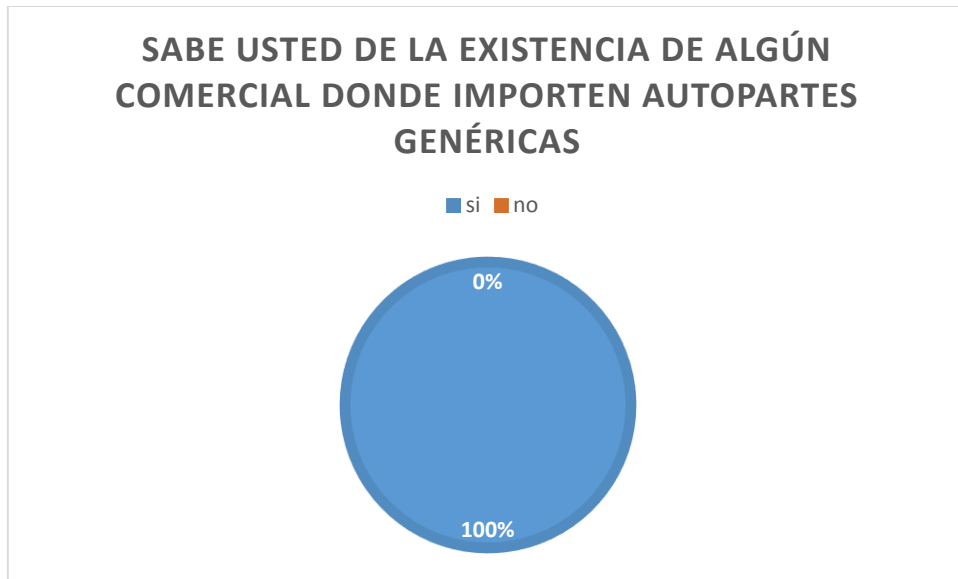
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

El 40% de los encuestados ha respondido que los productos chinos son buenos, mientras que el 30% considera que son muy buenos y el otro 30% considera que son regulares.

**9. ¿Sabe usted de la existencia de algún comercial donde importen autopartes genéricas?**

Respuestas

si	100
no	0



**Gráfico 21-3:** Preguntar 9 - Propietarios.

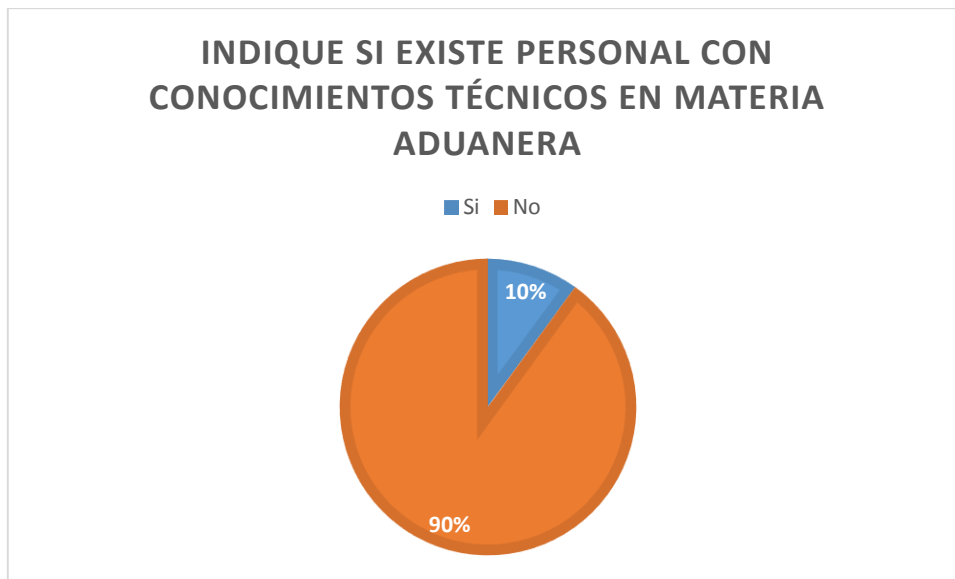
Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

El 100% de los propietarios conocen negocios que importan autopartes genéricas.

**10. Indique si existe personal con conocimientos técnicos en materia aduanera.**

Respuestas

Si	10
No	90



**Gráfico 19-3:** Pregunta 10 - Propietarios.

**Fuente:** Silvia Aldaz, 2021.

El 90% de los propietarios no poseen personal con conocimientos técnicos aduaneros, mientras que el 10% sí poseen personal con dichos conocimientos.

### **Hallazgos**

El 90% de los encuestados reflejan conseguir casi una y otra vez productos importados, lo que sugiere que la mayoría de los encuestados podrían ser probables consumidores de las partes y repuestos importados, además son conscientes de que los productos importados acostumbran ser de mejor calidad y durabilidad; en contraste se debe nombrar que los encuestados prefieren costo frente a la calidad. El 100% de encuestados si conocen sitios en donde obtener autopartes genéricas en la localidad de Riobamba, es fundamental reconocer existente una competencia bastante alta en la comercialización de repuestos en la ciudad de Riobamba. El 44% de los encuestados adquieren las autopartes a minoristas, es decir descartan mayoristas como viviendas automotrices.

Esta clase de comportamiento es común debido a que los clientes de autopartes acostumbran tener premura por obtener los repuestos es por esto que lo más eficiente y veloz es obtener lo importante en un minorista, cabe decir que se debería orientar el presente plan a ser un importador de autopartes delegado de proveer tanto a los mayoristas como a los minoristas, así como las ventas unitarias, o sea comprender todo el mercado. El 8% de los encuestados comentan que buscan calidad en las autopartes que requieren, después del 72% de quienes se fijan en la marca del producto. Bajo tal entorno es necesario obtener un distribuidor en el extranjero que posea repuestos de buena calidad y de ser viable que posean garantía y con ello se va a tener un plus en el mercado lo que va a ser una característica fundamental en el instante de ser competitivos. El

86% de los encuestados consigue un repuesto una vez que se necesita, la comercialización de repuestos se lo ejecuta unitariamente ya que principalmente una vez que un automotor fracasa se necesita el reemplazo de una sola pieza, no obstante, se debe considerar que la proporción de automotores existentes en la localidad van en crecimiento constante.

De los encuestados el 78% aseguró obtener autopartes cada 6 meses. Primordialmente los repuestos son necesarios según su calidad puesto que de conseguir autopartes de baja calidad estas son reemplazadas finalizada su historia eficaz, lo que crea descontento en los consumidores y por consiguiente se pierden consumidores, es por esto importante hacer énfasis en la averiguación de un proveedor que distribuya repuestos de alta calidad; esto se contrasta con lo cual prefieren los propietarios en el momento de importar los repuestos y complementos. Finalmente, de hacer la tabulación de las encuestas se puede descubrir que el 63% muestra al precio-calidad en los productos obtenidos; Es de esta forma que se debería considerar todas las propiedades en cuestión para el instante de plantear tácticas de comercialización y desempeño de importación de los productos.

## CAPÍTULO III: MARCO PROPOSITIVO

### 4.1. TÍTULO

DISEÑO DE UN PROYECTO DE IMPORTACIÓN PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE AUTOPARTES GENÉRICAS DE VEHÍCULOS, EN LA EMPRESA RIO ACCESORIOS, DE LA CIUDAD DE RIOBAMBA, AÑO 2019.

### 4.2 CONTENIDO

El proyecto está enfocado en la importación de repuestos genéricos, para el mismo se ha realizado la planificación previa y análisis de cada una de las actividades en el proceso, esperando que sea de gran utilidad para la toma de decisiones de la empresa Rio accesorios.

Para el enfoque de la propuesta se ha definido de acuerdo a los siguientes puntos:

- Estudio de Mercado
- Estudio Técnico
- Estudio Financiero

### 4.3 ESTUDIO DE MERCADO

**Tabla 1-4:** Repuestos e insumos a importar

REPUESTOS E INSUMOS	
Amortiguador delantero	Juego disco de frenos posterior
Mesa de suspensión	Axial de dirección
Bomba de agua	Kit de embrague
Kit de distribución	Filtro de combustible
Buje de mesa para suspensión	Templadora banda de distribución
Amortiguador posterior	Rotula de suspensión
Juego de disco de frenos delanteros	Terminal de dirección

Fuente: Rio accesorios

Elaborado por: Aldaz, 2021.

