

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL**



**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS  
COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO  
DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y ADUANAS**

**TEMA:**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN  
DE ACCESORIOS PARA CARROS EN LA PROVINCIA DE ESMERALDAS  
DESDE QINGDAO-CHINA”**

**AUTORA:**

**GABRIELA PATRICIA JARAMILLO NEGRETE**

**DIRECTOR:**

**ECONOMISTA MARCO CANELOS GARCÍA**

**QUITO – ECUADOR**

**2015**

## **DEDICATORIA**

La presente tesis la dedico a mis padres Humberto Jaramillo y María Negrete, mis abuelos Luis Negrete y María Mayolo ya que han sido el pilar de mi vida, a una persona muy especial que ha estado durante el transcurso de mi vida y sobre todo en mi educación espiritual el padre Alberto Doneda a todos ellos les debo lo que soy, ya que siempre me brindaron su confianza, respeto y una educación de primera sin dudar el costo monetario que esta tenga.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por brindarme la oportunidad de seguir con vida, salud, bienestar y por haberme permitido terminar una etapa de mi vida que es la culminación de la carrera en una institución educativa de mucho prestigio.

A mis padres, abuelos y hermanos que siempre me han brindado su apoyo incondicional en todo en lo que emprendido, enseñándome valores, responsabilidad.

A mi guía espiritual que siempre estuvo apoyándome, dándome ánimos para seguir adelante enseñándome que la sabiduría, paciencia está siempre en Dios que él siempre tiene lo mejor para nosotros y todo llega a su momento no hay que apresurarnos.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial por tener en su dominio docentes y dirigentes de excelencia y calidad los cuales nos ayudan a formarnos tanto en el ámbito personal y profesional.

A los profesores dirigentes asignados que me supieron guiar durante la elaboración de este trabajo.

A mis compañeros incondicionales María Velín, Paola Gómez, Cristhian Guerrero que estuvieron apoyándome durante todo el transcurso de la carrera universitaria y vida personal.

# ÍNDICE

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL .....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO.....	iii
CAPÍTULO 1 .....	11
PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....	11
1.1 Planteamiento del Problema .....	11
1.2 Justificación e importancia .....	12
1.3 Formulación del Problema.....	12
1.4 Delimitación.....	12
1.4.1 Teórica 12	
1.4.2 Espacial 12	
1.5 Objetivos de la Investigación .....	13
1.5.1 Objetivo General. ....	13
1.5.2 Objetivos Específicos.....	13
1.6 Justificación de la Investigación .....	14
1.7 Marco Conceptual .....	14
1.8 Métodos de Investigación.....	18
1.9 Técnica de Investigación.....	18
1.10 Alcance de la Investigación .....	19
CAPÍTULO 2 .....	20
ESTUDIO DE MERCADO .....	20
2.1 Objetivos 20	
2.1.1 Objetivo General.....	20
2.1.2 Objetivos Específicos.....	20
2.2 Análisis del Sector Económico en Estudio .....	21
2.2.1 Partida Arancelaria. ....	21

2.2.2 Total Importaciones de Radios Según Partida Arancelaria. ....	21
2.2.3 Principales Países Exportadores hacia Ecuador de Radios.....	22
2.3 Características de Mercado.....	22
2.3.1 Información de la República del Ecuador. ....	22
2.3.2 Información sobre la ciudad de Esmeraldas.....	24
2.4 Análisis de la Demanda y la Oferta .....	25
2.4.1 Demanda. 25	
2.4.2 Proyecciones.....	25
2.4.3 Muestra. 26	
2.4.4 Cuantificación y Proyección de la Demanda. ....	33
2.5 Oferta 34	
2.5.1 Análisis de la Competencia. ....	34
2.5.2 Producción Nacional.....	34
2.5.3 Demanda Insatisfecha. ....	35
2.5.4 Oferta del Proyecto.....	35
2.6 Marketing Mix .....	36
2.6.1 El Producto.....	36
2.6.2 Precio. 36	
2.6.3 Promoción. ....	36
2.6.4 Plaza. 37	
2.7 Proveedores .....	38
CAPÍTULO 3 .....	39
ESTUDIO TÉCNICO .....	39
3.1 Factores Determinantes del Tamaño del Proyecto .....	39
3.1.1 Factor Demanda.....	39
3.1.2 Factor Insumos.....	39
3.1.3 Factor Tecnología.....	39

3.1.4 Factor Financiamiento.....	40
3.1.5 Factor Organización.....	40
3.2 Determinación de la Ubicación del Negocio.....	41
3.2.1 Macro Localización.....	41
3.2.2 Micro Localización.....	42
3.3 Ingeniería del Proyecto.....	43
3.4 Determinación de necesidades.....	44
CAPÍTULO 4.....	45
LOGÍSTICA DE COMERCIO EXTERIOR.....	45
4.1 Régimen Aduanero.....	45
4.2 Registro de Importador.....	45
4.3 Documentación y Procesos para Importación.....	46
4.3.1. Documentos de Acompañamiento.....	46
4.3.2. Documentos de Soporte.....	46
4.4 Cubicaje y Contenerización.....	49
4.4.1 Pallets. 49	
4.4.2 Cubicaje 49	
4.4.2 Contenerización.....	50
4.5 Términos de Negociación.....	51
4.5.1 Incoterm 51	
4.6 Cálculo de la Importación.....	52
4.6.1 Flete Marítimo.....	52
4.6.2 Tributos al Comercio Exterior.....	52
4.7 Liquidación Arancelaria.....	53
4.8 Gastos de Importación.....	54
CAPÍTULO 5.....	55
INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS, INGRESOS.....	55

5.1 Inversiones .....	55
5.1.1 Inversión Activos Fijos.....	55
5.1.2 Inversión Otros Activos.....	56
5.1.3. Capital de Trabajo. ....	56
5.2 Financiamiento .....	57
5.2.1 Cuadro de Fuentes y Usos.....	57
5.2.2 Financiamiento. ....	57
5.3 Costos y Gastos .....	58
5.3.1 Gasto Financiamiento.....	58
5.3.2 Costos de Importación.....	58
5.3.3 Sueldos y Salarios.....	60
5.3.4 Costos y Gastos Administrativos.....	61
5.3.5 Costos y Gastos Operativos.....	62
5.3.6 Resumen de Costos y Gastos.....	63
5.4 Ingresos del Proyecto.....	64
CAPITULO 6 .....	65
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	65
6.1 Estado de Situación Inicial .....	65
6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectadas .....	66
6.3 Flujo de Caja .....	67
6.4 Índices Financieros .....	68
6.4.1 Tasa de Descuento o Costo de Oportunidad. ....	68
6.4.2 Valor Actual Neto. ....	69
6.4.3 Tasa Interna de Retorno.....	70
6.4.4 Periodo de Recuperación de Inversión (PRI). ....	70
6.5 Punto de Equilibrio .....	71
CAPÍTULO 7 .....	73

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	73
7.1 Conclusiones.....	73
7.2 Recomendaciones.....	74
CAPÍTULO 8 .....	75
BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS .....	75
Bibliografía .....	75
8.2 Anexos	77
8.2.1 Formato de la Encuesta. ....	77
8.2.2 Cotización Mercancía .....	78
8.2.3 Flete Marítimo .....	79
8.2.4 Agente Nacional y Servicios Aduaneros.....	80
Tabla 1 Partida Arancelaria .....	21
Tabla 2 Total Importaciones .....	21
Tabla 3 Países Exportadores hacia el Ecuador .....	22
Tabla 4 Información de Ecuador .....	22
Tabla 5 Información de Esmeraldas .....	24
Tabla 6 Parque Automotor.....	25
Tabla 7 El vehículo es propiedad de la persona .....	27
Tabla 8 Probabilidad para hacer adecuaciones de accesorios adicionales en el vehículo.....	28
Tabla 9 Probabilidad de compra de un radio .....	29
Tabla 10 Características requeridas para adquirir una radio.....	30
Tabla 11 Preferencias de lugar de compra.....	31
Tabla 12 Disposición de valor de pago.....	31
Tabla 13 Requerimiento de forma de pago.....	32
Tabla 14 Demanda Potencial en Esmeraldas .....	33
Tabla 15 Oferta de la Competencia .....	34
Tabla 16 Oferta de la Competencia .....	35
Tabla 17 Cuantificación y Proyección de la Oferta.....	35
Tabla 18 Cubicaje de Radios por cada Pallet .....	50

Tabla 19 Liquidación Partida Arancelaria 8714.92.00.00 .....	53
Tabla 20 Detalle de Gastos Importación .....	54
Tabla 21 Inversión Activos Fijos.....	55
Tabla 22 Inversión Otros Activos.....	56
Tabla 23 Capital de Trabajo .....	56
Tabla 24 Cuadro de Fuentes y Usos .....	57
Tabla 25 Gasto Financiamiento .....	58
Tabla 26 Costo de Importación.....	59
Tabla 27 Sueldos y Salarios.....	60
Tabla 28 Costos y Gastos Administrativos.....	61
Tabla 29 Costos y Gastos Operativos .....	62
Tabla 30 Resumen Costos y Gastos.....	63
Tabla 31 Ingresos del Proyecto.....	64
Tabla 32 Estado de Situación Inicial .....	65
Tabla 33 Estado de Pérdidas y Ganancias .....	66
Tabla 34 Flujo de Caja.....	67
Tabla 35 Valor Actual Neto.....	69
Tabla 36 TIR.....	70
Tabla 37 PRI.....	70
Tabla 38 Punto de Equilibrio .....	71

### **Índice de Figuras**

Figura 1 Balanza Comercial Ecuador – China.....	24
Figura 2 Porcentaje Dispuestos a Adquirir .....	27
Figura 3 El vehículo es propiedad de la persona .....	28
Figura 4 Probabilidad para hacer adecuaciones de accesorios en el vehículo....	28
Figura 5 Probabilidad de compra de un radio.....	29
Figura 6 Características requeridas para adquirir una radio .....	30
Figura 7 Preferencias de lugar de compra .....	31
Figura 8 Disposición de valor de pago .....	32
Figura 9 Requerimiento de forma de pago .....	33
Figura 10 Radio ViewTech.....	36
Figura 11 Canal de Distribución.....	37
Figura 12 Proveedor .....	38

Figura 13 Organigrama de la Empresa .....	40
Figura 14 Macro Localización.....	42
Figura 15 Micro Localización .....	42
Figura 16 Pallet.....	49
Figura 17 Contenedor .....	51
Figura 18 Eficiencia en Contenedor .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Figura 19 Gráfico Punto de Equilibrio Mercado Local .....	72

# CAPÍTULO 1

## PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

### 1.1 Planteamiento del Problema

El parque automotor a nivel mundial ha presentado un gran crecimiento en las últimas décadas, esto conlleva a que cada vez sea necesaria una mayor cantidad de neumáticos, lubricantes, repuestos, y todo tipo de accesorios para vehículos.

En el Ecuador, este fenómeno se ha evidenciado de igual manera con similares características de crecimiento en el parque automotor, especialmente luego de la dolarización de 1999 (Dávalos, 2004), lo que ha impulsado el comercio no solo de vehículos, sino también de todo lo que respecta a la línea de accesorios de vehículos, este fenómeno se ha visto reflejado en un incremento tanto en la oferta como en la demanda, lo que ha obligado a que las empresas dedicadas a este tipo de comercio oferten cada vez más y mejores productos con menores precios, obligando a que este tipo de mercado sea cada vez más competitivo.

Según la Comisión de Tránsito del Ecuador, en 10 años el parque automotor ha crecido un 113%, ya que a inicios del año 2000 a cifra de automotores registrados era de 290.752, pero en el año 2011 el total es 620.393. (Sánchez, 2010)

Como parte de este incremento, sectores afines también sienten los beneficios; para las empresas importadoras de partes y accesorios automotrices, los últimos 4 años han sido buenos, pues según expertos y vendedores de importadoras del sector, existe un crecimiento de la demanda del 15% en lo que va del año, en relación al mismo periodo del año previo.

Frente a este gran crecimiento se busca que GAVILÁNEZ CAR AUDIO., mediante la creación e implantación de un Plan de Negocios desarrolle un proceso más técnico y que mediante el conocimiento científico y la aplicación de algunas técnicas la

empresa sea más competitiva, que le permita surgir, incrementando sus ventas, y de hecho sus ingresos, permitiéndole cumplir con sus objetivos trazados.

## **1.2 Justificación e importancia**

“Gavilánez Car Audio” busca diversificar riesgos teniendo a su disposición un modelo de radio mucho más económicos que los existentes en el mercado , tomando en cuenta que el consumidor esmeraldeño brinda mayor gusto por la tecnología y que mejor si se la puede adquirir a un mejor costo de lo actual por lo cual motiva a realizar este plan de negocios para importar el producto lo cual serviría para obtener mayores ingresos y ayuda a mantener o desarrollar operaciones internas de la empresa, especialmente bienes de capital o tecnología y hacer frente a la creciente competencia mundial obteniendo ingresos al potencializar su nombre en Esmeraldas y buscar el crecimiento a nivel nacional.

## **1.3 Formulación del Problema**

¿Cómo debería elaborarse un plan de negocios para la importación de accesorios para carros desde Qingdao - China por parte de la empresa Gavilánez Car Audio de Esmeraldas - Ecuador?

## **1.4 Delimitación**

### **1.4.1 Teórica**

El tema se sustenta en los procesos y normas legales existentes a la fecha para importación hacia el mercado de Esmeraldas.

### **1.4.2 Espacial**

Empresa: Gavilanez Car Audio

Producto: Radio viewtech

Lugar de origen: Qingdao, China

Lugar de destino: Esmeraldas, Ecuador

## **1.5 Objetivos de la Investigación**

### **1.5.1 Objetivo General.**

Elaborar un plan de negocios para la importación y comercialización de accesorios para carros en la provincia de Esmeraldas desde Qingdao, China.

### **1.5.2 Objetivos Específicos.**

1. Realizar un estudio de mercado en la ciudad de Esmeraldas que permita a la empresa determinar la demanda, oferta y demanda insatisfecha existente.
2. Establecer un estudio técnico en el cual se pueda fijar el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
3. Determinar los requisitos legales y trámites administrativos y operacionales para la importación a consumo de radios digitales para vehículos desde Qingdao, China hasta Esmeraldas, Ecuador.
4. Realizar un estudio financiero donde se pueda cuantificar el capital necesario que permita promover el proyecto de importación a consumo de radios desde Qingdao, China hasta Esmeraldas, Ecuador y verificar la factibilidad del mismo.

## **1.6 Justificación de la Investigación**

El tema de la importación y comercialización de accesorios para carros es muy amplio, por lo que vamos a referirnos como accesorios a las radios con Bluetooth y GPS integrados para vehículos.

El Plan de negocios para la importación de este tipo de accesorio ayudará para cuantificar la demanda insatisfecha y así abastecer el mercado de esta linda Provincia, ya que constituirá el inicio de un proyecto que contribuya a un ingreso económico grande para la empresa, ampliando lazos comerciales con nuevos proveedores y con nuevos productos para ofertar.

