

UNIVERSIDAD METROPOLITANA DEL ECUADOR



FACULTAD DE INGENIERIA

**CARRERA ING. EN ADMINISTRACIÓN DE TRANSPORTE MARITIMO Y
PORTUARIO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TITULO
DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE TRANSPORTE MARÍTIMO Y
PORTUARIO**

**TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD
EN LA IMPORTACIÓN DE NEUMÁTICOS QINGDÀO PARA LA CIUDAD
DE GUAYAQUIL”**

Autor:

WESLY STHYF QUELAL AMADOR

Tutor:

Msc. ALDO VINICIO FALCONI ASANZA

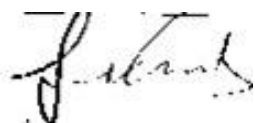
Guayaquil - 2020

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR

MSc. Aldo Vinicio Falconi Asanza, en calidad de asesor del trabajo de investigación, designado por la cancillería de la UMET, certifico que el trabajo de graduación para optar por el título de: INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE TRANSPORTE MARÍTIMO Y PORTUARIO, cuyo título es: PLAN DE NEGOCIOS PARA EL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD EN LA IMPORTACIÓN DE NEUMÁTICOS QINGDÀO PARA LA CIUDAD DE GUAYAQUIL, elaborado por el estudiante: WESLY STHYF QUELAL AMADOR, ha cumplido con todos los requisitos legales exigidos, por los que se aprueba la misma.

Es todo cuanto puedo decir en honor a la verdad, facultando al interesado a hacer uso de la presente, así como también se autoriza la presentación para la evaluación por parte del jurado respectivo.

Atentamente:



MSc. Aldo Vinicio Falconí Asanza
ASESOR DE TESIS

Guayaquil, 23 de octubre de 2020

CERTIFICACIÓN DE AUTORÍA DE TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, Wesly Sthyf Quelal Amador, estudiante de la Universidad Metropolitana del Ecuador “UMET”, Ingeniería en administración de transporte marítimo y portuario, declaro en forma libre y voluntaria que el presente (trabajo de investigación) que versa sobre: Plan de negocios para el estudio de factibilidad en la importación de neumáticos Quingdao para la ciudad de Guayaquil y las expresiones vertidas en la misma, son autoría del compareciente, las cuales se han realizado en base a recopilación bibliográfica, consultas de internet y consultas de campo.

En consecuencia, asumo la responsabilidad de la originalidad de la misma y el cuidado al referirme a las fuentes bibliográficas respectivas para fundamentar el contenido expuesto.

Atentamente,

WESLY STHYF QUELAL AMADOR

C.I 0928106798

AUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Yo, Wesley Sthyf Quelal Amador, en calidad de autor y titular de los derechos morales y patrimoniales del trabajo de titulación, Plan de negocios para el estudio de factibilidad en la importación de neumáticos Quingdao para la ciudad de Guayaquil, modalidad plan de negocio de conformidad con el Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN, cedo a favor de la Universidad Metropolitana del Ecuador una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos. Conservo a mi favor todos los derechos de autor sobre la obra, establecidos en la normativa citada.

Así mismo, autorizo a la Universidad Metropolitana del Ecuador para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

El autor declara que la obra objeto de la presente autorización es original en su forma de expresión y no infringe el derecho de autor de terceros, asumiendo la responsabilidad por cualquier reclamación que pudiera presentarse por esta causa y liberando a la Universidad de toda responsabilidad.

WESLY STHYF QUELAL AMADOR

C.I 0928106798

DEDICATORIA

Yo, Wesley Sthyf Quelal Amador con el presente trabajo es dedicado especialmente a mi madre Ortencia Eleonor Amador Ube quien es siempre parte fundamental en mi desarrollo como profesional y personal, ella es quien me da grandes enseñanzas y la principal protagonista de este sueño alcanzado y junto con mi abuela Rosa Angelica Ube Burgos quien partió en Febrero del presente año y ahora me ve con orgullo por este logro alcanzado desde el cielo.

Al resto de mi familia, tíos, primos de quienes he recibido consejos y han sido parte para el desarrollo de este gran proyecto anhelado.

Me he dado cuenta que la vida se encuentra plagada de retos y uno de ellos es la universidad que mas halla de ser un reto, es un soporte no solo para mi entendimiento dentro del campo en el que me he desenvuelto sino para lo que concierne a la vida en mi futuro.

AGRADECIMIENTO

Un agradecimiento especial a mi Sra. Madre, Ortencia Amador por ayudarme haber alcanzado esta me meta con su inmensurable esfuerzo y dedicación.

Le agradezco a la Universidad Metropolitana del Ecuador Sede Guayaquil y a sus distinguidos maestros por el esfuerzo para que finalmente pudiera graduarme como un exitoso profesional.