#### 4.3.1. Proveedores extranjeros

Se ha realizado una investigación minuciosa acerca de los proveedores existentes en el mercado por lo cual se presenta a continuación en la siguiente tabla.

**Tabla 2-4:** Posibles proveedores

Nombre del proveedor	País de origen
Qingdao New International Automotive Spare Parts Co., Ltd	China
Shanghai Sance Auto Part Co., Ltd.	China
Shenzhen JunFeng Mould Hardware Machine Co., Ltd.	China

Elaborado por: Aldaz, 2021.

##### 4.3.1.1. Selección de proveedores

Previo a la selección de proveedores la empresa Rio accesorios procederá a realizar cotizaciones de diferentes repuestos e insumos, las mismas que serán realizadas a las empresas determinadas en el punto anterior para determinar la decisión correspondiente.

En las siguientes tablas se determinan los resultados de cotizaciones.

**Tabla 3-1:** Cotización empresa Qingdao New International Automotive Spare Parts Co., Ltd.

Descripción	Especificación	Costo	Estimado repuesto anual	Total, USD
Amortiguador delantero	Par	54,80	120	6.576,00
Mesa de suspensión	Unidad	37,88	120	4.545,60
Bomba de agua	Unidad	33,13	120	3.975,60
Kit de distribución	Kit	56,12	120	6.734,40
Buje de mesa para suspensión	Unidad	12,12	120	1.454,40
Amortiguador posterior de suspensión	Par	51,11	120	6.133,20
Juego de discos de frenos delanteros	Par	46,6	120	5.592,00
Juego de disco de frenos posterior	Par	49	120	5.880,00
Axial de dirección	Unidad	21	120	2.520,00
Kit de embrague	Kit	30,16	120	3.619,20
Filtro de combustible	Unidad	12,12	120	1.454,40

Templadora banda de distribución	Unidad	50	120	6.000,00
Rotula de suspensión	Unidad	29,35	120	3.522,00
Terminal de dirección	Unidad	14,45	120	1.734,00
<b>Total</b>				<b>59.740,80</b>

Fuente: Empresa Qingdao New International Automotive Spare Parts Co., Ltd.

Elaborado por: Aldaz, 2021

**Tabla 4-4:** Cotización empresa Shanghai Sance Auto Part Co., Ltd.

Descripción	Especificación	Costo	Estimado repuesto anual	Total, USD
Amortiguador delantero	Par	56,89	120	6.826,80
Mesa de suspensión	Unidad	39,88	120	4.785,60
Bomba de agua	Unidad	33,13	120	3.975,60
Kit de distribución	Kit	56,12	120	6.734,40
Buje de mesa para suspensión	Unidad	15,12	120	1.814,40
Amortiguador posterior de suspensión	Par	51,11	120	6.133,20
Juego de discos de frenos delanteros	Par	50,6	120	6.072,00
Juego de disco de frenos posterior	Par	55	120	6.600,00
Axial de dirección	Unidad	28	120	3.360,00
Kit de embrague	Kit	33,16	120	3.979,20
Filtro de combustible	Unidad	15,12	120	1.814,40
Templadora banda de distribución	Unidad	50	120	6.000,00
Rotula de suspensión	Unidad	29,35	120	3.522,00
Terminal de dirección	Unidad	18,45	120	2.214,00
<b>Total</b>				<b>63831,60</b>

Fuente: Empresa Shanghai Sance Auto Part Co., Ltd.

Elaborado por: Aldaz, 2021

**Tabla 5-4:** Cotización empresa Shenzhen JunFeng Mould Hardware Machine Co., Ltd.

Descripción	Especificación	Costo	Estimado repuesto anual	Total, USD
Amortiguador delantero	Par	56,89	120	6.826,80
Mesa de suspensión	Unidad	40	120	4.800,00
Bomba de agua	Unidad	35	120	4.200,00
Kit de distribución	Kit	56,12	120	6.734,40



Buje de mesa para suspensión	Unidad	15,12	120	1.814,40
Amortiguador posterior de suspensión	Par	51,11	120	6.133,20
Juego de discos de frenos delanteros	Par	50,6	120	6.072,00
Juego de disco de frenos posterior	Par	55	120	6.600,00
Axial de dirección	Unidad	28	120	3.360,00
Kit de embrague	Kit	33,16	120	3.979,20
Filtro de combustible	Unidad	15,12	120	1.814,40
Templadora banda de distribución	Unidad	50	120	6.000,00
Rotula de suspensión	Unidad	29,35	120	3.522,00
Terminal de dirección	Unidad	18,45	120	2.214,00
<b>Total</b>				<b>64068.8</b>

Fuente: Empresa Shenzhen JunFeng Mould Hardware Machine Co., Ltd.

Elaborado por: Aldaz, 2021

**Tabla 6-4:** Resumen de cotizaciones

<b>RESUMEN</b>	
<b>Nombre del proveedor</b>	<b>Total</b>
Qingdao New International Automotive Spare Parts Co., Ltd	<b>59.740,80</b>
Shanghai Sance Auto Part Co., Ltd.	<b>63831.60</b>
Shenzhen JunFeng Mould Hardware Machine Co., Ltd.	<b>64068.8</b>

Elaborado por: Aldaz, 2021

#### 4.3.1.2. Análisis de la oferta

Al realizar el detalle final de las cotizaciones se observa un margen intermedio de precios en el mercado internacional, cabe mencionar que estos valores no incluyen los valores de fletes, seguros, pago de aranceles e impuestos, sin embargo, sin ser tomados en cuenta estos valores existe un ahorro significativo con la empresa de mejor cotización que es la empresa Spare Parts Co., Ltd. con un valor total de \$ **59.740,80** que será la encargada de la exportación hacia el país.

## 4.4 Estudio técnico

#### ***4.4.1. Comunicación con el proveedor***

Para hacer la actividad de importación el INEN, (1996) instituye reglas a tener presente, para lo que se tendrá que establecer la normativa con la que el abastecedor labora con respecto al embalaje como al etiquetado, la logística de los productos, la manera de pago. Las reglas INEN, se necesita que los productos en el momento de ser importados no presenten ningún problema, gracias a ello se necesita se cuente con una certificación de la organización fabricante, en donde se garantice que en el punto de embarque se realizaron las próximas técnicas:

- **Desgaste:** referente a este proceso se necesita asegurar que los productos no presenten cualquier tipo de desgaste el cual logre dañar su desempeño, como la vida eficaz y estabilidad del transporte, para la ejecución de la estimación va a ser primordial se use una báscula y un calibrador con el propósito de poder evaluar las partes en el área de más grande desgaste.
- **Corrosión:** se concentra fundamentalmente en la garantía de los productos que van a ser importados con en relación a su habitual desempeño, el mismo no debería ser perjudicado tanto a la estabilidad como a la vida eficaz de los vehículos, para la ejecución de esta prueba hace falta de un calibrador, por medio de este se controlarán las medidas con en relación a las regiones más dañadas sobre los repuestos.
- **Limpieza:** se necesita asegurar que todos los repuestos luego de su limpieza hayan recibido una diligencia de vapor de agua con una temperatura no superior a 90°C, y luego hayan sido secadas de forma eficiente.
- **Encerado:** se necesita asegurar que, una vez hecha la respectiva limpieza de los repuestos, sean etiquetas de forma personal y embalas correctamente según los tipos de productos.
- **Etiquetado:** Cada pieza debe tener una etiqueta adherida, la cual pruebe que la pieza o accesorio que ingresa al comercio no es de procedencia especulativa.