La radio que se va a comercializar es china bajo del proveedor de View Tech, es una marca nueva que en nuestro mercado no es conocida pero es muy comercializada en países como: México, Perú, Colombia, Argentina, Uruguay, Chile, Brasil, Centroamérica, España, Francia, Bélgica, Polonia, etc. Es importante mencionar que el mercado para radios de vehículos en la ciudad de Esmeraldas es amplio con una tendencia creciente ya que sus pobladores no escatiman en precios, gustos y gastos.

## **1.7 Marco Conceptual**

- **Plan de Negocios.**

El Plan de Negocios es aquel documento que esquematiza de manera clara la información necesaria para conocer si el nuevo negocio o la ampliación de la actividad productiva va ser exitosa y rentable.

Uno de los errores frecuentes en estas iniciativas es no vislumbrar resultados alcanzables. Es imprescindible identificar las fortalezas y las necesidades para no incurrir en el desperdicio de recursos.

Para emprender un negocio exitoso no basta con buenas intenciones, hay que tener una guía profesional, o sea, un buen plan de negocios ya que las ideas en abstracto

pueden ser geniales, pero si no se tiene claro cómo transformarla en realidad pueden no encontrar apoyo, de esta manera este documento se convertirá en una guía y base para concretar el inicio de operaciones de su propia empresa o la expansión de su negocio que le permita operar de manera eficiente, preservando su patrimonio, y optimizando recursos que aumenten su rentabilidad.

El cliente deberá contar con una idea clara de proyecto y la determinación de invertir, talento, tiempo y recursos, para llevarla a cabo en forma exitosa.

De ahí la necesidad para los micro y pequeños empresarios de contar con un plan básico y un proyecto de inversión.

Existen siete pasos para hacerlo, aunque éstos pueden ajustarse según la complejidad de cada unidad de negocio.

#### 1. Descripción del Negocio

Es la información básica de la empresa y debes incluir tu visión y misión corporativas, quién eres, qué ofrecerás, qué necesidades de mercado intentarás satisfacer y por qué es viable tu idea comercial.

#### 2. Nichos de Mercados Deseados

Debes tomar en consideración qué tipo de proyecto va a ser desarrollado, es una de las partes más importantes y hay que tomar en cuenta el tamaño actual y las tendencias del mercado. Una vez que el nicho este definido descríbelo mediante la geografía, la dimensión de la empresa, la organización del negocio, el estilo de vida, el género, la edad, ocupación y demás características necesarias para retratar a las empresas o consumidores que probablemente compren tu producto o utilicen tu servicio. Elaborado por: Departamento Regional de Asesoría al Empresario de Crédito de Primer Piso

### 3. Posicionamiento del Negocio

Esto constituye la identidad de la empresa en el mercado, es la forma en que deseas que el mercado y la competencia perciban tu producto o servicio.

Es importante hacerse las siguientes preguntas.

¿Qué hace que tu producto o servicio sea único?

¿Qué necesidades del cliente cubre?

¿Cómo deseas que la gente perciba los productos y servicios?

¿Cómo se posiciona la Competencia?

Si el proyecto es nuevo, debes realizar un estudio de mercado, a fin de saber si va a generar un impacto en el mismo y si es nuevo debes considerar las proyecciones de oferta y demanda, para de igual forma poder incorporar en el proceso productivo activos fijos que logren la consecución de este objetivo.

### 4. Competencia

Esta indica si los productos y servicios son adecuados para el entorno competitivo. Si la incluyes, demostrarás que entiendes la industria y estás preparado para hacer frente a algunos de los obstáculos que encontrará la empresa. Describe brevemente las principales compañías de la competencia.

La evaluación debe incluir comentarios sobre los modos en que estas satisfacen y no las necesidades de los clientes. Explica por qué piensas que tu empresa puede obtener una participación en el mercado.

### 5. Costo de Producción y Desarrollo

En esta parte el presupuesto entra en acción. Deberás incluir el costo del diseño del prototipo y los gastos de su producción. Asegúrate de incluir mano de obra. Cuando planifique los costos de un plan de contingencia que mencione que ocurriría si hubiera problemas como retrasos, dificultades para cumplir con los estándares de la empresa, errores, etc.

## 6. Ventas y Marketing

Describe tanto la estrategia como las tácticas que emplearas para lograr que los clientes compren tus productos. Las ventas y la comercialización son los eslabones débiles de muchos planes de negocios, de modo que es importante que les dediques todo el tiempo que sea necesario.

Una sección sobre ventas y comercialización sólidamente preparada puede servirte como hoja de ruta. También les aseguras a los posibles inversores que tienes un plan viable y los recursos necesarios para promover y vender tus productos y servicios.

## 7. Fortalezas Gerenciales

Un buen equipo gerencial es capaz de tomar decisiones. Este apartado del plan de negocios se refiere a la dirección de la empresa que debe mostrar claramente que el equipo que formaste o formarás, es un equipo ganador. Es esencial que cada integrante tenga el talento y la experiencia pertinente para el negocio. (CFN D. R., 2014)

- **Importación**

Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del régimen de importación al que haya sido declarado. (SENAE, 2012)

- **Globalización**

La variedad de significados que se le atribuye parece ir en aumento, en lugar de disminuir con el paso del tiempo, adquiriendo connotaciones culturales, políticas y de otros tipos además de la económica. Sin embargo, el significado más común o medular de globalización económica se relaciona con el hecho de que en los últimos años una parte de la actividad económica del mundo que aumenta en forma vertiginosa parece estar teniendo lugar entre personas que viven en países diferentes. (BANCO MUNDIAL, 2013)

- **Mercado**

Lugar teórico donde se encuentra la oferta y la demanda de productos y servicios y se determinan los precios

## **1.8 Métodos de Investigación**

Para el siguiente proyecto se realizará los siguientes tipos de investigación:

- Exploratoria: se indagará mediante encuestas para saber si el producto que estamos ofreciendo tendría o no aceptación en dicho mercado.
- Descriptiva: porque se realizará una descripción de las características de la organización de la empresa y producto.
- Explicativa: porque se desarrollará todo el proceso de importación del producto hasta que este llegue al consumidor final en país de origen.

Estas técnicas de investigación permiten determinar las características del consumidor para la compra y uso de radios para vehículos en la ciudad de Esmeraldas, y permiten la generación de datos cuantitativos de características inductiva – deductiva con el fin de llevar datos específicos de comportamiento a datos generales que establezcan tendencias para la generación de estrategias.

## **1.9 Técnica de Investigación**

La técnica aplicada a esta investigación es la generación de encuestas directas con preguntas de selección múltiples que facilite a las personas que conforman la muestra definir los resultados y un claro entendimiento de las preguntas realizadas.

Esta técnica servirá para determinar la posible demanda que el proyecto tendrá, para que de esta forma se pueda identificar la factibilidad del mismo.

## **1.10 Alcance de la Investigación**

El presente plan de negocios se realizará por medio de análisis con el fin de determinar la demanda en la provincia de Esmeraldas del producto y lograr realizar una estrategia de mercado para la comercialización del mismo. Principalmente la investigación estará basada en datos secundarios e información proporcionada por la empresa Gavilánez Car Audio.

## **CAPÍTULO 2**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

El mercado se entiende el lugar donde se encuentran la oferta y la demanda para efectuar transacciones de bienes y servicios a cambio de un determinado precio buscando satisfacer necesidades. Son mercados reales los que consumen estos productos y mercados potenciales los que no están consumiéndolos aún, lo cual determina que podrían empezar a hacerlo inmediatamente o en el futuro.

El mercado está en todas partes donde las personas cambien bienes o servicios, los cuales se pueden determinar en función al segmento que van dirigidos. Al mercado que nos enfocaremos para ofertar el producto es la ciudad de Esmeraldas, Ecuador.

#### **2.1 Objetivos**

##### **2.1.1 Objetivo General.**

Desarrollar un estudio de mercado en la ciudad de Esmeraldas en el cual se establezca la oferta y demanda de radios con Bluetooth y GPS integrado para vehículos.

##### **2.1.2 Objetivos Específicos.**

Establecer las características generales del país y ciudad donde se comercializará el producto.

- Identificar, cuantificar la demanda y demanda insatisfecha existente en la ciudad de Esmeraldas.
  
- Realizar un análisis de la oferta para conocer el producto existente en el mercado.

- Identificar los proveedores y establecer los canales de distribución en el mercado de Esmeraldas.

## 2.2 Análisis del Sector Económico en Estudio

### 2.2.1 Partida Arancelaria.

**Tabla 1 Partida Arancelaria**

<b>Capítulo 87:</b>	<b>Vehículos, automóviles, tractores, velocípedos y demás vehículos terrestres, sus partes y accesorios.</b>
<b>Partida Sist. Armonizado 8714:</b>	Partes y accesorios de vehículos de las partidas nº 87.11 a 87.13
<b>Subpartida Regional 871492:</b>	
<b>Subpartida Nacional 8714929000:</b>	Radios

Fuente: Aduana Ecuador  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 2.2.2 Total Importaciones de Radios Según Partida Arancelaria.

En el siguiente cuadro se indicará el total de importaciones de esta partida arancelaria la cual en el último año ha incrementado notoriamente y esto es muy llamativo ya que existe demanda en aumento en el país y esto es positivo para este proyecto.

**Tabla 2 Total Importaciones**

<b>SUBPARTIDA NANDINA</b>	<b>Años</b>	<b>TOTAL CIF Miles USD</b>
<b>8714929000</b>	2010	198.18
	2011	261.95
	2012	240.93
	2013	189.23
	2014	307.46

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 2.2.3 Principales Países Exportadores hacia Ecuador de Radios.

En el cuadro se determina los principales países que proveen de este producto hacia el Ecuador y se ha detallado en los últimos 5 años en los cuales el mayor proveedor ha sido China, poniendo a disposición radios de marcas japonesas o americanas como son Pionner y Boss ya que como es conocimiento de todos China al tener mano de obra a menor costo tiene maquiladoras en su país.

**Tabla 3 Países Exportadores hacia el Ecuador**

<b>SUBPARTIDA NANDINA</b>	<b>Años</b>	<b>País</b>	<b>TOTAL CIF Miles USD</b>
<b>8714929000</b>	2010	China	131.34
	2011	China	205.24
	2012	China	169.04
	2013	China	114.87
	2014	China	240.49

Fuente: Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## 2.3 Características de Mercado

### 2.3.1 Información de la República del Ecuador.

**Tabla 4 Información de Ecuador**

<b>Población</b>	<b>14483499 (2010 INEC censo)</b>
<b>Capital</b>	Quito
<b>Ciudades Principales</b>	Quito, Guayaquil, Cuenca, Manta, Ambato
<b>PIB</b>	USD 94.4 miles de millones (2013 est.)
<b>PIB per Cápita (PPA)</b>	USD 5720,18 (2013 est.)
<b>Moneda Oficial</b>	Dólar Americano
<b>Tasa de Inflación Anual</b>	3.67 % (2014 est.)
<b>Tasa de Activa Referencial</b>	7.41% (2014 est.)
<b>Tasa de Pasiva Referencial</b>	5.32% (2014 est.)
<b>Tasa de Desempleo</b>	3.90% (2014 est.)

Fuente: Banco Mundial, Banco Central del Ecuador  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### ***2.3.1.1. Geografía.***

Ecuador se encuentra sobre la línea ecuatorial terrestre por lo cual su territorio se encuentra en ambos hemisferios. Comprende dos espacios distantes entre sí: el territorio continental al noroeste de América del Sur con algunas islas adyacentes a la costa y, el archipiélago o provincia insular de Galápagos, que se encuentra a 1000 kilómetros de distancia del litoral ecuatoriano en el Océano Pacífico.

### ***2.3.1.2. Clima.***

El país tiene un clima tropical y húmedo, la calidad del aire es muy buena por la presencia de grandes bosques naturales, parques nacionales y la selva amazónica, el 20 % del país es reserva ecológica. Debido a la presencia de la cordillera de los Andes y según la influencia del mar, el Ecuador continental se halla climatológicamente fragmentado en diversos sectores. Además, a causa de su ubicación ecuatorial, cada zona climática presenta solo dos estaciones definidas: la húmeda y la seca, llamadas erróneamente invierno y verano respectivamente, al igual que ocurre en otras regiones del globo donde por sus emplazamientos próximos a la línea ecuatorial, no ocurren verdaderos inviernos y veranos.

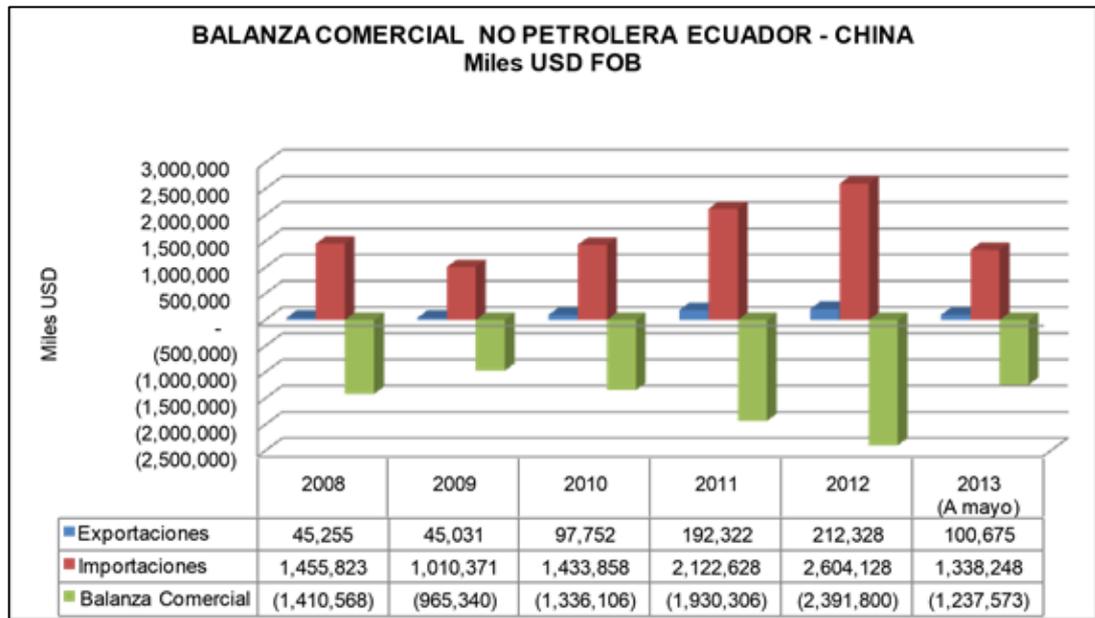
Tanto en la Costa como en el Oriente del país, la temperatura oscila entre los 20 °C y 33 °C, mientras que en la Sierra, esta suele estar entre los 3 °C y 26 °C por la altura de las ciudades. La estación húmeda se extiende entre diciembre y mayo en la costa, entre noviembre a abril en la sierra y de enero a septiembre en la Amazonía. Las islas Galápagos tienen un clima más bien templado y su temperatura oscila entre 22 y 32 °C, aproximadamente.

### ***2.3.1.3. Comercio exterior.***

En el ámbito del comercio exterior el Ecuador es un país que pertenece a varios bloques comerciales como ALADI, CAN, los cuales han ayudado abrir rutas comerciales sin ser de mayor aporte ya que en el mayor de los porcentajes exporta hacia

Europa y Estados Unidos, las relaciones comerciales con China son muy buenas pero en cifras no lo son, el Ecuador tiene demasiadas importaciones desde este país siendo muy pocas las exportaciones hacia dicho país.