ÍNDICE

CERTIFICACIÓN DEL ASESOR.....	II
DEDICATORIA	V
AGRADECIMIENTO	VI
ÍNDICE.....	VII
RESUMEN	XIII
ABSTRACT	XIV
Keywords: Qingdao brand tire import business.....	XIV
INTRODUCCIÓN.....	1
Situación problemática	1
Formulación o enunciado del problema.....	2
Justificación del problema	2
Objetivos de la Investigación	3
Objetivo general.....	3
Objetivos específicos	3
CAPÍTULO I	4
1. MARCO TEÓRICO	4
1.1. Comercio Internacional.....	4
1.1.1. Definición	4
1.1.2. Importancia del comercio internacional.....	4
1.1.3. Exportación e importación.....	5
1.1.3.1. Definición de exportación	5
1.1.3.2. Definición de importación	5
1.1.4. Situación actual de las importaciones y exportaciones en el Ecuador	5
1.1.5 Relación comercial ECUADOR- CHINA	6
1.1.6. Productos de exportación.....	6
1.1.7. Productos de importación	7
1.1.8.1. Requisitos para ser importador	8
1.1.8.2. Documentos necesarios por Aduana del Ecuador al llegar una importación.....	9
1.1.8.3. Impuestos a pagar en importaciones.....	10
1.2. Comercio de llantas.....	11

1.2.1. Características de los neumáticos.....	11
1.2.2. Tipos de neumáticos	12
1.2.3.2. Preparación de las pestañas	14
1.2.3.3. Preparación del rodante	14
1.2.3.4. Preparación de los pliegues	15
1.2.3.5. Construcción de la llanta.....	15
1.2.3.6. Vulcanización de la llanta.....	16
1.2.3.7. Control de calidad de la llanta	16
1.2.4. El negocio de llantas	17
1.2.5. Generalidades	18
1.2.5.2. Posicionamiento del negocio de llantas	20
1.2.5.2.1. Elementos comunes.....	20
1.2.5.2.2. Bases de posicionamiento	21
1.2.5.2.3. Estrategias.....	21
1.2.5.3. Diferencia entre llanta y neumático	23
CAPÍTULO II.....	26
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	26
2.1. Métodos de Investigación.....	26
2.1.1. Método lógico deductivo	26
2.1.2. Método deductivo directo	26
2.1.3. Método deductivo indirecto	26
2.1.4. Método lógico inductivo	26
2.2. Enfoque de la investigación	26
2.2.1. Enfoque cuantitativo.....	26
2.2.2. Enfoque cualitativo	27
2.3. Técnicas de recolección de datos	27
2.3.1. La encuesta	27
2.3.2. La entrevista.....	27
2.3.3. Análisis documental	27
2.4. Instrumento de investigación utilizado.....	27
2.4.1. Población.....	28
2.4.2. Muestra	28
2.4.3. Validación del instrumento utilizado	28
CAPÍTULO III.....	36
PROPUESTA.....	36

3.1. Objetivo de la propuesta.....	36
3.2. Procesos del plan de negocios	36
3.2.1. Estudio Técnico	36
3.2.1.2. Localización del proyecto.....	36
3.2.1.3. Oferta	36
3.2.1.4. Demanda.....	37
3.2.2 Procesos del proyecto.....	37
3.2.2.1. Estudio administrativo	37
3.2.2.1.1. Definición	37
3.2.2.1.2. Proceso de la estructura orgánico-funcional.....	37
3.2.2.1.2.1. Misión	37
3.2.2.1.2.2. Visión.....	37
3.2.2.1.2.3. Valores	37
3.2.2.1.2.4. Organigrama estructural.....	38
3.2.2.1.2.5. Organigrama funcional	38
3.2.2.1.3. Proceso de producción	39
3.2.2.1.3.1. Precio	40
3.2.2.1.4. Proceso de marketing	41
3.2.2.1.4.1. Producto.....	42
3.2.2.1.4.2. Precio	44
3.2.2.1.4.3. Punto de venta.....	44
3.2.2.1.4.4. Promoción.....	45
3.2.2.2. Estudio Legal	46
3.2.2.2.1. Proceso Legal	46
3.2.2.3. Estudio Financiero.....	55
3.2.2.3.1. Proceso Financiero.....	55
3.2.2.3.1.1. Inversiones.....	55
3.2.2.3.1.1.1. Activos fijos	56
3.2.2.3.1.1.2. Activos diferidos.....	57
3.2.2.3.1.1.3. Capital de trabajo.....	57
3.2.2.3.1.2. Financiamiento	58
3.2.2.3.1.2.1. Préstamo bancario.....	58
3.2.2.3.1.3. Ingresos.....	59
3.2.2.3.1.4. Gastos	59
3.2.2.3.1.4.1. Gastos de importación.....	59
3.2.2.3.1.4.2. Gastos administrativos	60

3.2.2.3.1.4.3. Gastos de ventas.....	61
3.2.2.3.1.4.4. Depreciaciones.....	62
3.2.2.3.1.4.5. Amortización.....	63
3.2.2.3.1.4.6. Gasto Financiero.....	64
3.2.2.3.1.4.7. Resumen de costos y gastos.....	64
3.2.2.3.1.5.1. Balance inicial.....	65
3.2.2.3.1.5.2. Estado de Resultados Integrales.....	66
CONCLUSIONES.....	70
RECOMENDACIONES.....	72
Bibliografía.....	74