#### ***4.4.2. Etiquetado individual***

La información de la etiqueta debe ser perfectamente legible y con los datos que se muestra a continuación:

Tiempo de trabajo
Año de fabricación
Lugar de procedencia
Fecha y lugar en que salió a comercializarse
Artículo (partes- accesorios)
País de origen
Partida arancelaria
Corrosión (%)
Desgaste (%)
Limpieza
Encerado
Precio

**Fuente:** Aldaz, 2021.

#### ***4.4.3. Etiquetado del embalaje***

El etiquetado de la mercancía importada se lo realiza con letra entendible y legible el idioma a describir es el español, la etiqueta a su vez debe contar con la siguiente información:

Título “repuestos”
Organismo certificador: nombre, dirección, teléfono, fax
Número de certificación
Masa en kg
Número de lote
Número de piezas etiquetadas individualmente
Tipo de partes y accesorios (los paquetes deben contener los mismos repuestos o piezas, por ejemplo, una caja de carburadores, una de rotulas de suspensión)
País de origen
País de destino
Proveedor: Nombre, dirección, teléfono, fax y nombre del responsable
Importador: Nombre, dirección, teléfono, fax, y nombre del responsable

**Fuente:** Aldaz, 2021.

#### ***4.4.4. El embalaje***

Se recomienda que los repuestos sean almacenados en una funda plástica con divisores de papel para que cada producto sea separado y mantener la integridad física de cada repuesto. Para el embalaje de los repuestos, se necesita se establezca que dichos estén en una caja de madera con una capa de espuma flex, con la finalidad de brindar seguridad y protección de los productos en su traslado.



**Figura 1-4:** Embalaje

Fuente: Silvia Aldaz, 2021.

#### ***4.4.5 Logística del producto***

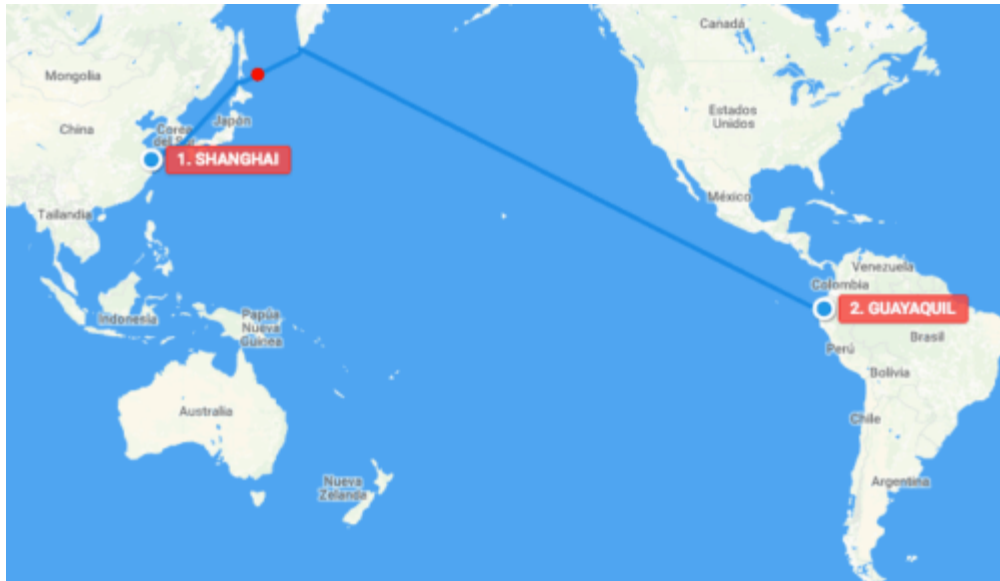
Corresponde al momento preciso en el que la empresa comercializadora realiza el envío de los productos hacia el país, encargada de tomar la decisión acerca del transporte más adecuado para el traslado de los productos entre las partes.

##### ***4.4.5.1 Elección de la vía de transporte***

Se determina que con el estudio de mercado realizado previamente se ha determinado que las importaciones serán con la empresa New International Spare Parts Co., ; en contraste se debe mencionar que se encuentra ubicada en China. Se ha predeterminado que la mercancía se transportase por vía marítima debido a que representa menores precios que el transporte por vía aérea, debido a la amplia distancia que se presenta entre Ecuador y China que es de 17.343,60 km.

A continuación, se presenta varias razones por la que se justifica el uso del transporte marítimo, como lo menciona el Ministerio de Comercio Exterior del Ecuador en 2017:

- Es el medio de transporte más utilizado, por su ahorro monetario en la relación de kilómetros entre un país y otro.
- La capacidad es vasta de los barcos, que superan en promedio alrededor del medio millón de toneladas de peso muerto.



**Figura 2-4:** Distancia entre China y Ecuador

**Fuente:** Silvia Aldaz, 2021.

Se presenta las razones por las que se ha decidido importar desde China:

- El presente plan establece que los precios de insumos y repuestos automotrices son más reducidos en China
- Los productos elaborados en este país presentan mejor calidad a comparación de los demás países del continente asiático
- China presenta menores costos de producción debido a la gran producción en masa que este país realiza.

#### 4.4.5.2 Elección de forma de pago

A continuación, se sintetiza el tipo de pago de cómo lo menciona BROWNE en 2016.

##### **a) Cobro Bancario**

Se refiere a esos documentos que representan la mercancía como una letra de cambio, cheque o pagaré; los mismos que tienen que ser entregados al cliente anterior a la negociación de éstos. Dicho archivo debería ser entregado a un Banco Comercial para que sea remitido a una organización financiera en el territorio del distribuidor de la mercancía para el respectivo cobro del dinero.

##### **b) Carta de Crédito**

Instrumento de pago que se basa en que una organización bancaria dirigida por las demandas del comprador se impone a hacer un pago a un tercero que podría ser el beneficiario. Esa obligación se hace positiva una vez que existe la presentación de documentos involucrados con la

comercialización de mercancía, esta carta debería contener las condiciones de negociaciones establecidas entre el cliente y el vendedor.

El proveedor debe revisar y enviar la carta de crédito, para que no exista ningún tipo de inconveniente en el transcurso de llegada.

**c) Pago Contado (Anticipado)**

El exportador envía los productos fuera del país de fabricación bajo el compromiso que el importador cancelará los valores pendientes, en el tiempo en que lleguen los productos al país de destino antecedente de que se haga el envío se debería entablar la era para realizar el pago respectivo.

La Empresa Rio Accesorios, ha optado por el pago a través de un crédito, pues esta opción presenta los menores riesgos y un mayor nivel de confianza para las partes involucradas en el proceso de importación.

**4.4.6. Aranceles**

Los tributos al comercio exterior son aquellos derechos de aranceles, que han sido impuestos en las leyes orgánicas y ordinarias en relación con las tasas por servicios aduaneros. Para los productos que requieren ser importados la Empresa Rio Accesorios debe pagar los aranceles correspondientes, entre ellos se encuentran:

- **AD-VALOREM:** Es el valor establecido por la ley, ya que incluye en porcentajes de los productos y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete.
- **FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)** Aplica el 0.5% sobre el valor mínimo imponible para importación.
- **IVA (Impuesto al Valor Agregado)** Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE.

*4.4.6.1. Elaboración de pedido*

El pedido será el mismo en el que constará de todos los requisitos requeridos para la importación, descritos a continuación:

**Tabla 7-4** Pedido de productos

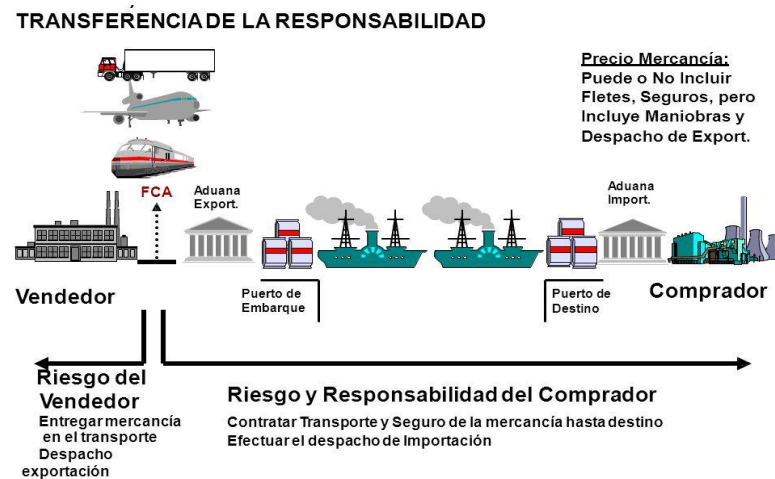
<b>Descripción</b>	<b>Especificación</b>	<b>Costo</b>	<b>Estimado repuesto anual</b>
Amortiguador delantero	Par	54,80	120

Mesa de suspensión	Unidad	37,88	120
Bomba de agua	Unidad	33,13	120
Kit de distribución	Kit	56,12	120
Buje de mesa para suspensión	Unidad	12,12	120
Amortiguador posterior de suspensión	Par	51,11	120
Juego de discos de frenos delanteros	Par	46,6	120
Juego de disco de frenos posterior	Par	49	120
Axial de dirección	Unidad	21	120
Kit de embrague	Kit	30,16	120
Filtro de combustible	Unidad	12,12	120
Templadora banda de distribución	Unidad	50	120
Rotula de suspensión	Unidad	29,35	120
Terminal de dirección	Unidad	14,45	120

Fuente: Aldaz Silvia

#### 4.4.7. Elección del tipo de INCOTERM

En el grafico 3-4 se puede identificar el proceso Incoterm:



**Gráfico 3-4: Incotermn**

Fuente: Comercio y Aduana, 2019

El INCOTERM con el que Rio Accesorios es CIF, en el que se establece que el comercializador en este caso la empresa Qingdao New International Automotive Spare Parts Co. Ltd, ya que esta asume costos tanto de transporte como de seguros de los productos hasta su lugar de destino.