**Figura 1 Balanza Comercial Ecuador – China**



Fuente: Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 2.3.2 Información sobre la ciudad de Esmeraldas.

**Tabla 5 Información de Esmeraldas**

Provincia	Esmeraldas
Capital	Esmeraldas
Población	189504 (Población Cantón Esmeraldas 2010)
Tasa de Crecimiento Poblacional	3.6 % (Censo 2010)
Tamaño del Parque Automotor	20149 vehículos (AEADE 2014) 19976 vehículos (ANT)

Fuente: INEC, AEADE  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

Esmeraldas, es la ciudad capital de la provincia de Esmeraldas, es la primera ciudad más poblada de la provincia, está ubicada al norte del país.

## 2.4 Análisis de la Demanda y la Oferta

### 2.4.1 Demanda.

Se define como la cantidad y calidad de bienes y servicios que pueden ser adquiridos en los diferentes precios del mercado por un consumidor (D. individual) o por el conjunto de consumidores (D.Total). (Mankiw, Principios de Economía, 2012)

### 2.4.2 Proyecciones.

La proyección del tamaño del parque automotor de la ciudad de Esmeraldas se la realizará con el porcentaje general proporcionado por la Agencia Nacional de Tránsito del último periodo de matriculación 2014, el cual se aproxima en las provincias al 5%, exceptuando en Pichincha y Guayas que es aproximadamente el 11% lo cual son cifras alarmantes al tener tasas de crecimiento mayores al de población que es alrededor del 2.5%. (Telégrafo, 2014)

**Tabla 6 Parque Automotor**

<b>Año</b>	<b>Vehículos</b>
<b>2014</b>	<b>19976</b>
<b>2015</b>	21075
<b>2016</b>	22234
<b>2017</b>	23457
<b>2018</b>	24747
<b>2019</b>	26108
<b>2020</b>	27544

Fuente: Agencia Nacional de Tránsito (ANT)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

Esta proyección se aproxima al dato existente publicado por la Asociación de Empresas Automotrices del Ecuador (AEADE) del tamaño del parque automotor de la ciudad de Esmeraldas según la Agencia Nacional de Tránsito. (ANT)

El mercado al que se busca llegar con el producto es el parque automotor de la ciudad de Esmeraldas el cual es de 19976, vehículos, entre automóviles, camionetas, SUVs y VANs, esta cifra vendría a ser el tamaño del mercado para el proyecto.

Obteniendo ya el universo de mi proyecto el cual es el tamaño del parque automotor de Esmeraldas con 19976 vehículos se tomará una muestra para ser encuestada y determinar la posible demanda.

### 2.4.3 Muestra.

El método que se utilizará para obtener los resultados con relación al mercado que deseamos atender es el muestreo probabilístico sistemático. Se aplicará la fórmula de universo finito para determinar el número de encuestas a realizar en la ciudad de Esmeraldas.

Tomando en cuenta:

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

Donde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confianza = 1.96

P = Proporción de individuos que poseen la característica = 0.5

Q = Proporción de individuos que no poseen la característica = 0.5

N = Población = 19976

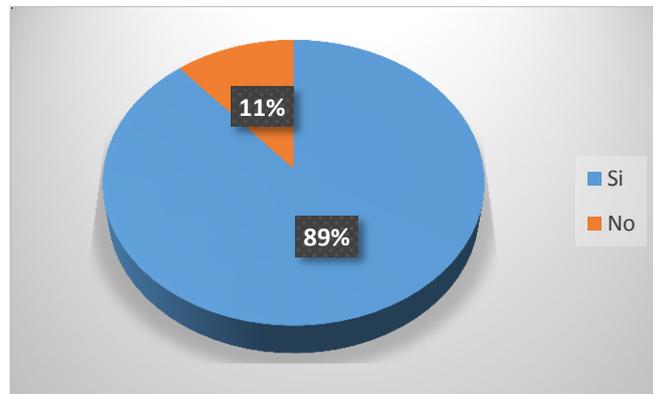
e = Error muestra deseado = 5%

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 19976}{(0.5^2 * (19976 - 1)) + 1.96^2 * 0.5 * 0.5}$$

n = 377

Por tanto se definió que con un nivel de confianza del 95% la muestra a ser encuestada es de 377 personas y de las cuales están dispuestas a adquirir el producto el 89 % de los encuestados.

**Figura 2 Porcentaje Dispuestos a Adquirir**



Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

#### **2.4.3.1 Perfil del Encuestado.**

Se ha encuestado a hombres y mujeres de manera indiferenciada de acuerdo al tamaño de la muestra que es de 377 encuestas, el perfil del encuestado fue de personas que poseen vehículos.

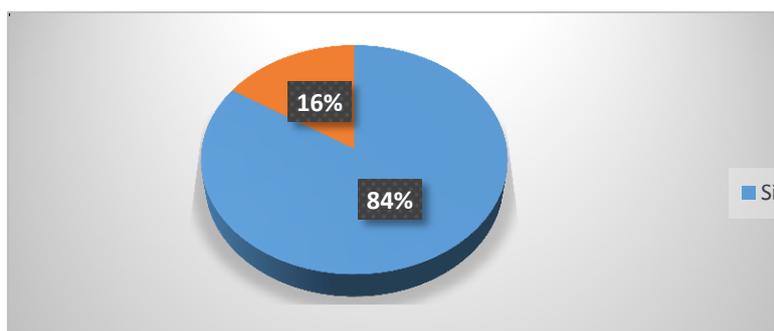
#### **2.4.3.2 Análisis de los Resultados.**

**Tabla 7 El vehículo es propiedad de la persona**

	Cantidad	Porcentaje
Si	317	84%
No	60	16%
<b>TOTAL</b>	<b>317</b>	<b>84%</b>

Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

**Figura 3 El vehículo es propiedad de la persona**



Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

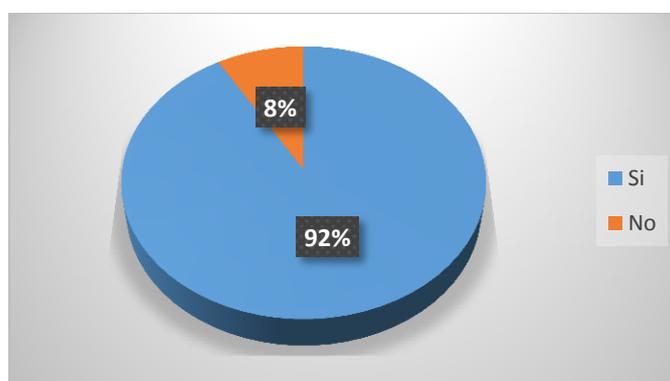
Al determinar si la persona encuestada es el propietario del vehículo, el 84% respondió afirmativamente, lo que indicaría que los mismos son quien toma la decisión de la compra y cambios que se realicen en el vehículo.

**Tabla 8 Probabilidad para hacer adecuaciones de accesorios adicionales en el vehículo**

	Cantidad	Porcentaje
Si	345	92%
No	32	8%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

**Figura 4 Probabilidad para hacer adecuaciones de accesorios adicionales en el vehículo**



Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

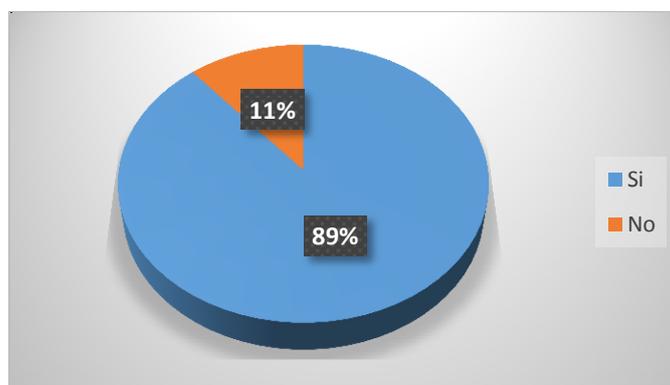
Al preguntar cuál sería la probabilidad para adquirir accesorios para el vehículo, el 92% confirma que si lo haría, lo que indicaría una alta probabilidad para la compra de radios.

**Tabla 9 Probabilidad de compra de un radio**

	Cantidad	Porcentaje
Si	335	89%
No	42	11%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

**Figura 5 Probabilidad de compra de un radio**



Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

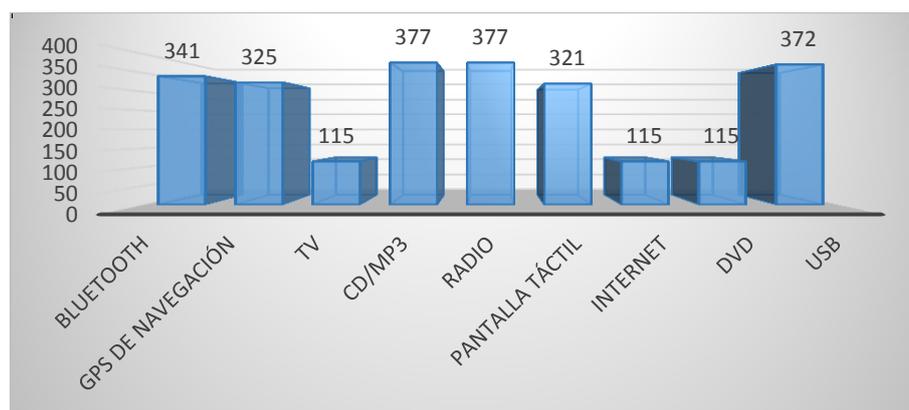
La posibilidad de que el accesorio comprado sea una radio es del 89% dentro de los encuestados, lo que afirmaría la posibilidad de compra de la radio.

**Tabla 10 Características requeridas para adquirir una radio**

	Cantidad
Bluetooth	341
GPS de navegación	325
TV	115
CD/MP3	377
Radio	377
Pantalla táctil	321
Internet	115
DVD	115
USB	372

Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

**Figura 6 Características requeridas para adquirir una radio**



Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

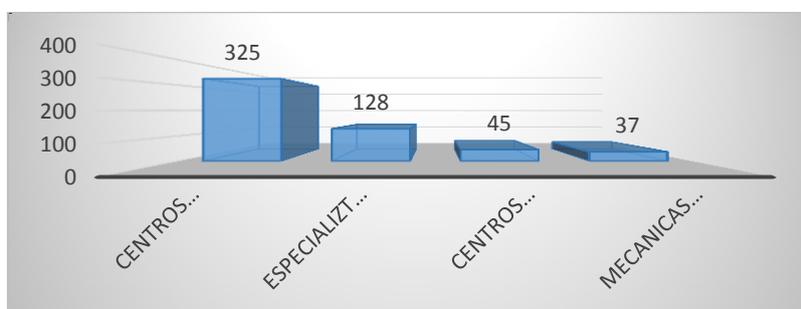
Las personas tienen como preferencia que la radio cumpla con los elementos de Bluetooth, GPS de navegación, CD/MP3, Radio, Pantalla táctil y USB. Dando poca importancia a los sistemas de video como TV y DVD además no dan importancia al requerimiento de internet.

**Tabla 11 Preferencias de lugar de compra**

	Cantidad
Centros especializados en accesorios para vehículos	325
Especialistas en audio y video	128
Centros comerciales	45
Mecánicas especializadas	37

Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

**Figura 7 Preferencias de lugar de compra**



Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

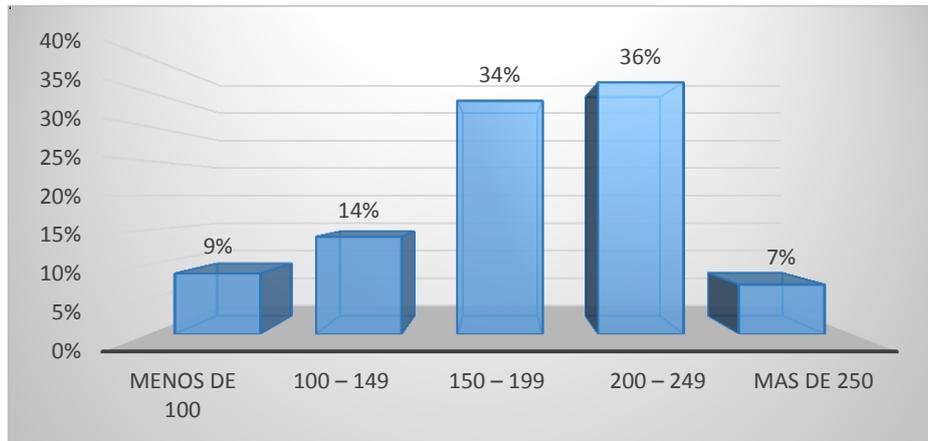
Los lugares de preferencia que presentan para la compra de radios o accesorios para el vehículo, son centros especializados para accesorios de vehículos o especialistas en audio y video.

**Tabla 12 Disposición de valor de pago**

	Cantidad	Porcentaje
Menos de 100	33	9%
100 – 149	53	14%
150 – 199	127	34%
200 – 249	137	36%
Más de 250	27	7%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

**Figura 8 Disposición de valor de pago**



Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

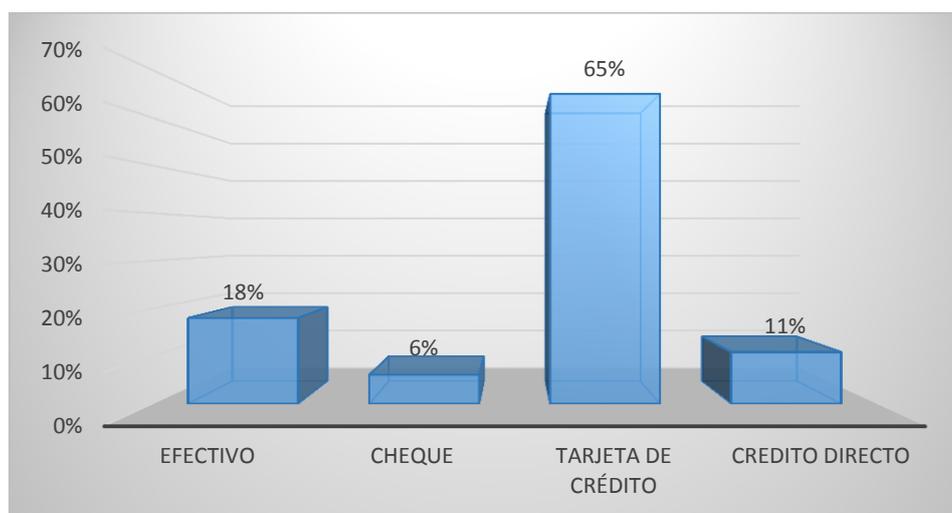
Los valores que estarían dispuestos a pagar son entre los 150 a 245 dólares dado los precios de mercado que se encuentran acostumbrados a ver para radios.

**Tabla 13 Requerimiento de forma de pago**

	Cantidad	Porcentaje
Efectivo	68	18%
Cheque	23	6%
Tarjeta de crédito	245	65%
Crédito directo	41	11%
<b>TOTAL</b>	<b>377</b>	<b>100%</b>

Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

**Figura 9 Requerimiento de forma de pago**



Fuente: Estudio propio (Encuestas)  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

La forma de pago preferida para la compra de la radio es con tarjeta de crédito por la capacidad de diferir; la forma de pago según los requerimientos y facilidades que se puedan presentar para la compra.