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. 1. Comercio internacional.....	4
Ilustración 1. 2. Resumen de comercio exterior.....	6
Ilustración 1. 3. Exportaciones por grupo de productos.....	7
Ilustración 1. 4. Importaciones.....	8
Ilustración 1. 5. Características de los neumáticos.....	12
Ilustración 1. 6. Organigrama estructural.....	38
Ilustración 1. 7. Organigrama funcional.....	38
Ilustración 1. 8. Mapa de procesos.....	39
Ilustración 1. 9. Las 4P del Marketing.....	41
Ilustración 1. 10. Modelo de llanta KT389.....	42
Ilustración 1. 11. Modelo de llanta KT329.....	43
Ilustración 1. 12. Modelo de llanta RIB.....	43
Ilustración 1. 13. Canal de distribución.....	44
Ilustración 1. 14. Nombre del negocio.....	45
Ilustración 1. 15. Logotipo.....	45

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. 1 Arbol de problemas.....	2
Gráfico 1. 2. Pregunta 1.....	28
Gráfico 1. 3. Pregunta 2.....	29
Gráfico 1. 4. Pregunta 3.....	30
Gráfico 1. 5. Pregunta 4.....	31
Gráfico 1. 6. Pregunta 5.....	32
Gráfico 1. 7. Pregunta 6.....	33

Gráfico 1. 8. Pregunta 7	34
Gráfico 1. 9. Pregunta 8	34

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. 1. Pregunta 1	28
Tabla 1. 2. Pregunta 2	29
Tabla 1. 3. Pregunta 3	30
Tabla 1. 4. Pregunta 4	31
Tabla 1. 5. Pregunta 5	32
Tabla 1. 6. Pregunta 6	32
Tabla 1. 7. Pregunta 7	33
Tabla 1. 8. Pregunta 8	34
Tabla 1. 9. Proyección de costos de importación.....	40
Tabla 1. 10. Precio de compra estimado	40
Tabla 1. 11. Precio de venta estimado	41
Tabla 1. 12. Inversión inicial	55
Tabla 1. 13. Inversión Activos fijos.....	56
Tabla 1. 14. Inversión en activos diferidos	57
Tabla 1. 15. Capital de trabajo	57
Tabla 1. 16. Financiamiento.....	58
Tabla 1. 17. Tabla de amortización.....	58
Tabla 1. 18. Proyección de ingresos	59
Tabla 1. 19. Gastos de importación	60
Tabla 1. 20. Proyección de costos.....	60
Tabla 1. 21. Sueldos y salarios administrativos.....	61
Tabla 1. 22. Gastos administrativos.....	61
Tabla 1. 23. Proyección de gastos administrativos	61
Tabla 1. 24. Sueldos y salarios de ventas.....	62
Tabla 1. 25. Gastos de ventas.....	62
Tabla 1. 26. Proyección de gastos de venta	62
Tabla 1. 27. Depreciación de activos fijos	63
Tabla 1. 28. Amortización de activos diferidos	63
Tabla 1. 29. Gasto financiero	64
Tabla 1. 30. Resumen de costos y gastos	64
Tabla 1. 31. Estado de situación inicial	65
Tabla 1. 32. Estado de Resultados Integrales	67
Tabla 1. 33. Flujo de caja.....	68
Tabla 1. 34. VAN.....	69
Tabla 1. 35. TIR.....	69

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1. 1. Tabla de amortización	77
Anexo 1. 2. Proyección de ingresos.....	78
Anexo 1. 3. Proyección de costos	78
Anexo 1. 4. Depreciación de activos fijos	79
Anexo 1. 5. Proyección gastos administrativos	79
Anexo 1. 6. Proyección de gastos de ventas	80
Anexo 1. 7. Proyección de gastos financieros	80
Anexo 1. 8. Proyección de costos y gastos	81
Anexo 1. 9. Proyección de utilidades.....	81
Anexo 1. 10. Proyección flujos de caja.....	82
Anexo 1. 11. Financiamiento del negocio	82

RESUMEN

El presente trabajo se lleva a cabo en la ciudad de Guayaquil, en donde se realizó la investigación con un estudio de mercado. Esta investigación surge con la necesidad de conocer la factibilidad en la importación de neumáticos de la marca Qingdao, respecto a costos y calidad de los neumáticos ya comercializados en la ciudad.

A través de esta investigación se logró detectar posibles competidores y que factibilidad e impacto comercial tendría el introducir al mercado una nueva línea de neumático.

Esta investigación a su vez nos permitió tener información sobre posibles clientes y la demanda, además poder conocer la preferencia por algún tipo de marca en especial y su disposición a poder adquirir una marca distinta a las comercializadas en el mercado.

Además, se lleva a cabo un estudio sobre el plan de negocio de importar estos neumáticos desde China teniendo en cuenta la oferta y demanda del mercado.

El negocio el cual se evaluará su factibilidad consta desde el proceso de importar los neumáticos hasta la comercialización de los mismos.

Palabras clave: Negocio de importación de llantas de la marca Qingdao

ABSTRACT

The present work is carried out in the city of Guayaquil, where the research was carried out with a market study. This research arises with the need to know the feasibility of importing Qingdao brand tires, regarding the costs and quality of tires sold in the city.

Through this research, potential competitors will be detected and that a new line of tires will enter the market viability and commercial impact.

This research in turn allows us to have information about potential customers and demand, in addition to being able to know the preference for some type of brand in particular and its willingness to be able to acquire a brand other than those marketed in the market.