#### 4.4.8. Regímenes aduaneros

Los regímenes aduaneros que rigen en Ecuador se detallan a continuación:

**Tabla 8-4:** Régimen aduanero

<b>REGIMEN</b>	<b>DESCRIPCION</b>
<b>Importación para el consumo</b>	La mercancía proveniente del extranjero puede circular libremente en el territorio aduanero, con la finalidad de permanecer definitivamente en el mismo, obviamente primero la mercancía debe haber realizado el respectivo proceso de desaduanización, que consiste en el pago de los derechos e impuestos a la exportación, así como los recargos y sanciones en caso de existir.
<b>Admisión temporal para reexportación en el mismo estado</b>	Permite la introducción al país de determinadas mercancías extranjeras, que son utilizadas para un determinado fin, puede existir una suspensión total o parcial de pagos; las mismas pueden ser reexportadas en un plazo establecido sin ningún tipo de modificación, según lo determine el respectivo reglamento.
<b>Régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo</b>	Comprenden aquellas mercancías de origen extranjero que ingresan al país con la finalidad de sufrir algún cambio o mejora para posteriormente ser exportadas; de la misma manera que en el anterior régimen tienen suspensión de pago de los derechos e impuestos aplicables a la importación.
<b>Reposición de mercancías con franquicia arancelaria</b>	Permite realizar el proceso de importación, con el beneficio de exoneración de los derechos e impuestos a la importación y recargos excepto tasas aplicables, mercancías idénticas o similares por su especie, calidad y



	<p>sus características técnicas, a las que estando en libre circulación, hayan sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo.</p>
<p><b>Transformación bajo control aduanero</b></p>	<p>A través de este régimen, se puede introducir al territorio nacional mercadería que esté sujeta a algún tipo de modificación ya sea de la especie o estado; se suspenden los pagos de los derechos e impuesto de importación y recargos correspondientes. Posteriormente se importarán para el consumo de los productos resultantes obtenidos de dichas operaciones, que procederán al pago de impuestos y recargos obtenidos.</p>
<p><b>Depósito aduanero</b></p>	<p>Régimen aduanero según el cual las mercancías importadas son almacenadas por un período determinado bajo el control de la aduana en un lugar habilitado y reconocido para esta finalidad, sin el pago de los derechos e impuestos y recargos aplicables.</p>
<p><b>Reimportación en el mismo estado</b></p>	<p>Permite la importación para el consumo con la exoneración de los derechos e impuestos referentes a la importación, recargos aplicables de la mercancía exportada siempre y cuando en el extranjero no haya existido ningún tipo de modificación o cambio; a la mercadería importada.</p>

FUENTE: CÓDIGO ORGÁNICO DE PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES

El régimen aduanero que la Empresa utilizara es la IMPORTACION PARA EL CONSUMO, debido a que los repuestos automotrices están dirigidos al consumo interno, es decir que cuando estos ingresen a las Aduanas del país, quedaran prohibidos de ser exportados luego del pago en las oficinas de aduanas correspondientes.

#### ***4.4.9. Requisitos para importar***

Son los documentos que se deben cumplir para poder importar la mercadería de automotores son los siguientes:

##### ***4.4.9.1. Registro único de contribuyentes (RUC)***

Este documento se lo obtiene en el SRI, que permite tener un certificado digital para la firma electrónica.

##### ***4.4.9.2. Registro de importador***

Se adquiere dicho certificado digital para obtener la firma electrónica en conjunto con el registro en el ECUAPASS.

##### ***4.4.9.3. Registro en ECUAPASS***

A través de este registro se puede agilizar los trámites para importaciones más rápidas y optimizando recursos.

#### ***4.4.10. Documentos para importar***

Entre los documentos para importar tenemos: la declaración aduanera la cual debe estar en custodia del Agente de aduanas, ya sea de manera física o digital; y los documentos de transporte el cual concede la titularidad como dueño de la mercadería esta documentación es emitida por la compañía contratada para el transporte.

El documento de transporte contiene la siguiente información:

- Nombre del exportador e importador
- Lugar y fecha en que se emite
- Descripción de la carga
- Características del flete
- Ruta seguida
- Aduana de salida y entrada de la mercancía
- Documentos formales para despachar la mercancía
- Valor de la carga.

**Declaración Aduanera de Importación (DAI):** es un documento de tipo formulario en el que se ingresa y registra información general de los productos que están siendo importadas. Para la importación debe realizar la declaratoria y dicho procedimiento se realizará por medio de un representante de aduana, además de información adicional de la DAI como puerto de destino y origen, entre otros. Lo cual posibilita al SENA, realizar el proceso de validación y verificación de toda la mercancía enviada.

#### 4.4.10.1 Documentos de acompañamiento

Estos documentos permiten un control previo, los mismos deben ser tramitados y aprobados ya que deben ser presentados de manera física y/o electrónica antes del tiempo de embarqué estipulado. Dichos documentos deben ser enviados y recibidos por la empresa comercializadora de productos en nuestro caso Qingdao New International Automotive Spare Parts Co., Ltd.

#### 4.4.10.2 Documentos de soporte

Dentro de este tipo de documentos se encuentra la declaración aduanera, dicho documento ya sea físico y/o electrónico debe colocarse en el archivo del agente correspondiente de Aduanas.

#### 4.4.10.3 Documento de transporte

Estos documentos en el caso del transporte marítimo como terrestre, concede titularidad sobre la mercadería, generalmente es emitido por la compañía marítima o terrestre en el que debe contar con la siguiente información:
Exportador.
Consignatario.
Importador.
Lugar y fecha de emisión.
Detalle de la carga: peso, cantidad, volumen, bultos, descripción.
Flete, si es pagado o pagadero en destino y monto.
Ruta y plazo del transporte.
Marcas y números.
Aduana de salida del país exportador y aduana de entrada del país importador.
Formalidades para el despacho de la mercadería.
Declaración del valor de la mercadería.
Documentos anexos (copias de factura, certificados, etc.)
De acuerdo a los requerimientos bancarios y de lo oportunamente acordado entre el exportador y el importador, los documentos originales de la mercadería pueden viajar con el medio de transporte o ser enviados por separado.

**Fuente:** Aldaz, 2021.

#### 4.4.10.4 Factura Pro forma

Datos del Exportador
Nombre
Dirección
Teléfono
N° Factura
Fecha y lugar de emisión
Datos del Importador
Nombre
Dirección
Teléfono
Cantidad y descripción de la mercadería Precio unitario Precio total
Condiciones de entrega, plazo y forma de pago, incluyendo el Incoterm.
Plazo de validez.
Firma del exportador.

**Fuente:** Aldaz, 2021

#### 4.4.10.5. Factura comercial

Emite la empresa exportadora, mismo que debe contener los siguientes datos:

Los nombres del Exportador e Importador, con sus respectivas direcciones y datos.
Los detalles técnicos de la mercadería
Fecha y lugar de emisión
La unidad de medida
Cantidad de unidades que se están facturando
Precio unitario y total de venta
Moneda de venta
Condición de venta
Forma y plazos de pagos
Peso bruto y neto
Marca
Número de bultos que contiene la mercadería
Medio de transporte

**Fuente:** Aldaz, 2021.

#### 4.4.10.6. Certificado de origen

Este documento la empresa comercializadora del producto garantiza y acredita que la mercadería o productos ha sido fabricada en dicho país.