#### **2.4.4 Cuantificación y Proyección de la Demanda.**

De acuerdo a lo encuestado se determinó que la demanda será el 89% del total del parque automotor de Esmeraldas los cuales están dispuestos adquirir el producto.

**Tabla 14 Demanda Potencial en Esmeraldas**

<b>Año</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Demanda</b>
<b>2015</b>	21075	18756
<b>2016</b>	22234	19788
<b>2017</b>	23457	20876
<b>2018</b>	24747	22025
<b>2019</b>	26108	23236
<b>2020</b>	27544	24514

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## 2.5 Oferta

Se define la oferta como la cantidad de bienes o servicios que los oferentes o productores están dispuestos a ofrecer al mercado. (Mankiw, Principios de Economía, 2005)

### 2.5.1 Análisis de la Competencia.

La competencia existente en la ciudad de Esmeraldas son los locales comerciales de productos con características similares como lo son radios de marcas Sony, Pionner, JVC, los cuales se comercializan en Electromecánica Contreras, Representaciones JV, Electromecánica Freire y Ray Cáceres, los cuales ofertan pocas unidades comerciales ya que realizan muchos de sus trabajos bajo pedido y no disponen de stock para la venta de radios por lo cual para cuantificar la oferta se ha realizado un estimado de capacidad de instalación diaria.

**Tabla 15 Oferta de la Competencia**

<b>Competencia</b>	<b>Capacidad de Instalación diaria</b>	<b>Capacidad de Instalación Anual</b>
Electromecánica Contreras	4	<b>1440</b>
Representaciones JV	2	<b>720</b>
Electromecánica Freire	3	<b>1080</b>
Ray Cáceres	2	<b>720</b>
<b>Total Oferta</b>		<b>3960</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 2.5.2 Producción Nacional.

En el Ecuador no existe producción nacional de radios, ya que no se fabrican productos similares a este al no existir fábricas que dispongan de la maquinaria y tecnología necesaria para esta producción.

### 2.5.3 Demanda Insatisfecha.

Al no existir datos estadísticos sobre la oferta existente y con la estimación realizada por capacidad de instalación de este producto en la ciudad de Esmeraldas se pudo determinar la oferta actual y así es posible determinar la demanda insatisfecha ya que del total de la posible demanda del año 2015 se restará la oferta de los negocios o la competencia de “Gavilanez Car Audio”, aplicando la siguiente fórmula.

$\text{Demanda} - \text{Oferta} = \text{Demanda Insatisfecha}$

**Tabla 16 Oferta de la Competencia**

<b>Demanda</b>	<b>Oferta</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>
<b>18756</b>	3960	14796

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 2.5.4 Oferta del Proyecto

La oferta con la cual se contará de radios será la de la capacidad de instalación que es de 5 radios diarias logrando en el año 1792 radios con lo cual se alcanzará a cubrir el 12.11% de la demanda insatisfecha en la ciudad de Esmeraldas.

**Tabla 17 Cuantificación y Proyección de la Oferta**

<b>Año</b>	<b>Vehículos</b>	<b>Demanda</b>	<b>Oferta Competencia</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Oferta del Proyecto</b>
<b>2015</b>	21075	18756	3960	14796	1792
<b>2016</b>	22234	19788	4178	15610	1891
<b>2017</b>	23457	20876	4408	16469	1995
<b>2018</b>	24747	22025	4650	17375	2104
<b>2019</b>	26108	23236	4906	18330	2220
<b>2020</b>	27544	24514	5176	19338	2342

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## 2.6 Marketing Mix

### 2.6.1 El Producto.

El producto que se ofrecerá en el mercado de la ciudad de Esmeraldas será la radio para vehículos ViewTech VT – DN 707 de 7 Pulgadas la cual cuenta con las siguientes características:

- Pantalla táctil de 7 pulgadas.
- Bluetooth /FM/AM/USB/IPOD
- DVD player 7.0 inch (16:9) LCD, digital táctil
- Resolución 720\*480.
- Entrada y salida de audio y video
- Compatible con:  
DIVX/MP4/DVD/MP3/VCD/CD/WMA/JPEG

Figura 10 Radio ViewTech



### 2.6.2 Precio.

El precio a comercializarse en Esmeraldas será determinado al realizar el estudio financiero, en el cual determinaremos costos y gastos operativos con los que se contará para realizar la importación de este producto; se manejará rangos de precios con los de la competencia y teniendo la ventaja que el producto es de menor valor económico con los de la competencia, lo cual será una gran opción para el mercado de Esmeraldas.

### 2.6.3 Promoción.

La promoción utilizada es mediante dípticos y trípticos visuales con información de los productos, con los contactos telefónicos, mail y dirección de ubicación. Para ampliar la penetración de nuestro producto en el mercado esmeraldeño se realizará entrega de hojas volantes y visitas a distintos sectores de la ciudad, donde entregaremos material promocional a los conductores de vehículos.

Gavilánez Car Audio también utilizará vallas publicitarias ubicadas en sitios estratégicos. Se manejarán descuentos por volumen para promover la venta del

producto, y promoción a través de la página web del local donde se pondrá a la venta el producto y llegar por medio de redes sociales ya que es un medio el cual da muy buenos resultados por el uso excesivo en la actualidad.

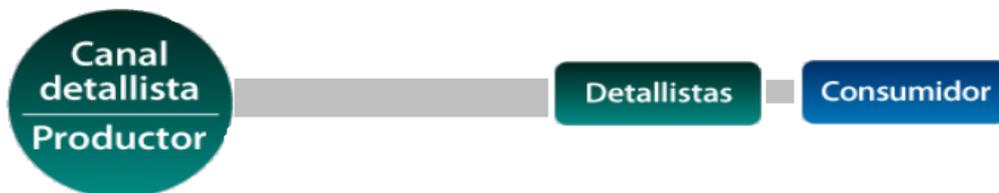
## **2.6.4 Plaza.**

### ***2.6.4.1 Canales de Distribución.***

Los canales de distribución son las rutas o caminos que utiliza el productor para que su producto llegue al consumidor final o usuario industrial. Este concepto incluye siempre al productor y al consumidor final del producto, así como a todas las empresas e individuos que toman propiedad o ayudan a la transferencia del producto o servicio particular. (Phillip R. Cateora, 2010).

Pero el que pretende este proyecto que se ponga en práctica es el siguiente:

**Figura 11 Canal de Distribución**



Fuente: Phillip R. Cateora, 2010  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

Al existir varios canales de distribución existe mayor encarecimiento del producto por lo cual se ha decidido realizar la importación con un canal detallista el cual el detallista Gavilánez Car Audio se encargará de vender el producto al consumidor de Esmeraldas.

## 2.7 Proveedores

Se tendrá un solo proveedor la empresa VIEW TECH, fabricante de reproductores digitales, accesorios de vehículos y otros productos, reproductor de DVD GPS, con una fábrica en China, ubicada en la ciudad de Qingdao, China.

**Figura 12 Proveedor**



Fuente: ViewTech  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## **CAPÍTULO 3**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

El estudio técnico corresponde al desarrollo de la ingeniería del proyecto en el que se analiza la capacidad instalada y los requerimientos de la empresa, que permita establecer la viabilidad técnica para la ejecución del proyecto.

#### **3.1 Factores Determinantes del Tamaño del Proyecto**

Para medir el tamaño del proyecto tomamos en cuenta los siguientes factores: la cuantía de la demanda, la disponibilidad de los insumos, la tecnología, la capacidad financiera de los inversionistas, la organización.

##### **3.1.1 Factor Demanda.**

La demanda es un factor que condiciona el tamaño del proyecto, en el estudio de mercado se obtuvo el 89% de acuerdo a las encuestas realizadas en la ciudad de Esmeraldas pero el proyecto será enfocado en la demanda insatisfecha que es 14756 vehículos dispuestos adquirir nuestro producto.

##### **3.1.2 Factor Insumos.**

El principal proveedor de este proyecto es VIEWTECH ELECTRONIC TECHNOLOGY el cual es especializado en la producción y exportación de reproductores de vídeo de automóviles y autobuses durante 10 años. Su principal misión es “ofrecer a los clientes excelentes soluciones de productos y servicios”. (Tech, 2014)

##### **3.1.3 Factor Tecnología.**

La empresa va a efectuar la importación y comercialización de un producto terminado, por lo tanto no se requiere de insumos tecnológicos avanzados, aunque si se utilizará un sistema informático acorde a las necesidades de la empresa.

### 3.1.4 Factor Financiamiento.

Para la ejecución de este proyecto se solicitará un crédito en una institución financiera (CFN) por el 70%; ya que la empresa cuenta con un financiamiento propio del 30%.

### 3.1.5 Factor Organización.

GAVILÁNEZ CAR AUDIO es una empresa familiar pequeña que necesitará de un sistema definido y organizado, por lo cual se diseñó una estructura organizacional esencial para el éxito de GAVILÁNEZ CAR AUDIO.

Figura 13 Organigrama de la Empresa



Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

- **Gerencia General.**

Es el departamento dirigido por una persona líder que se encarga de ordenar, designar, realizar, desarrollar y coordinar con todos los departamentos que constituyen la empresa para asegurar su buen funcionamiento.

- **Contador.**

Será el encargado de registrar todas las operaciones contables y financieras de la empresa.

- **Administrador.**

Será el encargado del manejo de la empresa en la ciudad de Esmeraldas y dar apoyo al departamento de ventas.

- **Departamento de Ventas.**

Es el departamento encargado de realizar las labores de ventas, el cual contará con 2 vendedores externos los cuales tendrán la misión de abrir mercado en la ciudad de Esmeraldas.

## **3.2 Determinación de la Ubicación del Negocio**

La ubicación geográfica es muy importante, ya que debe presentar facilidades para el transporte, al igual que para las personas que van a comprar o hacer acuerdos sobre el producto.

### **3.2.1 Macro Localización.**

Esmeraldas situada en la costa noroccidental, conformada por 7 cantones con una superficie 15 954 km<sup>2</sup> y una población de 534 092 habitantes; es uno de los puertos principales del Ecuador y terminal del oleoducto, se encuentra en la Región Norte, dedicada a la producción de cacao, tabaco, café, camarón y banano. Su principal fuente turística está conformada por las playas constituidas en sus costas.

**Figura 14 Macro Localización**



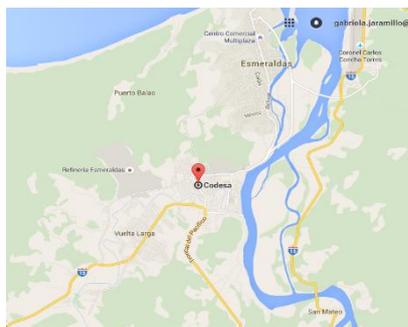
Fuente: Google-maps  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### **3.2.2 Micro Localización.**

La micro localización nos permite determinar el lugar exacto en el que se encuentra ubicado el proyecto.

- Nombre de la empresa: GAVILÁNEZ CAR AUDIO
- Dirección: Sector Codesa. Calle Chile S/N y Oswaldo Hurtado
- Cantón: Esmeraldas
- Ciudad: Esmeraldas
- Teléfono: (06) 270-4202

**Figura 15 Micro Localización**



Fuente: Google-maps  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 3.3 Ingeniería del Proyecto

GAVILANEZ CAR AUDIO es una empresa que surgió desde el 12 de abril del 2007 como iniciativa de su propietario Fabricio Gavilánez ya que tuvo una visión futura con lo que es muy conocido el Tuning.

El tuning es una nueva modalidad de revestir, modificar el rendimiento y la apariencia de los vehículos con lujosos equipos de audio, video, interiores, motores, ruedas.

La empresa fue evolucionando al paso que crecía esta nueva modalidad de embellecer a los vehículos de manera escrupulosa sin tener en cuenta los valores económicos de estos equipos.

Por lo tanto la empresa cuenta con una infraestructura de 180 m<sup>2</sup> los cuales se encuentran distribuidos de la siguiente manera:

- Áreas de Dirección, Administración y Ventas: lo conforman la gerencia, contabilidad, administración y ventas con una superficie total de 80m<sup>2</sup>, los cuales tendrán disponibilidad de tres equipos de computación.  
Son las áreas encargadas de realizar la planificación, organización, ejecución y control de todas las actividades comerciales y de comercio exterior de Gavilánez Car Audio.
- Áreas Operativas: lo conforman espacios para el almacenaje con una superficie de 40m<sup>2</sup>, y el estacionamiento de 60 m<sup>2</sup> tanto para carga, descarga y parqueo de clientes.

### 3.4 Determinación de necesidades

Las necesidades de la empresa serán adecuar instalaciones para el personal de trabajo y la adquisición de un vehículo para el reparto de la mercadería a locales, y transporte de los trabajadores al servicio de la empresa.

**Tabla 18 Necesidades del proyecto**

**Activos Fijos Operacionales**

Vehículo	\$15000,00
Muebles y Enseres – 3 Estaciones de Trabajo	\$1.925,00
Equipos de Computación	\$3.600,00
Equipos de Oficina	\$600,00

Fuente: Estudio propio

Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## **CAPÍTULO 4**

### **LOGÍSTICA DE COMERCIO EXTERIOR**

Podemos definir la logística empresarial como el conjunto de actividades que optimizan el flujo de productos, desde las compras a las empresas proveedoras hasta la entrega de los productos terminados y los flujos inversos que de ello se deriven, así como los flujos de información generados por este proceso, que permiten cumplir con la satisfacción del cliente al mínimo coste. (Cánovas, 2013)

#### **4.1 Régimen Aduanero**

El régimen aduanero a utilizarse para la importación de este producto será el régimen 10, Importación a consumo.

Según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversión (COPCI), en su Art. 147 es el régimen aduanero de ingreso definitivo de mercancías al país, cuyos procedimientos para su aplicación serán establecidos por el Director General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. Las mercancías ingresadas bajo este régimen podrán circular libremente en el Territorio ecuatoriano una vez satisfecha la obligación tributaria aduanera. (Art. 120 del Reglamento al COPCI).

#### **4.2 Registro de Importador**

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 el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

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

- 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/>

- 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.

## **4.3 Documentación y Procesos para Importación**

### **4.3.1. Documentos de Acompañamiento.**

Según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversión, en el Art 72 menciona que “constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía de importación. Esta exigencia deberá constar en las disposiciones legales que el organismo regulador del comercio exterior establezca para el efecto”. (COPCI R. , 2011)

Los documentos de acompañamiento deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (COPCI R. , 2011)

De acuerdo a lo citado esta partida arancelaria no necesita ningún documento de acompañamiento.

### **4.3.2. Documentos de Soporte.**

Según el Código Orgánico de Producción, Comercio e Inversión en su Art 73 menciona que “Los documentos de soporte constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley”. (COPCI R. , 2011)

Los documentos de soporte son:

**a) Documento de Transporte.**

“Constituye ante la Aduana el instrumento que acredita la propiedad de las mercancías. Éste podrá ser endosado hasta antes de la transmisión o presentación de la Declaración Aduanera a consumo según corresponda”. (COPCI R. , 2011)

En el caso de este proyecto el documento de transporte será el conocimiento de embarque marítimo o también conocido como Bill of Lading (B/L) ya que la mercancía será transportada vía marítima, desde el Puerto de Qingdao – China hasta el Puerto de Esmeraldas en el Ecuador.