In addition, a study is carried out on the business plan to import these tires from China taking into account the supply and demand of the market.

Keywords: Qingdao brand tire import business

INTRODUCCIÓN

En el país la importación de neumáticos ha crecido paulatinamente ya que cuenta con una gran cantidad de empresas dedicadas a la comercialización de los mismos.

Teniendo en cuenta que en nuestro país la mayoría de clientes tiene preferencia por neumáticos extranjeros ya sea por su costo o calidad.

Por lo tanto, se lleva a cabo un estudio sobre un plan de negocio de importación de neumáticos de marca Qingdao que ofrezca un producto de calidad y a un mejor costo que pueda competir en el mercado.

En el capítulo uno abarcaremos temas teóricos que nos permitan entender sobre el negocio de importación de neumáticos en Ecuador.

En el capítulo 2 se desarrolla un estudio de mercado para conocer el impacto que tendría nuestro producto en los consumidores.

En el capítulo 3 presentaremos las distintas evaluaciones tanto en marketing, legal y financiero, así como también el análisis de factibilidad del negocio.

En la parte final de este proyecto se presenta las conclusiones y recomendaciones realizadas en base todas estas evaluaciones realizadas anteriormente.

Situación problemática

El trabajo de titulación surge como iniciativa para contribuir al dinamismo del sector comercial en neumáticos de la ciudad de Guayaquil, donde se pudo detectar diversas falencias relacionadas con la ausencia de una oferta comercial que represente a marcas internacionales en el Ecuador.

En base a los conocimientos de la carrera surge la necesidad de desarrollar un proyecto de Investigación con la firme intención de representar una marca en diseño de un modelo de negocio en la elaboración de un estudio de factibilidad de la importación de neumáticos Qingdao – Guayaquil. Este proyecto se desarrolla con el fin de conocer la viabilidad de hacer una inversión, comenzando con un estudio de mercado, el estudio técnico y operacional, así como el respectivo análisis financiero.

El negocio de neumáticos es uno de los mercados más rentables a nivel mundial. Muchas personas buscan para sus vehículos neumáticos de buena calidad y buen precio, existiendo así en el mercado una variedad de modelos y marcas para todo gusto y clase social.

Formulación o enunciado del problema

¿De qué manera se puede obtener rentabilidad con un plan de negocio en la importación de llantas y la oportunidad de mercado que implica la demanda insatisfecha de neumáticos a crédito, garantía y atención de calidad en la ciudad Guayaquil?

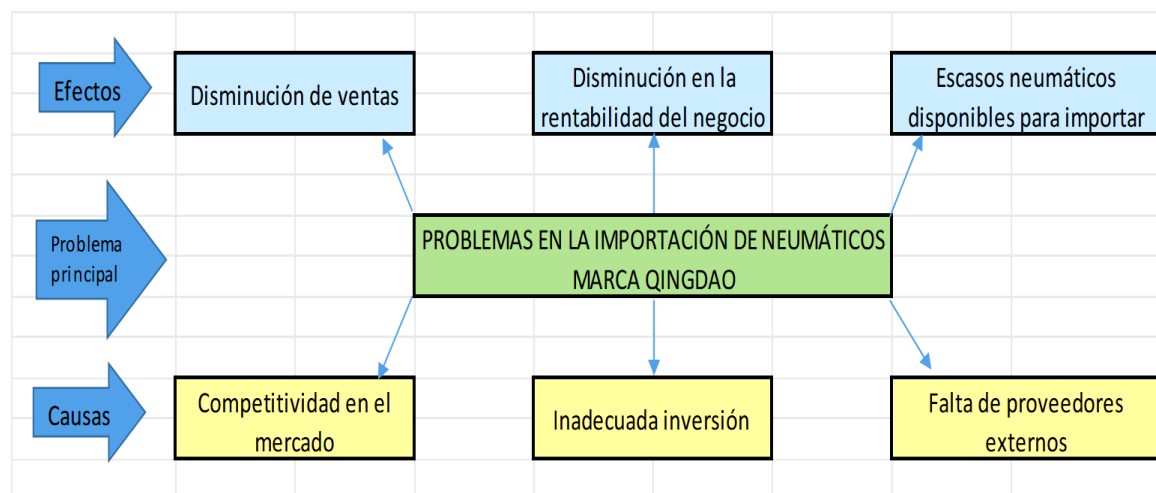


Gráfico 1. 1 Arbol de problemas

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Como se puede observar uno de los principales problemas es la dificultad en la importación de los neumáticos que se van a comercializar, generando así diversos efectos.

Justificación del problema

La ciudad de Guayaquil, al ser considerada una de las urbes más grandes del Ecuador, brinda a la población diversas oportunidades para emprender, siendo la actividad comercial una opción de las más seguras a la hora de invertir. Si bien es cierto, el comercio guayaquileño presenta abundancia y diversidad, la mayor parte de establecimientos de venta de neumáticos ubicados en la calle Ayacucho tienen un enfoque en sus instalaciones y atención empírico y no brinda la comodidad y confort que los clientes buscan en crédito y garantía.

Además, los negocios se encuentran en constantes cambios por el avance tecnológico, por lo cual Tecnollantas implementará estrategias innovadoras para captar la atención de los consumidores.