#### *4.4.11. Proceso de desaduanización*

Es el proceso para poder tener acceso al uso legal de los productos importados por la empresa debe realizar un proceso de desaduanización:

- Enviar la Declaración Aduanera de Importación, en un periodo tope de 15 días previo al arribo del transporte o en su defecto hasta 30 días contados desde la fecha de arribo, si no la mercancía será declarada y colocada en un estado de abandono tácito.
- Ingresar los documentos denominados de soporte como lo son de transporte, factura comercial, y el certificado de origen.

Finalmente, a este proceso el sistema informático del SENA otorgará un número de validación y el canal de aforo correspondiente.

#### *4.4.12. Canal de aforo*

El canal de aforo que la empresa utilizara en el proceso de importación es el AFORO FÍSICO con el fin de verificar su origen, condición, peso, valor de aduanas, etc. En contraste se verifica que no se incumpla con las leyes y reglamento vigentes del país.

### **4.5. Estudio financiero**

El estudio determino la posibilidad de que funcione el proyecto, por lo que en esta parte se detallan los costos y gastos que deberá realizar la empresa para poder importar las autopartes para los automotores chinos.

A continuación, se presenta los elementos que se necesitan en el estudio financiero.

#### *4.5.1. Nómina*

Es necesario la integración de personal que se ocupe exclusivamente de la comercialización de los nuevos productos importados, por lo que a continuación se detalla los gastos incluyendo los del nuevo personal:

**Tabla 9-4:** Nómina del personal del primer año

<b>PERSONAL DE VENTAS</b>								
<b>#</b>	<b>Cargo</b>	<b>Pago por trabajador</b>	<b>Valor Total Mensual</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Totales Sueldo Mensual USD</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
4	Vend.	400	1600	44	400	375	515	24.742
<b>TOTAL</b>		<b>400</b>	<b>1600</b>	<b>44</b>	<b>400</b>	<b>375</b>	<b>515</b>	<b>24.742</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

**Tabla 10-4:** Nómina del personal del segundo año

<b>PERSONAL DE VENTAS</b>									
<b>No.</b>	<b>Cargo</b>	<b>Pago por trabajador</b>	<b>Valor Total Mensual</b>	<b>Aporte Patronal</b>	<b>Vacaciones</b>	<b>Décimo Tercero</b>	<b>Décimo Cuarto</b>	<b>Totales Sueldo Mensual USD</b>	<b>TOTAL ANUAL</b>
4	Vendedor	400,00	1600,00	44,60	100,00	400,00	375,00	515,47	24,842.39
<b>TOTAL</b>		<b>400,00</b>	<b>1600,00</b>	<b>44,60</b>	<b>100,00</b>	<b>400,00</b>	<b>375,00</b>	<b>515,47</b>	<b>24,842.39</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

#### 4.5.2. Materia prima

De acuerdo con el estudio, las autopartes genéricas que van a ser importadas se distribuyen en la siguiente tabla:

**Tabla 11-4:** Autopartes genéricas para importar

<b>Descripción</b>	<b>Especificación</b>	<b>Costo</b>	<b>Estimado repuesto anual</b>	<b>Total, USD</b>
Amortiguador delantero	Par	54,80	120	6.576,00
Mesa de suspensión	Unidad	37,88	120	4.545,60
Bomba de agua	Unidad	33,13	120	3.975,60
Kit de distribución	Kit	56,12	120	6.734,40
Buje de mesa para suspensión	Unidad	12,12	120	1.454,40
Amortiguador posterior de suspensión	Par	51,11	120	6.133,20
Juego de discos de frenos delanteros	Par	46,6	120	5.592,00
Juego de disco de frenos posterior	Par	49,00	120	5.880,00
Axial de dirección	Unidad	21,00	120	2.520,00
Kit de embrague	Kit	30,16	120	3.619,20
Filtro de combustible	Unidad	12,12	120	1.454,40
Templadora banda de distribución	Unidad	50,00	120	6.000,00

Rotula de suspensión	Unidad	29,35	120	3.522,00
Terminal de dirección	Unidad	14,45	120	1.734,00
<b>Subtotal</b>				<b>59.740,80</b>
<b>Seguro</b>				<b>5.000,00</b>
<b>Total</b>				<b>64.740,00</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

### 4.5.3. Gasto por publicidad

Una vez realizada la importación se debe pensar en estrategias de publicidad para dar a conocer los productos para comercialización por parte de Rio Accesorios, de manera que podemos observar los gastos en la siguiente tabla:

**Tabla 12-4:** Gasto por publicidad

<b>VENTAS</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Branding	200,00	2.400,00
Estrategia de marketing	500,00	6.000,00
Técnico de comunicación	500,00	6.000,00
<b>Total</b>		<b>14.400,00</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.



#### 4.5.4. Capital de la empresa

El capital de trabajo es uno de los puntos más importantes, debido a que estos valores cubren las obligaciones financieras de la empresa Rio Accesorios, tal como se muestra en la siguiente tabla:

**Tabla 13-4:** Capital de la empresa

<b>CAPITAL DE LA EMPRESA</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Mensual</b>	<b>Anual</b>
Salario	600,00	7.200,00
Gasto por publicidad	1.200,00	14.400,00
Repuestos genéricos importados	3.793,00	64.740,00
	<b>Total</b>	<b>86.340,00</b>

**Fuente:** Estudio técnico

**Elaborado por:** Aldaz, 2021.

#### 4.5.5. Fuentes de financiamiento

Para lograr cubrir todas las obligaciones financieras es necesario contar con fuentes de financiamiento, de tal manera que tenemos la tabla que se muestra a continuación:

**Tabla 14-4:** Fuentes de financiamiento

<b>FUENTES DE FINANCIAMIENTO CON PORCENTAJE DE INVERSIÓN</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Porcentaje</b>
Autofinanciamiento	53.530,80	62%
Financiamiento externo	32.809,20	38%
<b>Total</b>	<b>86.340,00</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Estudio técnico

**Elaborado por:** Aldaz, 2021.

#### **4.5.6. Egresos**

Es necesario efectuar la proyección de gastos para el proceso de importación, tomando en consideración a la inflación del 1,47% considerada por el Banco Central del Ecuador.

**Tabla 15-4:** Proyección de egresos

<b>PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS</b>					
<b>Concepto Descripción</b>	<b>Año</b>				
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Gasto de ventas</b>	<b>14.400,00</b>	<b>14.700,00</b>	<b>15.000,00</b>	<b>15.300,00</b>	<b>15.600,00</b>
Branding	2.400,00	2.500,00	2.600,00	2.700,00	2.800,00

Estrategia de marketing	6.000,00	6.100,00	6.200,00	6.300,00	6.400,00
Técnico de comunicación	6.000,00	6.100,00	6.200,00	6.300,00	6.400,00
<b>Salarios</b>	<b>7.200,00</b>	<b>7.450,00</b>	<b>7.700,00</b>	<b>7.950,00</b>	<b>8.200,00</b>
<b>Repuestos genéricos importados</b>	<b>64.740,00</b>	<b>64.840,00</b>	<b>64.940,00</b>	<b>65.040,00</b>	<b>65.140,00</b>
<b>Total Egresos</b>	<b>86.340,00</b>	<b>86.990,00</b>	<b>87,640,00</b>	<b>88.290,00</b>	<b>88.940,00</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

#### 4.5.7. Ingresos

El precio estimado de venta de los repuestos genéricos importados serán los siguientes:

**Tabla 16-4:** Precios de repuestos

<b>Descripción</b>	<b>Especificación</b>	<b>Precio USD</b>	<b>Costo CIF</b>	<b>Costo de salvaguardias</b>	<b>Aranceles</b>	<b>TOTAL USD</b>
Amortiguador delantero	Par	54,80	1,36	6,00	8,20	70,36
Mesa de suspensión	Unidad	37,88	1,68	3,50	5,50	48,56
Bomba de agua	Unidad	33,13	1,52	5,20	6,90	46,75
Kit de distribución	Kit	56,12	1,86	4,25	8,20	70,43