- **Conocimiento de Embarque Marítimo (B/L).**

El BL o conocimiento de embarque marítimo es un recibo dado al embarcador (“shipper”) por las mercancías entregadas. Dicho documento demuestra la existencia de un contrato de transporte y otorga derechos sobre las mercancías.

Los BL, son emitidos en juegos de originales, normalmente dos o tres, y cualquiera de ellos puede ser usado para obtener la posesión de la mercancía. Por tanto quién posea el BL (Bill of Lading) acredita la posesión de la mercancía. Este aspecto es fundamental, sobre todo en las formas de pago documentales.

En el conocimiento de embarque (BL) deben aparecer el nombre, la matrícula del buque, puertos de carga y descarga, nombre del cargador y del consignatario, descripción detallada de las mercancías, la cantidad o el peso, el número de bultos y su estado aparente.

## **b) Factura Comercial o Documento que acredite la Transacción Comercial.**

La factura comercial será para la aduana el soporte que acredite el valor de transacción comercial para la importación o exportación de las mercancías. Por lo tanto, deberá ser un documento original, aun cuando este sea digital, definitivo, emitido por el vendedor de las mercancías importadas o exportadas, y contener la información prevista en la normativa pertinente y sus datos podrán ser comprobados por la administración aduanera. Su aceptación estará sujeta a las normas de valoración y demás relativas al Control Aduanero.

Para efectos de importaciones de mercancías que no cuenten con factura comercial, presentarán en su lugar, el documento que acredite el valor en aduana de los bienes importados, conforme la naturaleza de la importación. La falta de presentación de este documento de soporte ante la administración aduanera, no impedirá el levante de las mercancías; sin embargo, se descartará la aplicación del primer método de valoración, de acuerdo a lo establecido en la normativa internacional vigente.

### ***5.4.2.2 Certificado de Origen***

Documento de carácter obligatorio en el que el exportador certifica el lugar de origen de fabricación de las mercaderías que se van a exportar y se lo obtiene en el Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), se procede con el registro en el sistema de identificación previa a la certificación de origen, señalando datos de las subpartidas y del exportador.

Se verificará el producto en la empresa productora cuando se trata de la primera vez que se exporta, donde el funcionario encargado de dicha verificación emite un informe técnico.

Se cancela el valor del certificado después de que el MIPRO emite el resultado del informe, este valor es de 10 USD.

Se procede con la revisión del Certificado de Origen y su contenido, verificando el contenido con otros documentos como la factura comercial, se legaliza el certificado a través de la forma y sello que se encuentra registrado en la aduana del país de destino.

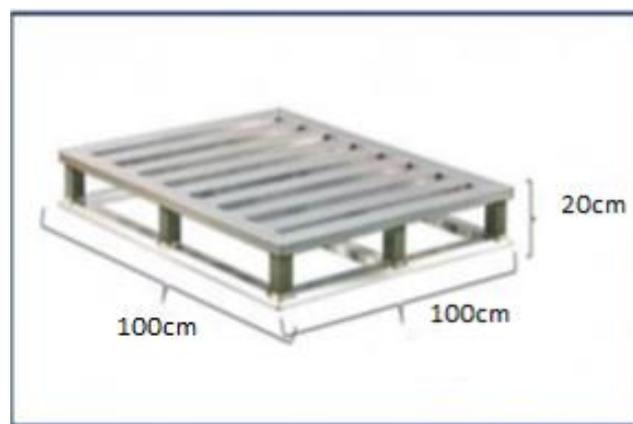
## 4.4 Cubicaje y Contenerización

### 4.4.1 Pallets.

Las dimensiones de 23 cm x 14 cm x 23cm serán como vengan empacadas las radios con todos sus accesorios.

Los cuáles serán colocados en pallets de 100cm x 20cm x 100cm.

Figura 16 Pallet



Fuente: Tropical pallets  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 4.4.2 Cubicaje

Cubicaje es una acción previa a la llenada del contenedor, un proceso virtual. Lo que se puede hacer a través de una herramienta que permite identificar cuántas unidades o elementos podrían caber dentro de ese cubo. Se asimila el cubicaje con el juego de Tetris. Es colocar las piezas de manera correcta y que todas empalmen sin dejar espacios vacíos, para que no vaya a perjudicar el proceso de la contenerización”, afirma Samir Medina. (Logística, 2014)

El proceso de acondicionamiento y cubicaje de mercancías se realiza partiendo de una pregunta básica: ¿la carga se puede manipular?, es decir, ¿la carga se puede rotar o girar?

En caso de que la respuesta sea afirmativa y dependiendo de la “forma” de los bultos, podemos tener desde un sólo acomodo posible hasta seis: en donde L = largo, A = ancho, H = alto.

- 1) L A H
- 2) L H A
- 3) A L H
- 4) A H L
- 5) H L A
- 6) H A L

**Tabla 19 Cubicaje de Radios por cada Pallet**

	PALLET	CAJA	CALCULO	RESULTADO
ALTO	<b>2.00 m Apilamiento máximo 2.2 m.</b>	<b>0,14</b>	<b>2m/0,09m</b>	<b>14 u</b>
ANCHO	<b>1,00 m</b>	<b>0,23</b>	<b>1m/0,26</b>	<b>4 u</b>
LARGO	<b>1,00 m</b>	<b>0,23</b>	<b>1,15/0,23</b>	<b>4 u</b>
	<b>TOTAL</b>			<b>224u por pallet</b>

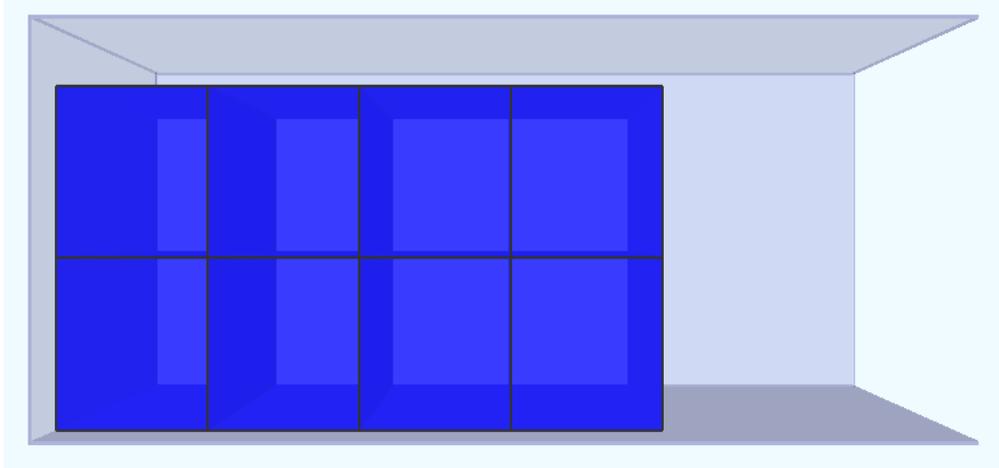
Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

De esta forma se lograrán ubicar 224 unidades de radios en cada pallet, necesitando 8 pallets para lograr importar toda nuestra mercancía que es un total de 1792 radios.

#### **4.4.2 Contenerización.**

La carga vendrá consolidada en un contenedor de 20”, lo cual significa el agrupamiento de mercancías pertenecientes a uno o a varios consignatarios, reunidas para ser transportadas de un puerto, aeropuerto o terminal terrestre con destino a otro puerto, aeropuerto o terminal terrestre, en contenedores o similares, siempre y cuando se encuentren amparadas por un mismo documento de transporte.

**Figura 17 Contenedor**



Fuente: Daub Loab  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## **4.5 Términos de Negociación**

Para realizar un intercambio comercial exitoso es necesario establecer las condiciones de la negociación entre el exportador y el importador de tal manera que las dos partes queden satisfechas.

### **4.5.1 Incoterm**

Los Incoterms son “definiciones estándar de comercio más comúnmente utilizados en los contratos de compra-venta Internacionales”. (SENAE, 2014). Por lo tanto los Incoterms, son normas que establecen las condiciones de entrega de las mercancías, definiendo los costos de exportación e importación y fijando responsabilidades de las empresas exportadoras y clientes importadores.

#### ***4.5.1.1 Incoterm Escogido***

El Incoterm más adecuado para la negociación de este proyecto será en el término FOB (Franco a Bordo) que significa que el vendedor entrega la mercancía sobre el buque. El vendedor contrata el transporte pero su coste lo asume el comprador. El Incoterm FOB es uno de los más usados en el comercio internacional, se debe utilizar

para carga general, no utilizable para carga granel, el Incoterm FOB se utiliza exclusivamente para transporte marítimo o fluvial.

#### ***4.5.1.2 Condiciones de Pago.***

El pago por la importación de las radios se realizará de la siguiente manera: El 30% de forma anticipada, es decir cuando Gaviláñez Car Audio emita la orden de compra y el 70% restante giro a plazo fijo que vencerá, contra entrega del producto

## **4.6 Cálculo de la Importación.**

### **4.6.1 Flete Marítimo.**

El tipo de carga que importaremos es considerada como general se trasladará vía marítima desde el puerto de Qingdao en China hasta el puerto de Esmeraldas por un valor de 1000 dólares. Traslado cada radio con un valor adquirido de 102.08 dólares.

### **4.6.2 Tributos al Comercio Exterior.**

De acuerdo a la clasificación arancelaria de este producto la partida: 8714.92.90.00 radios los tributos al comercio exterior son:

- **Ad-valorem** Derecho de aduana calculado como porcentaje del precio de un bien, en este caso se encuentra con 0% de ad-valorem
- **Sobretasa arancelaria** Arancel adicional temporal, por medida de protección a la Industria Nacional. (Integrado, 2014). En este caso pagará el 15%.
- **FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)** Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación.

- **IVA (Impuesto al Valor Agregado)** Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base Imponible + AD-VALOREM + FODINFA + ICE. (SENAE, 2012).

Previo al pago de los tributos al comercio exterior, ejecutado el aforo asignado y de no existir novedades la Aduana dispondrá el levante o retiro de las mercancías.

#### 4.7 Liquidación Arancelaria

**Tabla 20 Liquidación Partida Arancelaria 8714.92.00.00**

<b>FOB</b>	<b>183.920,00</b>
<b>flete internacional</b>	1000,00
<b>seguro</b>	1849,20
<b>VALOR EN ADUANA</b>	<b>186.769,20</b>
Ad-Valorem %	0,00
Sobretasa arancelaria 15%	28.015,88
Fodinfra 0,5%	948,85
<b>SUBTOTAL</b>	<b>28.964.73</b>
IVA 12%	25.888,07
<b>TOTAL GRAVAMEN</b>	<b>\$ 54.852,80</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## 4.8 Gastos de Importación

**Tabla 21 Detalle de Gastos Importación**

<b>Detalle</b>	<b>Costo Total</b>
<b>EXW</b>	<b>\$182.927,36</b>
Flete Interno (Origen)	\$300,00
Security	\$37,64
Documentación Origen	\$160,00
Manipuleo	\$350,00
THC	\$145,00
<b>FOB Qingdao</b>	<b>\$183.920,00</b>
Flete Internacional	\$1.000,00
Seguro Transporte internacional	\$1.839,20
Administración	\$125,00
THC	\$175,00
Cargos locales	\$168,00
Gastos portuarios	\$277,00
Transporte interno	\$100,00
Ad-valorem	<b>\$0,00</b>
Fodinfra	\$933,80
Derecho específico	\$0,00
Salvaguardia	\$28.013,88
IVA	\$25.884,83
<b>Total Tributos</b>	<b>\$54.832,50</b>
<b>Valor ex aduana</b>	<b>\$242.436,70</b>
Agente de Aduanas	\$450,00
<b>DDP (Esmeraldas)</b>	<b>\$242.886,70</b>
ISD 5%	\$9.246,00
Gastos Bancarios	\$65,00
<b>Precio de Importación</b>	<b>\$252.197,70</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## CAPÍTULO 5

### INVERSIÓN, COSTOS Y GASTOS, INGRESOS

#### 5.1 Inversiones

La inversión total del proyecto está constituida por: activos fijos, otros activos, y capital de trabajo, requeridos como inversión inicial del proyecto, cuyos cálculos se basaron en el tamaño óptimo de la empresa. (Baca, 2007 Pág54)

##### 5.1.1 Inversión Activos Fijos.

Los activos fijos son los bienes tangibles que posee una empresa los cuales serán utilizados de manera continua en el curso normal de sus operaciones y que no varían durante el año fiscal de las mismas.

La siguiente tabla nos detalla los activos fijos que posee la empresa por lo cual se dividió en activos fijos operacionales y activos fijos administrativos que ascienden a un monto total de \$21.125,00.

**Tabla 22 Inversión Activos Fijos**

Detalle	Monto	Parcial	Total
<b>Inversiones Tangibles - Activos Fijos</b>			<b>\$21.125,00</b>
<b>Activos Fijos Operacionales</b>		\$16.875,00	
Muebles y Enseres	\$675,00		
Vehículo	\$15.000,00		
Equipo de Computación	\$1.200,00		
<b>Activos Fijos Administración</b>		\$4.250,00	
Muebles y Enseres – 2 Estaciones de Trabajo	\$1.250,00		
Equipos de Computación	\$2.400,00		
Equipos de Oficina	\$600,00		

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 5.1.2 Inversión Otros Activos.

La inversión otros activos conocidos también como activos diferidos hacen referencia a los permisos y patentes para funcionar como importadora directa, el estudio que se ha realizado para el proyecto de importación y los trámites pertinentes de la empresa.

**Tabla 23 Inversión Otros Activos**

Detalle	Monto	Parcial	Total
<b>Inversión Intangible - Otros Activos</b>			<b>\$1.500,00</b>
Permisos y Patentes	\$400,00		
Estudios de Factibilidad	\$1.100,00		

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 5.1.3. Capital de Trabajo.

Se define como capital de trabajo a la capacidad de una compañía para llevar a cabo sus actividades con normalidad en el corto plazo. (Definición De, 2014)

**Tabla 24 Capital de Trabajo**

Detalle	Valor Año	Valor Día	Capital de Trabajo
<b>Capital de Trabajo operativo</b>	\$205.496,36	\$570,82	\$51.374,09
<b>Capital de Trabajo Administrativo</b>	\$24.496,25	\$68,05	\$6.124,06
<b>Total Capital de Trabajo</b>	<b>\$229.992,61</b>		<b>\$57.498,15</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## 5.2 Financiamiento

### 5.2.1 Cuadro de Fuentes y Usos.

Este cuadro nos detalla el monto de cada inversión y la fuente de donde saldrá esta inversión ya sea por recursos propios el cual abarca un 30% de la inversión o por financiamiento a entidades privadas o públicas (préstamos) lo cual abarca el 70% de la inversión.