Es así que se pudo detectar que existe una importante demanda de una importadora de neumáticos en este sector con las cualidades mencionadas.

Objetivos de la Investigación

Objetivo general

Realizar el estudio de factibilidad de la importación de neumáticos Qingdao para la ciudad de Guayaquil, mediante la investigación de campo, con la finalidad de conocer los beneficios que representará el proyecto planteado.

Objetivos específicos

- Establecer aspectos técnicos como procesos y consideraciones comerciales operativas para el manejo de este servicio.
- Determinar la situación actual del mercado de llantas en la ciudad de Guayaquil.
- Analizar las situaciones del mercado, la competencia, proveedores y los requerimientos de los potenciales clientes.
- Investigar sobre el proceso de importaciones en Ecuador.
- Determinar la rentabilidad de un plan de negocios en importación de neumáticos

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

1.1. Comercio Internacional

1.1.1. Definición

El comercio internacional es aquel que incorpora tanto las importaciones como exportaciones de productos y servicios a nivel mundial.

Este comercio tiene referencia con todas las actividades comerciales de transferencia de bienes, ideas, tecnología, servicios, etc. a través de distintos países alrededor del mundo.

Este tipo de comercio está sujeto a las distintas disposiciones y regulaciones económicas que establecen los países para las importaciones y exportaciones.

No solo se comercializa bienes sino también servicios dentro de los cuales los que mayor impacto tienen son: automóviles, químicos, textiles, celulares y alimentos.



Ilustración 1. 1. Comercio internacional

Fuente: (Marquez, 2018)

Obtenido el 1 de septiembre del 2020

1.1.2. Importancia del comercio internacional

El comercio internacional ha permitido a varios países comercializar sus bienes y servicios alrededor del mundo.

Los elementos más importantes del comercio internacional son:

- El flujo de dinero entre los países ayuda a fortalecer la economía y tiende a generar acuerdos comerciales más fuertes.
- Tener ventaja comparativa en cuanto a costos ya que así los productos pueden ser más atractivos al consumidor.
- Permite el crecimiento económico ya que hay mejores oportunidades de desarrollo comercial.
- Mayor variedad en productos siendo más atractivos a los consumidores tanto en precios como calidad

1.1.3. Exportación e importación

Importación y exportación son actividades que se relacionan con el comercio internacional porque se lleva a cabo entre países.

A continuación, una breve diferencia entre ambos:

1.1.3.1. Definición de exportación

Se refiere a la venta de productos o servicios al extranjero. Muchas empresas deciden exportar sus productos o servicios por la gran demanda que pueda existir en el extranjero y que no hay internamente.

1.1.3.2. Definición de importación

Se refiere a la entrada de productos o servicios en el territorio nacional que provienen del extranjero.

Este tipo de comercio se debe a que muchas empresas estudian el mercado y deciden atender a la demanda local de bienes que no se pueden producir en el mercado interno.

1.1.4. Situación actual de las importaciones y exportaciones en el Ecuador

Actualmente no se ha evidenciado afectación en el comercio internacional a pesar de la pandemia mundial del coronavirus.

Según (Cámara Marítima del Ecuador, 2020)

Se evidenció un aumento del 20 % en las importaciones desde China en enero pasado en comparación con diciembre del 2019, al pasar de \$321 millones a \$384 millones. El crecimiento es similar al comparar enero del 2019 con enero del 2020. Los principales productos importados fueron celulares, fundición de hierro y acero sin alear y manufacturas de plástico



Ilustración 1. 2. Resumen de comercio exterior

Fuente: (Cámara de comercio de Guayaquil, 2020)

Obtenido el 1 de septiembre del 2020

1.1.5 Relación comercial ECUADOR- CHINA

Según (Cámara de comercio de Guayaquil, 2020):

China es considerada desde la década pasada como la segunda potencia económica detrás de Estados Unidos, en parte debido a su progresiva apertura económica con una industria desarrollada y preparada para la competencia global.

Una de las características de este repunte económico de China, es ser el mayor exportador del mundo, lo que le ha permitido mantener balanzas comerciales positivas con la mayoría de países, convirtiéndolo en el más grande acreedor mundial.

1.1.6. Productos de exportación

Entre los principales productos que Ecuador exporta tenemos:

- Camarón
- Petróleo
- Banano
- Minerales
- Madera

Según (Ecuador, Banco Central, 2020), indica que hasta el 2019 “refleja un incremento del 7,1% más de toneladas de lo que se exportó en el mismo periodo el año anterior.”