Buje de mesa para suspensión	Unidad	12,12	0,97	2,30	5,00	20,39
Amortiguador posterior de suspensión	Par	51,11	1,28	4,30	5,25	61,94
Juego de discos de frenos delanteros	Par	46,60	4,00	10,80	15,80	77,20
Juego de disco de frenos posterior	Par	49,00	1,44	5,00	8,75	64,19
Axial de dirección	Unidad	21,00	1,15	3,45	7,50	33,10
Kit de embrague	Kit	30,16	1,64	4,38	5,50	41,68
Filtro de combustible	Unidad	12,12	0,86	2,97	4,30	20,25
Templadora banda de distribución	Unidad	50,00	1,75	4,64	6,00	62,39
Rotula de suspensión	Unidad	29,35	1,90	6,80	8,20	46,25
Terminal de dirección	Unidad	14,45	0,89	2,50	3,00	20,84
<b>Sub Total</b>						684,33
<b>Flete</b>						5000
<b>Seguro</b>						5000
<b>Total</b>						10684,33

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

A través de la **Tabla 16-4** podemos observar el precio con el que se adquirió cada repuesto desde el país exportador, China. Asimismo el precio final se definió de acuerdo a las salvaguardias, aranceles y transporte, considerados en el país. Cabe recalcar que los precios de venta de los repuestos genéricos serán los siguientes:

**Tabla 17-4:** Ingresos

<b>INGRESOS</b>						
<b>Descripción</b>	<b>Costo promedio de repuestos</b>	<b>Margen de utilidad por repuesto</b>	<b>Precio promedio</b>	<b>Estimado de repuestos mensual</b>	<b>Total de ingreso mensual USD</b>	<b>Total de ingreso anual USD</b>
Repuestos	35,56	25%	48,88	120	<b>10.112,32</b>	<b>121.300,32</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

**Tabla 18-4:** Costo promedio

<b>COSTOS PROMEDIO</b>			
	<b>Cvu</b>	<b>Cfu</b>	<b>Ctu</b>
Costo promedio por repuesto	35,56	1,13	48,88

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

#### 4.5.8. Estados financieros

Una vez que se ha realizado el análisis de costos del proceso de importación, se deberá obtener el estado financiero, de tal manera que obtenemos los siguientes resultados:

##### 4.5.8.1. Estado de resultados

**Tabla 19-4:** Estado de resultados

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>Cuenta</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
(+) Ingreso de operación	121.300,32	128.600,12	136.200,64	134.900,76	152.500,98
(-) Costos de operación	86.340,00	86.990,00	87,640,00	88.290,00	88.940,00
(-) Costos financieros	3.190,15	2.487,73	1.785,31	1.082,89	380,48
<b>(=) Utilidad antes de impuestos y participación</b>	<b>31.770,36</b>	<b>39.122,39</b>	<b>46.775,33</b>	<b>45.527,87</b>	<b>63.180,50</b>
(-)15% reparto utilidad trabajadores	4.765,55	5.868,36	7.016,30	6.829,18	9.477,08

<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>27.004,81</b>	<b>33.254,03</b>	<b>39.759,03</b>	<b>38.698,69</b>	<b>53.703,43</b>
(-)22% Impuesto a la Renta	5941,05732	7315,88693	8746,98671	8513,71169	11814,7535
<b>(=) Utilidad antes de reservas</b>	<b>21.063,75</b>	<b>25.938,14</b>	<b>31.012,04</b>	<b>30.184,98</b>	<b>41.888,67</b>
<b>(-)5% Reserva de Capital</b>	1053,18743	1296,90723	1550,60219	1509,24889	2094,43358
<b>(=) Utilidad neta</b>	<b>20.010,56</b>	<b>24.641,24</b>	<b>29.461,44</b>	<b>28.675,73</b>	<b>39.794,24</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

#### 4.5.8.2. Estado de flujo efectivo

**Tabla 20-4:** Flujo efectivo

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>Cuenta</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
(+) Ingreso de operación	121.300,32	128.600,12	136.200,64	134.900,76	152.500,98
(-) Costos de operación	86.340,00	86.990,00	87,640,00	88.290,00	88.940,00
(-) Costos financieros	3.190,15	2.487,73	1.785,31	1.082,89	380,48

<b>(=) Utilidad antes de impuestos y participación</b>	<b>31.770,36</b>	<b>39.122,39</b>	<b>46.775,33</b>	<b>45.527,87</b>	<b>63.180,50</b>
(-)15% reparto utilidad trabajadores	31.770,36	39.122,39	46.775,33	45.527,87	63.180,50
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>4.765,55</b>	<b>5.868,36</b>	<b>7.016,30</b>	<b>6.829,18</b>	<b>9.477,08</b>
22% Impuesto a la Renta	27.004,81	33.254,03	39.759,03	38.698,69	53.703,43
<b>(=) Utilidad antes de reservas</b>	<b>5941,05732</b>	<b>7315,88693</b>	<b>8746,98671</b>	<b>8513,71169</b>	<b>11814,7535</b>
<b>5% Reserva de Capital</b>	<b>1053,18743</b>	<b>1296,90723</b>	<b>1550,60219</b>	<b>1509,24889</b>	<b>2094,43358</b>
(-) Capital de trabajo	17.200,30	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) recuperación capital de trabajo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>(=) Flujo neto generado</b>	<b>20.010,56</b>	<b>24.641,24</b>	<b>29.461,44</b>	<b>28.675,73</b>	<b>39.794,24</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.



#### 4.5.9. Evaluación financiera

A través de la evaluación financiera podremos conocer la factibilidad del proyecto que estamos llevando a cabo, de tal forma que se consideran los siguientes aspectos:

##### 4.5.9.1. Tasa mínima aceptable de rendimiento *TMAR*

**Tabla 21-4: TMAR**

<b>Indicadores</b>	<b>%</b>
Tasa pasiva*	4.52%
Tasa de inflación global de la economía*	0.05%
Riesgo del proyecto*	5.25%
<b>TMAR</b>	<b>9.82%</b>

**Fuente:** Estudio técnico

**Elaborado por:** Aldaz, 2021.

#### 4.5.9.2. Valor actual neto

**Tabla 22-4: VAN**

<b>Tasa de descuento</b>	<b>9.3%</b>
<b>Años</b>	<b>Flujos</b>
Inversión	86.340,00
Año 1	20.010,56
Año 2	24.641,24
Año 3	29.461,44
Año 4	28.675,73
Año 5	39.794,24
<b>VAN</b>	<b>228.923,21</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

#### 4.5.9.3. Tasa interna de retorno TIR

**Tabla 23-4: TIR**

<b>Años</b>	<b>Flujos</b>
Inversión	86.340,00
Año 1	20.010,56
Año 2	24.641,24
Año 3	29.461,44
Año 4	28.675,73
Año 5	39.794,24
<b>TIR</b>	<b>17%</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

#### 4.5.9.4. Periodo de recuperación del capital PRC

**Tabla 24-4: PRC**

<b>Inversión USD</b>		<b>86.340,00</b>	
<b>Tiempo</b>	<b>Flujo de fondos</b>	<b>Valor USD</b>	<b>Acumulación de fondos</b>

Año 1	Flujo de fondos 1	20.010,56	20.010,56
Año 2	Flujo de fondos 2	24.641,24	44651,80
Año 3	Flujo de fondos 3	29.461,44	74113,24
Año 4	Flujo de fondos 4	28.675,73	102788,97
Año 5	Flujo de fondos 5	39.794,24	142583,21
<b>PRC APROXIMADO DE 4 AÑOS</b>			

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

#### 4.5.9.5. Relación costo-beneficio

**Tabla 25-4:** Relación costo-beneficio

<b>Años</b>	<b>Flujos</b>
Año 1	20.010,56
Año 2	24.641,24
Año 3	29.461,44
Año 4	28.675,73
Año 5	39.794,24
<b>Total</b>	<b>142583,21</b>
Inversión	86.340,00
<b>Costo-beneficio</b>	<b>1,65</b>

Fuente: Estudio técnico

Elaborado por: Aldaz, 2021.