Tabla 25 Cuadro de Fuentes y Usos

Detalle	Monto de Inversión	Aporte Accionistas	Crédito
Inversiones Tangibles - Activos Fijos	\$21.125,00	\$21.125,00	\$0,00
Inversiones Intangibles - Otros Activos	\$1.500,00	\$1.500,00	\$0,00
Capital de Trabajo	\$229.992,61	\$53.160,28	\$176.832,33
<b>Total Inversiones</b>	<b>\$252.617,61</b>	<b>\$75.785,28</b>	<b>\$176.832,33</b>
	<b>Porcentaje</b>	30,00%	70,00%

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 5.2.2 Financiamiento.

- Monto \$176.832,33
- Interés 11,65%
- Plazo 3 Años
- P. Gracia 0 Años
- Amortizaciones Anual

## 5.3 Costos y Gastos

### 5.3.1 Gasto Financiamiento.

Se contará con un préstamo a 3 años plazo en el cual no contara con periodo de gracia de un año empezando a cancelar el monto financiado desde el segundo año, el primero corresponderá solo a intereses.

**Tabla 26 Gasto Financiamiento**

Periodo	Saldo	Interés	Principal	Cuota
1	\$117.888,22	\$20.600,97	\$58.944,11	\$79.545,08
2	\$58.944,11	\$13.733,98	\$58.944,11	\$72.678,09
3	\$0,00	\$6.866,99	\$58.944,11	\$65.811,10

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 5.3.2 Costos de Importación.

Los costos de importación son todos los gastos que incurren en la empresa para adquirir la mercancía desde el país de origen hasta el lugar de destino, lo cual se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 27 Costo de Importación**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Flete Interno (Origen)</b>	\$300,00	\$311,28	\$322,98	\$335,13	\$347,73	\$360,80	\$374,37	\$388,45	\$403,05	\$418,21
<b>Documentación (Origen)</b>	\$692,64	\$718,68	\$745,71	\$773,74	\$802,84	\$833,02	\$864,35	\$896,84	\$930,57	\$965,56
<b>Flete Internacional</b>	\$1.000,00	\$1.037,60	\$1.076,61	\$1.117,09	\$1.159,10	\$1.202,68	\$1.247,90	\$1.294,82	\$1.343,51	\$1.394,02
<b>Seguro de Transporte</b>	\$1.839,20	\$1.908,35	\$1.980,11	\$2.054,56	\$2.131,81	\$2.211,97	\$2.295,14	\$2.381,43	\$2.470,98	\$2.563,89
<b>Administración</b>	\$125,00	\$129,70	\$134,58	\$139,64	\$144,89	\$150,33	\$155,99	\$161,85	\$167,94	\$174,25
<b>THC</b>	\$175,00	\$181,58	\$188,41	\$195,49	\$202,84	\$210,47	\$218,38	\$226,59	\$235,11	\$243,95
<b>Cargos locales</b>	\$168,00	\$174,32	\$180,87	\$187,67	\$194,73	\$202,05	\$209,65	\$217,53	\$225,71	\$234,20
<b>Gastos portuarios</b>	\$277,00	\$287,42	\$298,22	\$309,44	\$321,07	\$333,14	\$345,67	\$358,67	\$372,15	\$386,14
<b>Transporte Interno</b>	\$100,00	\$103,76	\$107,66	\$111,71	\$115,91	\$120,27	\$124,79	\$129,48	\$134,35	\$139,40
<b>Ad Valorem</b>	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Fodinfra</b>	\$933,80	\$968,91	\$1.005,34	\$1.043,14	\$1.082,36	\$1.123,06	\$1.165,28	\$1.209,10	\$1.254,56	\$1.301,73
<b>Derecho específico</b>	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Salvaguardia</b>	\$28.013,88	\$29.067,20	\$30.160,13	\$31.294,15	\$32.470,81	\$33.691,71	\$34.958,52	\$36.272,96	\$37.636,82	\$39.051,97
<b>IVA</b>	\$25.884,83	\$26.858,09	\$27.867,96	\$28.915,79	\$30.003,03	\$31.131,14	\$32.301,67	\$33.516,22	\$34.776,43	\$36.084,02
<b>ISD (5%)</b>	\$9.246,00	\$9.593,65	\$9.954,37	\$10.328,66	\$10.717,01	\$11.119,97	\$11.538,08	\$11.971,92	\$12.422,06	\$12.889,13
<b>Gastos Bancarios</b>	\$65,00	\$67,44	\$69,98	\$72,61	\$75,34	\$78,17	\$81,11	\$84,16	\$87,33	\$90,61
<b>Total Gasto</b>	<b>\$68.820,34</b>	<b>\$71.407,99</b>	<b>\$74.092,93</b>	<b>\$76.878,82</b>	<b>\$79.769,46</b>	<b>\$82.768,80</b>	<b>\$85.880,90</b>	<b>\$89.110,02</b>	<b>\$92.460,56</b>	<b>\$95.937,08</b>
<b>Volumen</b>	1792	1857	1923	1993	2064	2139	2216	2295	2378	2464
<b>Gasto Unitario</b>	<b>\$38,40</b>	<b>\$38,46</b>	<b>\$38,52</b>	<b>\$38,58</b>	<b>\$38,64</b>	<b>\$38,70</b>	<b>\$38,76</b>	<b>\$38,82</b>	<b>\$38,88</b>	<b>\$38,94</b>
<b>Imprevistos 2%</b>	\$1.376,41	\$1.428,16	\$1.481,86	\$1.537,58	\$1.595,39	\$1.655,38	\$1.717,62	\$1.782,20	\$1.849,21	\$1.918,74
<b>Subtotal</b>	<b>\$72.027,15</b>	<b>\$74.731,12</b>	<b>\$77.536,65</b>	<b>\$80.447,57</b>	<b>\$83.467,82</b>	<b>\$86.601,51</b>	<b>\$89.852,91</b>	<b>\$93.226,44</b>	<b>\$96.726,68</b>	<b>\$100.358,39</b>
<b>Gasto Depreciación</b>	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42
<b>Total</b>	<b>\$72.993,57</b>	<b>\$75.697,54</b>	<b>\$78.503,07</b>	<b>\$81.413,99</b>	<b>\$84.434,24</b>	<b>\$87.567,93</b>	<b>\$90.819,33</b>	<b>\$94.192,86</b>	<b>\$97.693,10</b>	<b>\$101.324,81</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 5.3.3 Sueldos y Salarios.

El análisis salarial es muy importante ya que se determinarán los costos de los beneficios de ley que tienen por obligación de pago para cada uno de los empleados de la empresa.

A continuación se detalla en la siguiente tabla:

**Tabla 28 Sueldos y Salarios**

Detalle	No. Empleados	Sueldo Básico Anual	Décimo Tercer Sueldo	Décimo Cuarto Sueldo	Aporte IESS	Provisión Vacaciones	Fondos de Reserva	Total Año 1	Total Año 2
<b>Sueldos y Salarios - Operativos</b>								<b>\$22.569,00</b>	<b>\$24.818,40</b>
Jefe de venta (local)/(socio)	1	\$6.000,00	\$500,00	\$354,00	\$669,00	\$250,00	\$500	\$7.523,00	\$8.272,80
Vendedor externo 1	1	\$6.000,00	\$500,00	\$354,00	\$669,00	\$250,00	\$500	\$7.523,00	\$8.272,80
Vendedor externo 2	1	\$6.000,00	\$500,00	\$354,00	\$669,00	\$250,00	\$500	\$7.523,00	\$8.272,80
<b>Sueldos y Salarios - Administrativos</b>								<b>\$24.496,25</b>	<b>\$26.933,10</b>
Gerente General/socio	1	\$8.000,00	\$666,67	\$354,00	\$972,00	\$333,33	\$666	\$9.992,67	\$10.992,40
Administrador	1	\$5.500,00	\$458,33	\$354,00	\$668,25	\$229,17	\$458	\$6.980,58	\$7.667,90
Contador externo	1	\$6.000,00	\$500,00	\$354,00	\$669,00	\$250,00	\$500	\$7.523,00	\$8.272,80
<b>Total Sueldos y Salarios</b>								<b>\$47.065,25</b>	<b>\$51.751,50</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 5.3.4 Costos y Gastos Administrativos.

En los costos administrativos incurren todos los gastos referentes a la siguiente tabla que son los valores que se aplicarán para el desarrollo y desempeño diario de las actividades de la empresa.

**Tabla 29 Costos y Gastos Administrativos**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
Sueldos y Salarios	\$24.496,25	\$27.945,78	\$28.996,55	\$30.086,82	\$31.218,08	\$32.391,88	\$33.609,82	\$34.873,54	\$36.184,79	\$37.545,34
Arriendo almacén	\$4.153,68	\$4.309,86	\$4.471,91	\$4.640,05	\$4.814,52	\$4.995,54	\$5.183,38	\$5.378,27	\$5.580,50	\$5.790,32
Servicios Básicos	\$624,00	\$647,46	\$671,81	\$697,07	\$723,28	\$750,47	\$778,69	\$807,97	\$838,35	\$869,87
Servicio de Internet	\$480,00	\$498,05	\$516,77	\$536,21	\$556,37	\$577,29	\$598,99	\$621,51	\$644,88	\$669,13
Útiles de Oficina	\$330,00	\$342,41	\$355,28	\$368,64	\$382,50	\$396,88	\$411,81	\$427,29	\$443,36	\$460,03
<b>Parcial</b>	<b>\$30.083,93</b>	<b>\$33.743,56</b>	<b>\$35.012,32</b>	<b>\$36.328,78</b>	<b>\$37.694,74</b>	<b>\$39.112,07</b>	<b>\$40.582,68</b>	<b>\$42.108,59</b>	<b>\$43.691,87</b>	<b>\$45.334,69</b>
<b>Imprevistos 2%</b>	\$601,68	\$674,87	\$700,25	\$726,58	\$753,89	\$782,24	\$811,65	\$842,17	\$873,84	\$906,69
<b>Subtotal</b>	<b>\$30.685,61</b>	<b>\$34.418,43</b>	<b>\$35.712,57</b>	<b>\$37.055,36</b>	<b>\$38.448,64</b>	<b>\$39.894,31</b>	<b>\$41.394,33</b>	<b>\$42.950,76</b>	<b>\$44.565,71</b>	<b>\$46.241,38</b>
Gasto Depreciación	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42	\$966,42
Gasto Amortización	\$1.500,00									
<b>Total</b>	<b>\$33.152,03</b>	<b>\$35.384,85</b>	<b>\$36.678,99</b>	<b>\$38.021,78</b>	<b>\$39.415,06</b>	<b>\$40.860,73</b>	<b>\$42.360,75</b>	<b>\$43.917,18</b>	<b>\$45.532,13</b>	<b>\$47.207,80</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 5.3.5 Costos y Gastos Operativos.

Tabla 30 Costos y Gastos Operativos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
Sueldos y Salarios	\$22.569,00	\$25.751,57	\$26.719,83	\$27.724,50	\$28.766,94	\$29.848,57	\$30.970,88	\$32.135,39	\$33.343,68	\$34.597,40
Radios ViewTech	\$182.927,36	\$185.854,20	\$188.827,86	\$191.849,11	\$194.918,70	\$198.037,40	\$201.205,99	\$204.425,29	\$207.696,09	\$211.019,23
<b>Parcial</b>	<b>\$205.496,36</b>	<b>\$211.605,77</b>	<b>\$215.547,70</b>	<b>\$219.573,61</b>	<b>\$223.685,63</b>	<b>\$227.885,97</b>	<b>\$232.176,87</b>	<b>\$236.560,68</b>	<b>\$241.039,77</b>	<b>\$245.616,63</b>
<b>Imprevistos 2%</b>	\$4.109,93	\$4.232,12	\$4.310,95	\$4.391,47	\$4.473,71	\$4.557,72	\$4.643,54	\$4.731,21	\$4.820,80	\$4.912,33
<b>Subtotal</b>	<b>\$209.606,29</b>	<b>\$215.837,88</b>	<b>\$219.858,65</b>	<b>\$223.965,08</b>	<b>\$228.159,35</b>	<b>\$232.443,69</b>	<b>\$236.820,41</b>	<b>\$241.291,89</b>	<b>\$245.860,57</b>	<b>\$250.528,96</b>
Gasto Depreciación	\$3.160,71	\$3.160,71	\$3.160,71	\$3.160,71	\$3.160,71	\$3.160,71	\$3.160,71	\$3.160,71	\$3.160,71	\$3.160,71
<b>Total</b>	<b>\$212.767,00</b>	<b>\$218.998,59</b>	<b>\$223.019,36</b>	<b>\$227.125,79</b>	<b>\$231.320,06</b>	<b>\$235.604,40</b>	<b>\$239.981,12</b>	<b>\$244.452,60</b>	<b>\$249.021,28</b>	<b>\$253.689,67</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 5.3.6 Resumen de Costos y Gastos.

Con todos los costos y gastos anteriores se calcula el costo total del proyecto y se realiza una proyección del mismo para los diez años de vida útil del mismo.

La tasa de crecimiento que se consideró es el porcentaje de incremento de la oferta establecido en el estudio del mercado.

**Tabla 31 Resumen Costos y Gastos**

<b>Detalle</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Año 6</b>	<b>Año 7</b>	<b>Año 8</b>	<b>Año 9</b>	<b>Año 10</b>
<b>Costos y Gastos Operativos</b>	\$212.767,00	\$218.998,59	\$223.019,36	\$227.125,79	\$231.320,06	\$235.604,40	\$239.981,12	\$244.452,60	\$249.021,28	\$253.689,67
<b>Gastos Administrativos</b>	\$33.152,03	\$35.384,85	\$36.678,99	\$38.021,78	\$39.415,06	\$40.860,73	\$42.360,75	\$43.917,18	\$45.532,13	\$47.207,80
<b>costos y Gastos de importación</b>	\$72.993,86	\$75.731,20	\$78.573,22	\$81.523,93	\$84.587,54	\$87.768,38	\$91.070,99	\$94.500,04	\$98.060,42	\$101.757,20
<b>Gastos Financieros</b>	\$79.545,08	\$72.678,09	\$65.811,10	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>Total de Costos y Gastos</b>	<b>\$398.457,96</b>	<b>\$402.792,74</b>	<b>\$404.082,66</b>	<b>\$346.671,50</b>	<b>\$355.322,66</b>	<b>\$364.233,51</b>	<b>\$373.412,86</b>	<b>\$382.869,82</b>	<b>\$392.613,83</b>	<b>\$402.654,67</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## 5.4 Ingresos del Proyecto

Los ingresos del proyecto representan la cantidad de dinero que recauda la empresa por utilidad, teniendo en cuenta que poseen relación directa con la demanda insatisfecha y la oferta total que se determinó en el estudio de mercado.