En base a datos del BCE tenemos las exportaciones por grupos de productos al 2020:

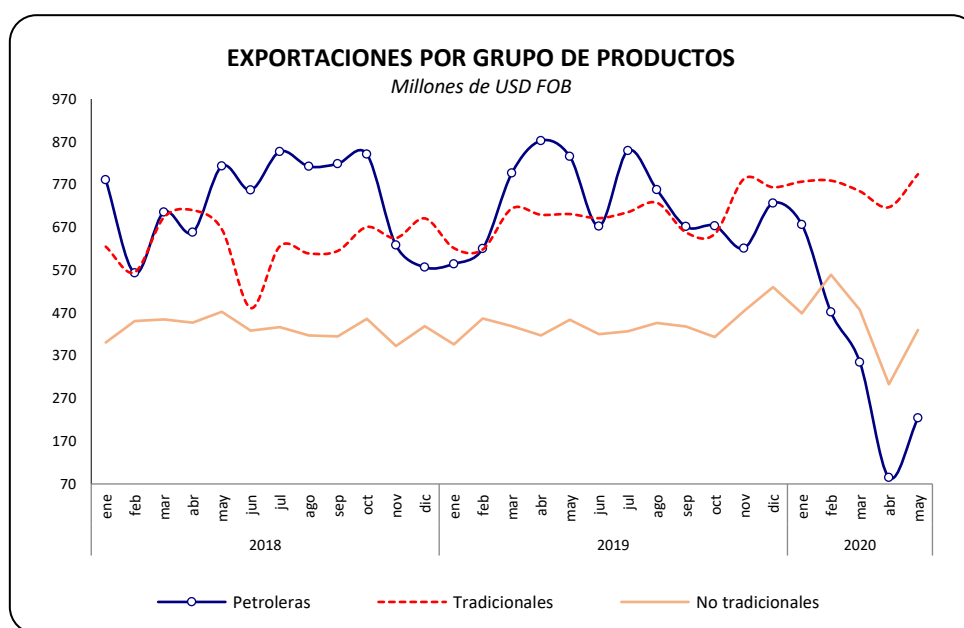


Ilustración 1. 3. Exportaciones por grupo de productos

Fuente: (Ecuador, Banco Central, 2020)

Obtenido el 1 de septiembre del 2020

1.1.7. Productos de importación

Los principales productos de importación del Ecuador son:

- Químicos orgánicos
- Maquinaria y equipos
- Medicamentos
- Plásticos y manufacturas
- Maquinaria eléctrica y sus partes

El sector industrial tiene los más altos porcentajes de importaciones para cubrir necesidades de productos a la población.

En base a datos del Banco Central del Ecuador tenemos las importaciones al 2020:

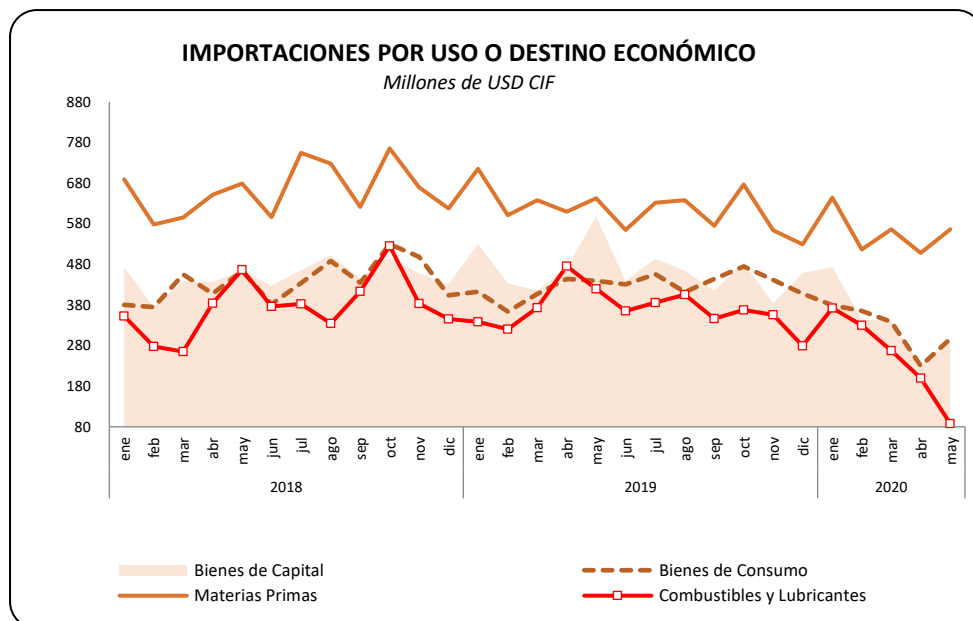


Ilustración 1. 4. Importaciones

Fuente: (Ecuador, Banco Central, 2020)

Obtenido el 1 de septiembre del 2020

1.1.8. Proceso de importación en el Ecuador

En el Ecuador pueden importar todas las personas naturales o jurídicas, ecuatorianas o extranjeras que estén registradas como importador en el sistema ECUAPASS y hayan sido aprobados por el SENA E.

1.1.8.1. Requisitos para ser importador

(Asesoría Legal en Trámites Aduaneros - Ecuador, s.f.), indica los siguientes pasos:

1. Obtenga el Registro Único de Contribuyente (RUC) que expide el Servicio de Rentas Internas (SRI).
2. Obtener el Certificado digital para la firma electrónica y Autenticación otorgado por el Banco Central del Ecuador y Security Data en: <http://www.eci.bce.ec/web/guest> y <http://www.securitydata.net.ec>
3. Registrarse en el Portal de ECUAPASS: <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>

4. Busque la asesoría y servicios de un Agente de Aduana de su confianza, quien realizará los trámites de desaduanización de sus mercancías o a través nuestro, puesto que contará no sólo con la persona encargada de desaduanizar sus cargas, sino además de un selecto grupo de profesionales expertos en materia aduanera, quienes lo asesorarán en todas sus dudas respecto a lo que se puede o no importar, permisos y requisitos a cumplir de acuerdo al tipo de mercancía que necesita importar. La Abogada María Fernanda Reyes le ayudará además en el caso de suscitarse problemas con su importación.