## CONCLUSIONES

- La información conceptual, ha fundamentado la importancia de conocer los antecedentes y conceptos para que la empresa Rio Accesorios tenga un desarrollo positivo.
- La empresa Rio Accesorio tiene como principal actividad la comercialización de refacciones de automotores de las distintas marcas de automóviles, sin embargo, no integra en su stock para autos de procedencia china, teniendo en cuenta que en el último periodo han tenido un crecimiento en el sector, lo que ha generado una pérdida sustancial de clientes y una reducción de ventas, ocasionando una situación problemática para la empresa. El 86% de los encuestados desconoce de una empresa que se dedique a la comercialización de autopartes para vehículos chinos, el 42% manifiesta desconformidad con los repuestos que se comercializan en la ciudad y el 92% de la población parte del estado adquiere estos repuestos, al menos una vez cada 6 meses, frente a estos resultados es esencial el plan de importación con la finalidad de satisfacer las necesidades de los clientes en la ciudad de Riobamba.
- La empresa Rio Accesorios no cuenta con productos para automotores chinos, que en los últimos años ha tenido un incremento en el parque automotor de la urbe, provocando una pérdida de mercado y reducción de ventas. A partir de la evaluación financiera se obtuvieron datos de TMAR del 9.8%, un valor de VAN de USD 228.923,21 y un valor de TIR del 17%. Cabe mencionar que este proyecto se denomina viable debido al valor de la relación costo-beneficio obtenido de 1,65; esperando que la inversión se recupere en un lapso aproximado de tiempo de 4 años.

## **RECOMENDACIONES**

- Se recomienda aplicar las estrategias que se propuso a la empresa Rio Accesorios, ya que su ejecución determina un mayor éxito.
- El tener una fundamentación teórica además de un análisis bibliográfico es esencial en un estudio, en contraste de esto se recomienda obtener mayor información sobre la temática para tener un mayor realce investigativo.
- Implementar un sistema de comunicación eficiente que permita la integración de los proveedores, empresa y clientes.
- Se recomienda a la empresa Rio Accesorios que se realice un plan mucho más profundo con respecto al mercado que le permita determinar con efectividad la cantidad de los repuestos que tienen un índice de venta mayor en la ciudad para generar un flujo de venta más continuo sin dejar de satisfacer al cliente.

## BIBLIOGRAFÍA

- Aduana del Ecuador SENA E*. (2017). Obtenido de Aduana del Ecuador SENA E:  
<https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- Asociacion de empresas automotrices del Ecuador. (19 de 08 de 2019). *Sector Automotor en cifras*. Obtenido de Asociacion de empresas automotrices del Ecuador:  
<https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2019/09/Sector-Automotor-en-cifras-N%C2%B035.pdf>
- Bataller, A. (2016). *La gestión de proyectos* . Barcelona : UOC .
- Benavente Escartin, J. (2002). ¿Cuán dinámicas son las exportaciones intrarregionales latinoamericanas? Recuperado el 13 de Septiembre de 2020, de  
<https://repositorio.cepal.org/handle/11362/5365>
- Brown del Rivero, A., & Torres Castillo, P. (2012). La relación comercial Comunidad Andina- Unión Europea y la postura de Ecuador. *Latinoamérica. Revista de estudios Latinoamericanos*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2020, de  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1665-85742012000200004](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1665-85742012000200004)
- Caballero , I., & Padin , C. (2006). *Comercio Internacional*. Ideas Propias.
- Calero, C. (2004). *Nivel de ocmpetitividad en el sector automotor*. Quito : Puce.
- Campo , R., & Raya , V. (2014). *Gestión de proyectos*. Madrid: RA-MA Editorial.
- Campoy, D. (2016). *Como gestionar y planificar un proyecto en la empresa*. España: Ideas Propias.
- Canta , A., Conde , A., & Torres , G. (2014). *Comercio Internacional en el siglo XXI*. Buenos Aires: Editorial Dunken .
- Castro, R. (24 de 03 de 2020). ¿Qué es un arancel y cómo funcionan los aranceles? Recuperado el 10 de 09 de 2020, de  
<https://www.comercioyaduanas.com.mx/comercioexterior/comercioexterioryaduanas/que-es-arancel/>

- Ceballos, L. (2012). *Importar*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2020, de <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>
- cevallos, l. (2019). *Comercioyaduanas* . Obtenido de Comercioyaduanas : <https://www.comercioyaduanas.com.mx/comoimportar/comopuedoimportar/que-es-importar/>
- Chain, N. (2015). *Proyectos de Inversion, Formulación y Evaluación* . Chile : Pearson Educacion .
- El Tiempo. (07 de 06 de 2018). Importados gana pista en Ecuador. *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com.ec/noticias/ecuador/4/importados-ganan-pista-en-ecuador>
- El Universo . (18 de 03 de 2019). *Expectativa del mercado automotor en el Ecuador para el 2019*. Obtenido de El Universo : <https://www.eluniverso.com/noticias/2019/03/18/nota/7240196/expectativa-mercado-automotor-ecuador-2019-comparacion-2018>
- Fernandez, F. (2015). *Estudio de Mercado* . Buenos Aires.
- Ferro, G. (2009). *Planning and evaluation of projects*. Honolulu.
- Galindo, M., & Ríos, V. (2015). *Exportaciones*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de [https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507\\_mexicoexports.pdf?m=1453513184](https://scholar.harvard.edu/files/vrios/files/201507_mexicoexports.pdf?m=1453513184)
- Gomez Berrezueta, F., & Noroña Merchán, M. (15 de Agosto de 2018). Análisis de una cadena de suministro de autopartes. *INNOVA Research Journal*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2020, de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6828581>
- González, N., López, E., Aceves, J., Celaya, R., & Beltrán, N. (2008). Que integra el estudio financiero en un plan de Negocios .
- Guerrero, V., & Santacruz, A. (2016). *Estudio de mercados, administrativo y legal, para la constitucion de un centro de acopio de productos agrícolas en el municipio de Puerto Wilches*.

- Hanel del Valle, J. (2005). *Análisis situacional : módulo III*. Recuperado el 14 de Septiembre de 2020, de <http://148.206.79.158/handle/11191/431>
- Hernández, J. (12 de 12 de 2011). *Estudio técnico de proyectos*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://www.gestiopolis.com/estudio-tecnico-de-proyectos-presentacion/>
- Huerta, I. (26 de 01 de 2016). *El estudio de mercado en las empresas*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/#:~:text=Para%20Kotler%2C%20Bloom%20y%20Hayes,espec%C3%ADfica%20que%20afrenta%20una%20organizaci%C3%B3n%E2%80%9C>
- Huesca, C. (2012). *Comercio internacional*.
- ILPES. (2006). *Guía para la presentación de proyectos*. Mexico : Siglo XXI Editores .
- INEN. (1996). *Reglamento técnico ecuatoriano*. Recuperado el 20 de 02 de 2021, de <http://www.pudeleco.com/files/a17021e.pdf>
- Jauregui, A. (2019). *Evaluación financiera de proyectos: métodos y ejemplos*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://www.lifeder.com/evaluacion-financiera-proyectos/>
- Jesús, J. d. (2017). *Evaluación financiera de proyectos*. Recuperado el 10 de 09 de 2020, de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/04/Evaluaci%C3%B3n-financiera-de-proyectos-4ta-Edici%C3%B3n.pdf>
- Kiziriam, M. (20 de 02 de 2019). *Economipedia* . Obtenido de importacion : <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>
- Kiziryán, M. (05 de 2015). *Importación*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de [https://economipedia.com/definiciones/importacion.html#:~:text=Las%20importaciones%20son%20el%20conjunto,su%20utilizaci%C3%B3n%20en%20territorio%20nacional.&text=Una%20importaci%C3%B3n%20es%20b%C3%A1sicamente%20todo,\(exportador\)%20para%20su%20utilizaci%C3](https://economipedia.com/definiciones/importacion.html#:~:text=Las%20importaciones%20son%20el%20conjunto,su%20utilizaci%C3%B3n%20en%20territorio%20nacional.&text=Una%20importaci%C3%B3n%20es%20b%C3%A1sicamente%20todo,(exportador)%20para%20su%20utilizaci%C3)
- López, E., González, N., Osobampo, S., Cano, A., & Gálvez, R. (2008). Estudio técnico, elemento indispensable en la evaluación de proyectos de inversión.