**Tabla 32 Ingresos del Proyecto**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Total de Costos y Gastos</b>	\$398.457,96	\$402.792,74	\$404.082,66	\$346.671,50	\$355.322,66	\$364.233,51	\$ 373.412,86	\$382.869,82	\$392.613,83	\$402.654,67
<b>Cantidad</b>	1792	1891	1995	2105	2220	2342	2471	2607	2751	2902
<b>Total de Costos y Gastos unitario</b>	<b>\$ 222,32</b>	<b>\$ 213,02</b>	<b>\$ 202,56</b>	<b>\$ 164,72</b>	<b>\$ 160,03</b>	<b>\$ 155,49</b>	<b>\$ 151,10</b>	<b>\$ 146,85</b>	<b>\$ 142,74</b>	<b>\$ 138,76</b>
<b>Utilidad</b>	\$ 51,13	\$ 48,99	\$ 46,59	\$ 37,89	\$ 36,81	\$ 35,76	\$ 34,75	\$ 33,78	\$ 32,83	\$ 31,91
<b>Precio por radio</b>	<b>\$ 273,45</b>	<b>\$ 262,01</b>	<b>\$ 249,15</b>	<b>\$ 202,61</b>	<b>\$ 196,84</b>	<b>\$ 191,26</b>	<b>\$ 185,85</b>	<b>\$ 180,63</b>	<b>\$ 175,57</b>	<b>\$ 170,67</b>
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$490.103,29</b>	<b>\$495.435,07</b>	<b>\$497.021,67</b>	<b>\$426.405,95</b>	<b>\$437.046,87</b>	<b>\$448.007,22</b>	<b>\$459.297,82</b>	<b>\$470.929,88</b>	<b>\$482.915,01</b>	<b>\$495.265,24</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## CAPITULO 6

### EVALUACIÓN FINANCIERA

#### 6.1 Estado de Situación Inicial

El balance general es el estado financiero que muestra la situación financiera de una empresa a una fecha determinada. El Balance General lo conforman tres elementos: El Activo, el Pasivo y el Capital Contable. (Avila, 2007)

**Tabla 33 Estado de Situación Inicial**

<b>Activos</b>		<b>\$252.617,61</b>
<b>Activos Corrientes</b>		<b>\$229.992,61</b>
Caja-Bancos	\$229.992,61	
<b>Activos Fijos</b>		<b>\$21.125,00</b>
<b>Activos Fijos Operacionales</b>	<b>\$16.875,00</b>	
Muebles y Enseres	\$675,00	
Vehículo	\$15.000,00	
	\$1.200,00	
<b>Activos Fijos Administración</b>	<b>\$4.250,00</b>	
Muebles y Enseres	\$1.250,00	
Equipos de Computo	\$2.400,00	
Equipos de Oficina	\$600,00	
	\$0,00	
<b>Otros Activos</b>		<b>\$1.500,00</b>
Permisos y Patentes	\$400,00	
Estudio de factibilidad	\$1.100,00	
<b>Total Activos</b>		<b>\$252.617,61</b>
<b>Pasivos</b>		<b>\$176.832,33</b>
<b>Pasivos a Largo Plazo</b>		<b>\$176.832,33</b>
Crédito	\$17.832,33	
<b>Patrimonio</b>		<b>\$75.785,28</b>
Capital Social	\$75.785,28	
<b>Total Pasivo + Patrimonio</b>		<b>\$252.617,61</b>

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## 6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectadas

El estado de resultados, también conocido como estado de ganancias y pérdidas, es un estado financiero conformado por un documento que muestra detalladamente los ingresos, los gastos y el beneficio o pérdida que ha generado una empresa durante un periodo de tiempo determinado. (ArturoK, 2013)

**Tabla 34 Estado de Pérdidas y Ganancias**

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Ventas Netas</b>	\$490.103,29	\$495.435,07	\$497.021,67	\$426.405,95	\$437.046,87	\$448.007,22	\$470.929,88	\$470.929,88	\$482.915,01	\$495.265,24
<b>(-) Costo de Mercadería Vendida</b>	\$212.767,00	\$218.998,59	\$223.019,36	\$227.125,79	\$231.320,06	\$235.604,40	\$239.981,12	\$244.452,60	\$249.021,28	\$253.689,67
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>\$277.336,30</b>	<b>\$276.436,47</b>	<b>\$274.002,31</b>	<b>\$199.280,16</b>	<b>\$205.726,81</b>	<b>\$212.402,82</b>	<b>\$230.948,76</b>	<b>\$226.477,28</b>	<b>\$233.893,73</b>	<b>\$241.575,57</b>
<b>(-) Gastos Administrativos</b>	\$33.152,03	\$35.384,85	\$36.678,99	\$38.021,78	\$39.415,06	\$40.860,73	\$42.360,75	\$43.917,18	\$45.532,13	\$47.207,80
<b>(-) Gastos de Ventas</b>	\$72.993,86	\$75.731,20	\$78.573,22	\$81.523,93	\$84.587,54	\$87.768,38	\$91.070,99	\$94.500,04	\$98.060,42	\$101.757,20
<b>(=) Utilidad Operacional</b>	<b>\$171.190,41</b>	<b>\$165.320,42</b>	<b>\$158.750,11</b>	<b>\$79.734,45</b>	<b>\$81.724,21</b>	<b>\$83.773,71</b>	<b>\$97.517,01</b>	<b>\$88.060,06</b>	<b>\$90.301,18</b>	<b>\$92.610,57</b>
<b>(-) Otros Gastos</b>	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(+) Otros Ingresos</b>	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(-) Gastos Financieros</b>	\$79.545,08	\$72.678,09	\$65.811,10	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) Utilidad antes de participaciones e impuestos</b>	<b>\$91.645,33</b>	<b>\$92.642,33</b>	<b>\$92.939,01</b>	<b>\$79.734,45</b>	<b>\$81.724,21</b>	<b>\$83.773,71</b>	<b>\$97.517,01</b>	<b>\$88.060,06</b>	<b>\$90.301,18</b>	<b>\$92.610,57</b>
<b>(-) 15% participación Trabajadores</b>	\$13.746,80	\$13.896,35	\$13.940,85	\$11.960,17	\$12.258,63	\$12.566,06	\$14.627,55	\$13.209,01	\$13.545,18	\$13.891,59
<b>(=) Utilidad antes de Impuestos</b>	<b>\$77.898,53</b>	<b>\$78.745,98</b>	<b>\$78.998,16</b>	<b>\$67.774,28</b>	<b>\$69.465,58</b>	<b>\$71.207,65</b>	<b>\$82.889,46</b>	<b>\$74.851,05</b>	<b>\$76.756,00</b>	<b>\$78.718,99</b>
<b>(-) 22% Impuesto a la Renta</b>	\$17.137,68	\$17.324,12	\$17.379,60	\$14.910,34	\$15.282,43	\$15.665,68	\$18.235,68	\$16.467,23	\$16.886,32	\$17.318,18
<b>(=) Utilidad - Perdida</b>	<b>\$60.760,85</b>	<b>\$61.421,86</b>	<b>\$61.618,56</b>	<b>\$52.863,94</b>	<b>\$54.183,15</b>	<b>\$55.541,97</b>	<b>\$64.653,78</b>	<b>\$58.383,82</b>	<b>\$59.869,68</b>	<b>\$61.400,81</b>

Fuente: Estudio Propio

## 6.3 Flujo de Caja

El concepto de flujo de caja es muy sencillo: resume las entradas y salidas de efectivo que se estiman ocurrirán en un periodo máximo, comparándolas y asimilándolas al saldo inicial al principio del año.

Tabla 35 Flujo de Caja

DETALLE	PRE OPERACIONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>Utilidad o Pérdida Neta</b>		\$ 60.760,85	\$ 61.421,86	\$ 61.618,56	\$ 52.863,94	\$ 54.183,15	\$ 55.541,97	\$ 64.653,78	\$ 58.383,82	\$ 59.869,68	\$ 61.400,81
<b>(-) Inversiones</b>	\$ 252.617,61	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 3.000,00	\$ -	\$ 15.000,00	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	\$ 3.000,00
<b>(+) Depreciaciones</b>		\$ 4.127,13	\$ 4.127,13	\$ 4.127,13	\$ 4.127,13	\$ 4.127,13	\$ 4.127,13	\$ 4.127,13	\$ 4.127,13	\$ 4.127,13	\$ 4.127,13
<b>(+) Amortizaciones</b>	\$ 1.500,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(+) Crédito</b>	\$ 176.832,33										
<b>(-) Pago de Deuda</b>		\$ 58.944,11	\$ 58.944,11	\$ 58.944,11	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(+) Recuperación de Activos Fijos</b>											\$ 3.292,58
<b>(+) Recuperación Capital de trabajo</b>											\$ 229.992,61
<b>Flujo de Caja Neto</b>	\$ -74.285,28	\$ 5.943,88	\$ 6.604,89	\$ 6.801,59	\$ 53.991,07	\$ 58.310,28	\$ 44.669,10	\$ 65.780,91	\$ 62.510,95	\$ 63.996,81	\$ 295.813,13

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## 6.4 Índices Financieros

La evaluación de inversiones se realiza a través de índices en los que se cuantifica o se trata de cuantificar el atractivo que presente para una persona o entidad una propuesta de inversión. Los índices que se pueden utilizar varían según el objetivo que se pretenda conseguir con la inversión, así como quién sea la persona o entidad que realice la evaluación del proyecto. (Marsal, 1977)

### 6.4.1 Tasa de Descuento o Costo de Oportunidad.

El costo de oportunidad de cualquier opción es a lo que debemos renunciar cuando escogemos esa opción, es decir, el que debemos usar al tomar decisiones o analizar las de otros. (Robert E. Hall, 2005). La fórmula a utilizar será la siguiente:

$$K = (\% RP * TPR) + (\% RA * TAR (1 - T)) + TLR + IFL$$

Dónde:

- RP: Recurso propio
- TPR: Tasa pasiva referencial
- RA: Recurso ajeno
- TAR: Tasa activa referencial
- T: %Trabajadores + %Impuesto a la renta= 33,70%
- INF: Inflación 2014

#### **COSTO DE OPORTUNIDAD**

%REC. PROPIO	30,00%
T. PASIVA REFERENCIAL	5,31%
%Rec. Ajeno	70,00%
T. ACTIVA REFERENCIAL	11,65%
1-T	0,663
TLR	7,01%

$$\text{cop} = (\%rp * tpr) + (\%ra * tar * (1-t)) + tlr$$

$$\text{cop} = 14\%$$

## 6.4.2 Valor Actual Neto.

El valor actual neto consiste en encontrar la diferencia entre el valor actualizado de los flujos de beneficio y el valor, también actualizado, de las inversiones y otros egresos de efectivo. La tasa que se utiliza para descontar los flujos es el rendimiento mínimo aceptable de la empresa, por debajo del cual los proyectos no deben ser aceptados. (Francisco Jimenez, Carlos Espinoza, Leonel Fonseca, 2008)

- $VAN > 0$  : El proyecto es factible
- $VAN = 0$  : Indiferente
- $VAN < 0$  : El proyecto no es factible

**Tabla 36 Valor Actual Neto**

Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
<b>Flujos Netos Generados</b>	<b>-\$74.285,28</b>	<b>\$5.943,88</b>	<b>\$6.604,89</b>	<b>\$6.801,59</b>	<b>\$53.991,07</b>	<b>\$58.310,28</b>	<b>\$44.669,10</b>	<b>\$65.780,91</b>	<b>\$62.510,95</b>	<b>\$63.996,81</b>	<b>\$295.813,13</b>
<b>FSA</b>										0,31	0,27
	1,00	0,88	0,77	0,67	0,59	0,52	0,46	0,40	0,35		
<b>Flujos Actualizados</b>	<b>-\$74.285,28</b>	<b>\$5.213,48</b>	<b>\$5.081,37</b>	<b>\$4.589,70</b>	<b>\$31.956,10</b>	<b>\$30.271,57</b>	<b>\$20.340,18</b>	<b>\$26.272,75</b>	<b>\$21.898,77</b>	<b>\$19.664,36</b>	<b>\$79.725,44</b>
<b>VAN</b>	<b>\$170.728,44</b>										

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

### 6.4.3 Tasa Interna de Retorno.

La TIR mide la rentabilidad de un proyecto sobre los dineros que todavía permanecen invertidos en el proyecto, pero expresados como tasa de interés.

Criterios de selección de alternativas usando la TIR:

Cuando la TIR es mayor que la tasa de oportunidad, el proyecto se debe aceptar.

Cuando la TIR es igual a la tasa de oportunidad, es indiferente emprender o no el proyecto de inversión.

Cuando la TIR es menor que la tasa de oportunidad, el proyecto se debe rechazar.

$$TIR = ki + (ks - ki) (VAN (i) / VAN (i) - VAN (s))$$

**Tabla 37 TIR**

Tm / Ki	14%
VAN Tm / VAN s	\$114.406,55
<b>TIR</b>	<b>38.19%</b>

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: Gabriela Jaramillo

Lo que significa que el inversionista obtendrá una rentabilidad del 38.19% por cada dólar invertido, decir 0.38 centavos por cada dólar invertido

### 6.4.4 Periodo de Recuperación de Inversión (PRI).

Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial.

**Tabla 38 PRI**

Año	Flujos Netos Actualizados	
<b>0</b>	-\$73.747,61	-\$73.747,61
<b>1</b>	\$33.078,08	-\$40.669,53
<b>2</b>	\$16.078,91	-\$24.590,62
<b>3</b>	\$14.490,49	-\$10.100,13
<b>4</b>	\$11.287,96	\$1.187,83
<b>5</b>	\$11.781,21	\$12.969,04
<b>6</b>	\$3.797,89	\$16.766,94
<b>7</b>	\$10.536,13	\$27.303,06
<b>8</b>	\$8.657,65	\$35.960,71
<b>9</b>	\$7.817,38	\$43.778,10
<b>10</b>	\$68.642,41	\$112.420,51

Fuente: Estudio Propio

Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## 6.5 Punto de Equilibrio

El análisis del punto de equilibrio estudia la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. El punto de equilibrio es aquel nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos. En otras palabras, a este nivel de producción y ventas la utilidad operacional es cero, o sea, que los ingresos son iguales a la sumatoria de los costos y gastos operacionales.

En otras palabras el Punto de Equilibrio va a determinar cuántas unidades se tendrán que vender para poder cubrir los costos y gastos totales, y cuál es el valor en ventas que una empresa debe alcanzar para cubrir sus costos y gastos operativos.