5. Una vez realizados los pasos anteriores, ya se encuentra habilitado para realizar una importación; sin embargo, es necesario determinar que el tipo de producto a importar cumpla con los requisitos de Ley. Esta información se encuentra establecida en las Resoluciones N°. 182, 183, 184 y 364 del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones (COMEX), <http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/>

1.1.8.2. Documentos necesarios por Aduana del Ecuador al llegar una importación

(Asesoría Legal en Trámites Aduaneros - Ecuador, s.f.), indica lo siguiente:

El Agente de Aduana debe realizar la Declaración Aduanera Única (DAI); enviarla electrónicamente a través del ECUAPASS, adjuntando los documentos exigidos por el SENA; cancelar la liquidación una vez generada por el funcionario de Aforo; y, acudir al aforo físico (en el caso de que haya sido derivado al Aforo Físico)

Entre los documentos que se deben adjuntar al trámite están:

- Original o copia negociable del Documento de Transporte.
- Factura Comercial.
- Póliza de seguro.

Dependiendo del tipo de producto a importar, también se requerirá. (Verifique la partida ingresando al ECUAPASS):

- Certificados de Origen de los países con los que el Ecuador mantiene acuerdos comerciales. En caso de no presentar dicho certificado el producto no podrá acogerse a la liberación arancelaria.
- Documentos de Control Previo (puede ser al embarque o a la presentación de la declaración aduanera), exigidos por regulaciones del COMEX y/o del Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador.

Además, indica:

Una vez aceptada la transmisión electrónica de la Declaración Aduanera en el ECUAPASS, se determinará el canal de aforo mediante la aplicación de criterios de análisis de riesgo; pudiendo ser este: físico, documental, o automático (canal verde).

- Según el Art. 66 Reglamento al Título de la Facilitación Aduanera para el Comercio del Libro V del COPCI, en las importaciones, la declaración se presentará en la Aduana de destino, desde 15 días calendario antes, hasta 30 días calendarios siguientes a la llegada de las mercancías. De no presentar la DAU dentro de este plazo, sus mercancías caerán en abandono tácito.

- Para aminorar el tiempo de desaduanización de sus mercancías, se recomienda hacer uso del Despacho Anticipado. (Asesoría Legal en Trámites Aduaneros - Ecuador, s.f.)

1.1.8.3. Impuestos a pagar en importaciones

(Asesoría Legal en Trámites Aduaneros - Ecuador, s.f.), indica lo siguiente:

Para poder obtener la Base Imponible se deberá obtener el valor CIF de su mercancía, que servirá para el cálculo de los impuestos. El valor CIF se obtiene de sumar:

- PRECIO FOB* (Valor de las facturas)
- FLETE (Valor del transporte internacional)
- SEGURO (Valor de la prima)

Los impuestos a pagar por el Importador será la suma de los siguientes valores:

AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)

Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador.

Porcentaje variable sobre el valor CIF, según el tipo de mercancía.

FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)

Impuesto que administra el INFA. 0.5% del valor CIF.

ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)

Administrado por el SRI.

Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.

SALVAGUARDA POR BALANZA DE PAGOS*

Son de 3 tipos:

(Recargo Ad-Valorem, Recargo Arancelario Especial adicional al arancel vigente, y Restricción Cuantitativa de Valor - cupos)

Impuesto que administra la Aduana del Ecuador. Restricciones temporales que se aplican solamente a ciertos productos importados.

IVA (Impuesto al Valor Agregado)

Administrado por el SRI. 12% del resultado de la suma de:

CIF + ADVALOREM + FODINFA + ICE + SALVAGUARDIA

IMPUESTO DE SALIDA DE DIVISAS

Impuesto que administra el SRI. 1% del CIF + Ajustes de Valor.

1.2. Comercio de llantas

1.2.1. Características de los neumáticos

(Motorpoint Networks S.A., 2017) Indica lo siguiente:

Ancho: uno de los primeros detalles a tener en cuenta es el ancho de neumático que necesitamos. Este puede ser consultado en la ficha técnica del vehículo donde se aconsejará la mejor medida y tendrá que ser acorde a las llantas que calce.

Perfil: a la hora de decidirnos por un neumático de perfil bajo o alto, se deberán tener en cuenta diferentes aspectos y es que aquellos de gomas finas consiguen un mayor agarre de frenada mientras los altos, hacen que el coche consuma menos, aunque, por ende, deberían ser menos seguros, aunque no siempre es el caso dependiendo de las condiciones del asfalto y del propio neumático.

Estructura del neumático: en busca del menor tiempo de reacción del coche o moto, los fabricantes de neumáticos están en constante evolución adaptando los neumáticos al tipo de pavimento donde mayor tiempo se rueda con diferentes tipos de estructuras.

Pulgadas: nos encontramos con las pulgadas que no son más que la medida de la que debe ser tu llanta para poder calzarla.