- López, J. (2019). *Comercio internacional*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>
- López, M., Aceves, J., Pellat, A., & Puerta., C. (2008). Estudio administrativo, un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión .
- Lozano, J. (2013). *Importación de autopartes en Merkantias de He.Pro.Com. S.A.* Recuperado el 14 de Septiembre de 2020, de <https://ri.itba.edu.ar/bitstream/handle/123456789/302/Proyecto%20Final%20Juan%20Pablo%20Lozano.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Martinez, E. (19 de 12 de 2013). *Introducción al comercio internacional: qué es y las ventajas para los países participantes*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://www.iebschool.com/blog/ventajas-comercio-exterior-negocios-internacionales/>
- Montes, J. (07 de 2019). *Exportación*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>
- Nuño, P. (07 de 07 de 2017). *¿Qué es un estudio de mercado?* Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://www.emprendepyme.net/que-es-un-estudio-de-mercado.html>
- Ochoa Valladolid, K. (2005). La industria automotriz de México: las expectativas de competitividad de sector de autopartes. *MÉXICO Y LA CUENCA DEL PACÍFICO*.  
doi:<http://www.mexicoylacuencadelpacifico.cucsh.udg.mx/index.php/mc/article/view/264>
- Páez, G. (2019). *Importar*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/importar.html>
- Perez, J. (2008 ). *Gestión de proyectos* . España: Editorial Vertice.
- Pérez, u., & Merino, M. (2012). *Comercio*. Recuperado el 10 de 09 de 2020, de <https://definicion.de/comercio/>
- Pinson, L. (2015). *Anatomía de un plan de negocios*. Chicago: Dearborn Trade.
- Plazas, A. (2018). Diseño de proyectos de inversión. *Kairos*, 5.

- Proecuador . (2013). *Análisis del sector automotriz*. Obtenido de Proecuador :  
Recuperado de [http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC\\_AS2013\\_AUTOMOTRIZ1.pdf](http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_AUTOMOTRIZ1.pdf)
- Raffino, M. E. (21 de Abril de 2019). *Concepto.de*. Obtenido de Concepto.de:  
<https://concepto.de/disenio/>
- Rico, F. (2008). *Diseño de proyectos*. Barranquilla: Universidad Simón Bolívar.
- Rodríguez, F. (2020). *Estudio técnico*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de  
<https://doctrina.vlex.com.mx/vid/estudio-tecnico-702304333>
- Sanchis Llopis, J. (2010). El arancel integrado comunitario. *Revista d'innovació educativa*. (nº 4). Recuperado el 14 de Septiembre de 2020, de  
<https://www.redalyc.org/pdf/3495/349532300009.pdf>
- Sevilla, A. (07 de 10 de 2015). *Comercio*. Recuperado el 10 de 09 de 2020, de  
<https://economipedia.com/definiciones/comercio.html>
- Silva, E. D. (2019). *Qué es y cómo se hace un estudio de mercado*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://magentaig.com/que-es-y-como-se-hace-un-estudio-de-mercado/>
- Strickland, J. (2010). *Conceptos y Técnicas de la Dirección y Administración Estratégicas*. Mc Graw-Hill.
- Vasquez, I. (01 de 02 de 2016). *Estudio administrativo*. Recuperado el 09 de 09 de 2020, de <https://www.docsity.com/es/estudio-administrativo/628365/>
- Villaran, K. (2009). *Plan de negocios* . Lima : Nathan Associates Inc.
- Wallace , W. (2014). *Gestión de Proyectos*. 8. Recuperado el 09 de Septiembre de 2020, de  
[https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53185942/pr-bk-taster.pdf?1495147886=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGestion\\_de\\_Proyectos.pdf&Expires=1599800712&Signature=EAUosStOLiQgd3uLPdUg8OVtVemgBKUe1CjAjRfDrDxZGYJZAjwCzhCRugnGVPjkggUQFQID86](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/53185942/pr-bk-taster.pdf?1495147886=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DGestion_de_Proyectos.pdf&Expires=1599800712&Signature=EAUosStOLiQgd3uLPdUg8OVtVemgBKUe1CjAjRfDrDxZGYJZAjwCzhCRugnGVPjkggUQFQID86)
- Westreicher, G. (2018). *Política comercial*. Recuperado el 10 de 09 de 2020, de  
<https://economipedia.com/definiciones/politica-comercial.html>

Yáñez, C., & González, P. (19 de 03 de 2019). China se convirtió en el primer proveedor de autos particulares. *El Comercio*. Obtenido de El Comercio: <https://www.elcomercio.com/actualidad/china-proveedor-autos-importaciones-ecuador.html>

Zapata , R., Hernández, & Aymara. (2014). La empresa: Diseño, Estructura y Formas Organizativas. Recuperado el 9 de Septiembre de 2020, de <https://www.redalyc.org/pdf/290/29046685008.pdf>

## **ANEXOS**

### **ANEXO A: ENCUESTA PARA EL PROPIETARIO**

**1. ¿Existe en la empresa actualmente un proceso de importar algún producto automotriz desde China?**

Si\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

**2. ¿La empresa cuenta con un procedimiento de importación?**

Si\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

**3. ¿Estaría interesado en importar autopartes genéricas y ser distribuidor directo?**

Si\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

**4. ¿Qué cantidad en dólares, espera importar?**

1.- 1.000 - 5.000 ( )

2.- 6.000-10.000 ( )

3.- 11.000-20.000 ( )

**5. Marque en qué tiempo espera realizar la importación de**

a.- Diario b.- Semanal c.-Mensual ( ) d.-Trimestral c.-Semestral ( ) d.-Anual ( )

**6. ¿Cuál es la forma de pago a utilizar por parte de la empresa para adquirir las importaciones?**

a.- Crédito

b.- Pago de contado contra entrega

c.- Pago por anticipado

d.- El 50% al inicio y el 50% contra entrega

e.- De acuerdo a los términos contractuales

**7. ¿Sabe de algún obstáculo que pueda dificultar la entrada al país del producto?**

Si\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

**8. ¿Cuál es su opinión acerca de productos de origen chino?**

a.- Excelente

b.- Muy Bueno

c.- Bueno

d.- Regular

e.- Malo

**9. ¿Sabe usted de la existencia de algún comercial donde importen autopartes genéricas?**

Si\_\_\_\_ NO\_\_\_\_

**10. Indique si existe personal con conocimientos técnicos en materia aduanera. Si\_\_\_\_**

NO\_\_\_\_

**ANEXO B: ENCUESTA PARA LOS CLIENTES.**

**DATOS**

**Género:** Masculino (\_\_\_\_), Femenino (\_\_\_\_)

Edad: \_\_\_\_\_

**Objetivo:** Conocer el nivel de satisfacción de los clientes y sus expectativas obteniendo información necesaria sobre sus gustos y preferencias, saber si recomendarían el producto.

**1.- ¿Ud. posee vehículo?**

Si\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**2.- ¿Qué tipo de vehículo posee Ud.?**

a.- automóvil

b.- Camioneta

c.- Suv

d.- Otro (Indique cual) .....

**3.- Indique la marca de su vehículo.**

a.-Chevrolet

b.-Hyundai

c.-Kia

d.-Mazda

e.- Ford

f.- Otro (Indique cual) .....

**4.- Indique el lugar donde Ud. realiza el mantenimiento de su vehículo.**

.....

**5.- ¿Qué tipo de autopartes utiliza para la reparación de su vehículo?**

a.- Original ( )

b.- Genérico ( )

**6.- ¿Cual autoparte es la que más utiliza o adquiere para su vehículo?**

.....

**7.- En qué establecimiento comercial adquiere las autopartes para su vehículo?**

.....

**8.- ¿Conoce usted la empresa “RIO ACCESORIOS”?**

Si\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**9.- ¿Cuál de las siguientes características para usted, influyen en la compra del producto?**

a.- Precio ( )

b.- Calidad ( )

c.- Marca ( )

**10.- ¿Estaría dispuesto a adquirir un producto de origen genérico?**

Si\_\_\_\_\_ NO\_\_\_\_\_

**7.- ¿En qué tipo de mercado le gustaría poder comprar este producto?**

- a.- Locales comerciales ( )
- b.- Internet ( )
- c.- Otro (Indique cual) .....

**11.- ¿Cómo le gustaría realizar el pago por las autopartes adquiridas?**

- a.- Contado
- b.-Crédito
- c.- Con tarjeta.
- d.- Otro (Indique cual) .....
- b.- Genérico ( )