Para el cálculo del Punto de Equilibrio se aplicara la formula a continuación y también se hallara las ventas mínimas para alcanzar el PE.

$$\text{Punto de Equilibrio en ingresos USD} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables Totales}}{\text{Ingresos}}}$$

$$\text{Ventas mínimas para el PE} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{\text{Precio Unit} - \text{Costo Variable por Unidad}}$$

**Tabla 39 Punto de Equilibrio**

Detalle	Valor
Facturación Mínima para alcanzar el PE (Unidades Monetarias)	\$121.236,88
Ventas mínimas para alcanzar el PE (Unidades)	443

Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

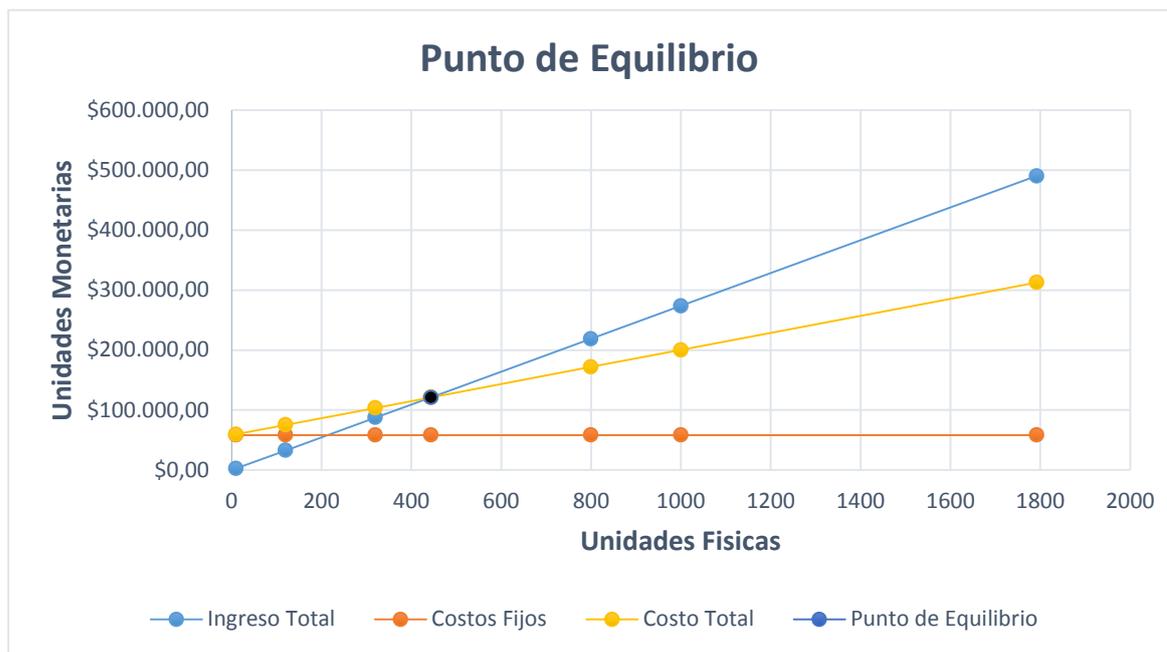
Remplazando las formulas:

$$\text{Punto de Equilibrio en ingresos USD} = \frac{\$58.280,06}{1 - \left(\frac{\$254.504,62}{\$142}\right)}$$

$$\text{Ventas m\u00ednimas para el PE} = \frac{\$58.280,06}{\$273,45 - \$142,00}$$

Es decir que para que el proyecto alcance su punto de equilibrio se necesitara la venta de 443 unidades de radios con lo cual se alcanza el ingreso de \$121.236,88 y as\u00ed no existen ni perdidas ni ganancias.

**Figura 18 Gr\u00e1fico Punto de Equilibrio Mercado Local**



Fuente: Estudio Propio  
Elaborado por: Gabriela Jaramillo

## **CAPÍTULO 7**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **7.1 Conclusiones**

- A través del estudio de mercado se pudo determinar por la Agencia Nacional de Tránsito que en la ciudad de Esmeraldas existe un parque automotor de 19.976 vehículos, y al tomar la muestra para efectuar las encuestas obtuvimos una demanda de 18.756 personas dispuestas a la adquisición de las radios por lo cual nuestra oferta del proyecto es de 1.792 radios.
- Mediante el estudio técnico se determinó que la ubicación del negocio es aceptable por su cercanía al puerto marítimo de la ciudad de Esmeraldas y además se encuentra en un sector comercial y transitado por los habitantes de dicha ciudad. Además de acuerdo con la capacidad de instalación que tiene la empresa se determinó una ampliación del local de 100m más un técnico para brindar un mejor servicio al cliente.
- En el capítulo de logística de comercio exterior se pudo aplicar todos los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera en el cual se logra una optimización de tiempo y recursos para así adaptar una cadena de logística apta para la nacionalización del producto.
- Los índices de evaluación permitieron comprobar que el proyecto es viable ya que demuestra un TIR del 38% el cual es positivo, y teniendo VAN siendo que es mayor que 1 y se considera como factible.

## 7.2 Recomendaciones

- Se recomienda que Gavilánez Car Audio implemente este proyecto ya que genera un valor actual neto positivo con una tasa interna de retorno superior a la tasa de descuento, lo que generará un resultado positivo para la empresa.
- Se recomienda que haya un mayor apoyo a las empresas pequeñas por parte de entidades financieras para que éstas puedan emprender su propio negocio de importación y así que incrementen sus ingresos.
- Se recomienda fortalecer las estrategias comerciales para poder obtener mayor rentabilidad en las ventas del producto.
- Se deberá aprovechar la ventaja que posee este producto al tener un Ad-valorem del 0%, implementando la importación del mismo, para satisfacer mercados cercanos.

## CAPÍTULO 8

### BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

#### Bibliografía

- AEADE. (2014). *Asociacion de empresas automotrices del Ecuador*. Obtenido de Asociacion de empresas automotrices del Ecuador: [http://www.aeade.net/web/index.php?option=com\\_content&view=article&id=145&Itemid=80](http://www.aeade.net/web/index.php?option=com_content&view=article&id=145&Itemid=80)
- ArturoK. (abril de 2013). *Crece negocios*. Recuperado el 03 de 02 de 2015, de Crece Negocios: <http://www.crecenegocios.com/el-estado-de-resultados/>
- Avila, J. J. (2007). Intoduccin a la Contabilidad. En J. J. Avila, *Introduccion a la Contabilidad* (pág. 16). Mexico: Umbral.
- Baca. (2007 Pág54).
- BANCO MUNDIAL, O. (2013). *Banco Mundial*. Obtenido de <http://www.bancomundial.org/temas/globalizacion/cuestiones1.htm>
- CFN. (2014).
- CFN, D. R. (2014). Departamento Regional de Asesoría al Empresario de Crédito de Primer Piso CFN. *Departamento Regional de Asesoría al Empresario de Crédito de Primer Piso CFN*.
- COPCI. (s.f.). Recuperado el 05 de MAYO de 2015
- COPCI, R. (19 de Mayo de 2011). Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para El Comercio. *Libro V del Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Definición De*. (2014). Obtenido de Ddefinicion De: <http://definicion.de/?s=capital+de+trabajo>
- Francisco Jimenez, Carlos Espinoza, Leonel Fonseca. (2008). Ingeniería Economica. En C. E. Francisco Jimenez, *Ingeniería Economica* (pág. 81). Costa Rica: Tecnologica .
- INEN. (ABRIL de 2014). Recuperado el 18 de ABRIL de 2014, de <http://www.normalizacion.gob.ec/>
- Integrado, A. N. (16 de ABRIL de 2014). Recuperado el 16 de ABRIL de 2014, de [http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/dictionary/TNTM\\_s.asp](http://sice1.aduana.gob.ec/ied/arancel/dictionary/TNTM_s.asp)

- Logística, R. d. (2014). *Revista de Logística*. Obtenido de <http://www.revistadelogistica.com/Cubicaje-efectividad-a-la-hora-de-acomodar-mercancias.asp>
- Mankiw, G. (2005). *Principios de Economía*. Mc Graw.
- Mankiw, G. (2012). *Principios de Economía*. Mc Graw Hill.
- Marsal, R. L. (1977). Planificación y Evaluación de Inversiones. En R. L. Marsal, *Planificación y Evaluación de Inversiones* (pág. 143). Madrid: Iberico Europea de Ediciones.
- Phillip R. Cateora, M. C. (2010). *Marketing Internacional*. McGrawHill.
- Robert E. Hall, M. L. (2005). Microeconomía: principios y aplicaciones. En M. L. Robert E. Hall, *Microeconomía: principios y aplicaciones* (pág. 28). Cengage Learning.
- SENAE. (Diciembre de 2012). *Aduana Ecuador*. Obtenido de [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_import.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action)
- Tech, V. (lunes de enero de 2014). *View Tech*. Recuperado el lunes de abril de 2015, de View Tech: <http://szviewtech.manufacturer.globalsources.com/si/6008824232691/Homepage.htm>
- Telégrafo, E. (2014). *El Telégrafo*. Obtenido de El telégrafo: <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/quito/item/el-parque-automotor-crece-mas-que-la-poblacion.html>

## 8.2 Anexos

### 8.2.1 Formato de la Encuesta.

1.- ¿Tiene usted vehículo propio?

Si ( ) No ( )

2.- ¿Realiza usted adecuaciones de accesorios adicionales en el vehículo?

Si ( ) No ( )

3.- ¿Compraría usted una radio para su vehículo?

Si ( ) No ( )

4.- ¿Qué características quisiera que tenga la radio?

Bluetooth ( ) GPS de navegación ( ) Pantalla táctil ( )

TV ( ) USB ( ) CD/MP3 ( ) DVD ( ) Radio ( )

5.- ¿Dónde preferiría usted comprar su radio?

Comercializadoras de accesorios para vehículos ( )

Especialistas en audio y video ( )

Centros comerciales ( )

6.- ¿Cuál es el presupuesto destinado a pagar por una radio?

Menos de 100 ( ) 100 – 149 ( )

150 – 199 ( ) 200 – 249 ( )

Más de 250 ( )

7.- ¿Qué forma de pago desearía que se realice?

Efectivo ( ) Cheque ( )

Tarjeta de crédito ( ) Crédito directo ( )

8.- ¿Le interesaría el producto por una marca conocida?

Si ( ) No ( )

## 8.2.2 Cotización Mercancía



No. 11 Xiang Jiang Road  
High-Tech Ind. Dev. Zone  
Wuxi Jiangsu 214028 Tel: +86 510 8110 3088  
Fax: +86 510 8521 7673

### Purchase Order

<b>Date:</b>	05/01/2015
<b>Payment Terms:</b>	USD
<b>Currenty:</b>	
<b>Customer:</b>	Gavilanez Car Audio
<b>Contact:</b>	<a href="mailto:gabrielajn_17@hotmail.com">gabrielajn_17@hotmail.com</a> Gabriela Jaramillo

Description	Unit	Price	Total
Radio	1792	102,08	182927,36
		<b>Subtotal</b>	182927,36
		<b>Total</b>	182927,36

\_\_\_\_\_  
Authorized By

\_\_\_\_\_  
Customer

## 8.2.3 Flete Marítimo



Quito , 04 de mayo de 2015

Señores  
GAVILANEZ CAR AUDIO  
Presente

REF: COTIZACION FLETE MARITIMO

Estimados señores:

Agradecemos por su gentil solicitud de cotización, la misma que ponemos a su disposición

Termino de Negociacion:	FOB	Via:	Maritimo
Tiempo de transito:	38-40 DIAS APROX	Días Libres:	30 DIAS

FLETE MARITIMO		
PUERTO DE EMBARQUE	1X20	
FLETE MARITIMO//QINGDAO	\$ 1.000,00	x cnt
THC	\$ 145,00	x cnt
COSTOS LOCALES + IVA		
Manejo	\$ 150,00	x cnt
Documentacion	\$ 160,00	x bl
NOTA		
SERVICIO DE RECAUDACION	5% sobre gastos en origen ; Min USD 50,00	

La tarifa cotizada es en base a mercadería general no PELIGROSA y/o no sobre dimensionada.

Notar que la fecha de arribo y zarpe de los buques está sujeta a cambios sin previo aviso ya estas dependen del cúmulo de las operaciones en la terminal portuaria en origen

No incluye la tarifa por recargo IMO

Frecuencia	SEMANAL
Fecha de Validez	31/05/2015

Aprovechamos para agradecerles por la confianza en MDT, quedamos a la expectativa de sus gratas noticias.

Atentamente,



Sofia Ruano  
Asesor Comercial

Republica del Salvador 491 y NNUU.  
Edif. Suyana Piso 5 Oficina 501  
Phone: + 593 2 3333693 ext 106  
Mobile: + 593 9 87596500  
Quito, Ecuador  
[www.mdt.com.ec](http://www.mdt.com.ec)

## 8.2.4 Agente Nacional y Servicios Aduaneros



# ALAIRES CIA. LTDA.

AGENTES NACIONALES Y SERVICIOS ADUANEROS

www.alaireecuador.com

Esmeraldas, 18 Mayo 2015

### COTIZACIÓN



Gastos de nacionalización.

DETALLE	COSTO	OBSERVACION
1. HONORARIOS DE AGENTE ADUANERO	\$212.40 + IVA	
2. MOVIMIENTO DE CONTENEDOR + ESTIBA + SELLO	\$175	FACTURADO POR APE
3. ESTIBA EXTRA	\$35 + IVA	FACTURADO POR APE - POR HORA
4. ALMACENAJE		VARIABLE
5. GASTOS LOCALES	\$168	MAERSK DEL ECUADOR
6. GARANTIA	\$ 1.000	MAERSK DEL ECUADOR - REEMBOLSABLE
7. FLETE INTERNO	\$ 100	APE - CODESA

1. HONORARIOS DE AGENTE ADUANERO: corresponde a los Servicios del trámite de nacionalización. Los costos se basan en el 60% del salario básico unificado para tramites marítimos.

2. MOVIMIENTO DE CONTENEDOR + ESTIBA + SELLO: corresponde al uso de la maquinaria de APE para movimiento de contenedor al área de aforos, incluida la estiba por un tiempo de 3 horas y el sello para el contenedor.

3. ESTIBA EXTRA: En el caso de que las 3 horas con los estibadores no sean suficientes se pagaran \$35 + IVA por hora.

4. ALMACENAJE: este valor varía dependiendo de los días que el contenedor sea almacenado en el puerto. Se pagaran \$2.00 diarios + \$35 por despacho de contenedores + IVA.

#### GUAYAQUIL

Ciudad del Rio, Edificio The Point, oficina 2901 \* Telf: (593-4) 388-3047 / 388-3048 / 388-3049

#### QUITO

Gaspar de Villarreal E10-121 y 6 de Diciembre \* Edificio Plaza 6 \* Ofic. 27 y 28  
\* Telf.: ( 593-2) 336-0914 / 336-0897 \*Fax: 336-0854

#### ESMERALDAS

Av. Jaime Roldos Aguilera, Edificio Aduanero, Junto al Bco del Pichincha \* Telf.: (593-6) 271-5425



# ALAIRE CIA. LTDA.

AGENTES NACIONALES Y SERVICIOS ADUANEROS

[www.alaireecuador.com](http://www.alaireecuador.com)

5. GASTOS LOCALES: Este costo es referente a los gastos de manipuleo del contenedor en destino desde el buque hasta el muelle. Se pagaran directamente a la naviera en destino.



6. GARANTIA: La garantía varía dependiendo de las dimensiones del contenedor. Para el contenedor de 20 pies el valor es de \$1000 el mismo que es reembolsable siempre que el contenedor sea regresado dentro de los plazos establecidos por la naviera y en la misma condición en que fue recibido. La garantía se presenta en la naviera.

7. FLETE INTERNO: Varía dependiendo el peso del contenedor. El promedio en la ruta APE-CODASA es de \$100.

Carmen Amelia Rodríguez Yuquí

C.I. 091322078-6

AUXILIAR DE AGENTE DE ADUANA

ALAIRE CIA. LTDA



## GUAYAQUIL

Ciudad del Rio, Edificio The Point, oficina 2901 \* Telf: (593-4) 388-3047 / 388-3048 / 388-3049

## QUITO

Gaspar de Villarroel E10-121 y 6 de Diciembre \* Edificio Plaza 6 \* Ofic. 27 y 28

\* Telf.: ( 593-2) 336-0914 / 336-0897 \*Fax: 336-0854

## ESMERALDAS

Av. Jaime Roldos Aguilera, Edificio Aduanero, Junto al Bco del Pichincha \* Telf.: (593-6) 271-5425