Ilustración 1. 5. Características de los neumáticos

Fuente: (Medina Rincon, 2013)

Obtenido el 10 de septiembre del 2020

1.2.2. Tipos de neumáticos

Hoy en día existen varios tipos de neumáticos entre los cuales se puede citar los más cotizados por los consumidores como lo indica (Servicios del Automóvil CLAXON S.A., 2018):

- **Neumáticos de verano**

Aunque es posible utilizarlos en cualquier época de año, los neumáticos de verano cuentan con un diseño y características de fabricación reforzadas para favorecer el agarre en carretera, disminuir la resistencia a la rodadura, permitiendo una conducción de mayor suavidad y precisión.

- **Neumáticos de invierno**

Los neumáticos de invierno ya han sido tratados al detalle en nuestro blog porque cada vez son más el número de conductores que, cuando llegan las bajas temperaturas, apuestan por ellos.

- **Neumáticos polivalentes**

Diseñados para vehículos de baja y media potencia como utilitarios, berlinas y monovolúmenes para circulación urbana y en autopista. Destacan por ser duraderos, seguros y diseñados para reducir el consumo de combustible.

- **Neumáticos de buenas prestaciones**

Indicados para coches de gama alta que precisan de gomas que aguanten bien la aceleración y el frenado, favorezcan el confort y ofrezcan las mejores prestaciones en coches deportivos.

- **Neumáticos de altas prestaciones**

Para vehículos capaces de alcanzar velocidades de 240 a 300 km/h, como berlinas de gran potencia y deportivos de alta gama. Este tipo de neumáticos se inspiran en las ruedas de competición mostrando excelentes resultados en precisión, adherencia y estabilidad en curvas.

- **Neumáticos semi slicks**

Con homologación para su uso en carretera y en circuitos.

1.2.3. Proceso de fabricación de llantas

1.2.3.1. Preparación del caucho

(Carrión Nin, 1999):

Mucha gente piensa que un neumático es un trozo de goma que se coloca sobre un lienzo. Como verá en esta explicación es demasiado simple.

El compuesto de caucho es un compuesto que incluye muchos insumos. Se pueden utilizar tanto caucho sintético como caucho natural. Considere el trabajo que deben realizar los neumáticos.

Debe soportar cargas pesadas y ser lo suficientemente flexible para resistir la deformación continua.

Debe ser capaz de resistir los efectos nocivos de la grasa, la grasa, el oxígeno y la luz solar, y los efectos nocivos son el principal enemigo del caucho, debe brindar seguridad en el uso y al mismo tiempo proporcionar un buen kilometraje.

Para obtener todas estas propiedades es necesario mezclar muchos ingredientes con el caucho para modificarlo y convertirlo en un producto útil.

Además, indica:

Entre los ingredientes más utilizados en los compuestos de caucho, tenemos:

- Negro de humo. Incrementa la consistencia y dureza.
- azufre. Se utiliza para vulcanizar o "curar" el caucho y transformarlo en productos útiles.
- Cemento y pintura. Utilizado para construcción y acabado.
- Rayón y fibra de acero. Fortalece la llanta.
- Caucho sintético natural. El material principal en la fabricación.
- Antioxidante y antiozonante. Resiste los efectos dañinos de la luz solar y el ozono, lo que hace que los neumáticos sean más duraderos.
- Grasa. Hace que la mezcla sea más maleable y ayuda a mezclar todos los ingredientes.

Después de muchas pruebas de laboratorio diferentes, estos insumos se mezclan de acuerdo con fórmulas o recetas científicas. (Carrión Nin, 1999)

1.2.3.2. Preparación de las pestañas

(Carrión Nin, 1999):

Si observa la sección transversal del neumático, encontrará un montón de cables de acero chapados en bronce dentro de cada borde del neumático. Esto se llama pestaña. Hacer pestañas en una sección que consta de cuatro máquinas, cada máquina tiene funciones diferentes pero complementarias, son:

- Máquina de tubos anulares. Alambre de acero revestido de caucho para línea de extrusión.
- Ring. Enrolle el cable cubierto de acuerdo con el número especificado de vueltas y la circunferencia interior para formar el anillo de la llanta.
- Máquina de embalaje. Envuelva los bucles en una espiral con cinta de tela cuadrada para mantener juntas las diferentes capas de alambre y evitar que se deshagan durante el procesamiento.
- Máquina de ala de fila. Coloque una cinta hecha de una pieza cuadrada gruesa de tela y cubra las aletas del aro a lo largo de su circunferencia.

1.2.3.3. Preparación del rodante

(Carrión Nin, 1999) indica:

Tubular o extrusión es un método comúnmente utilizado en la industria del caucho. La pipeta es una máquina compuesta por un cuerpo cilíndrico, un tornillo anular y una cabeza, en la que se instala un molde (matriz) especialmente diseñado para cada pieza a obtener.

Una forma fácil de visualizar el funcionamiento del tubo es compararlo con presionar un tubo de pasta de dientes, haciendo esto, forzamos la pasta a través de la boca del tubo. Normalmente, la pasta saldrá por la boca, pero si se cambia la forma de la boca, la pasta tendrá una forma diferente.

A diferencia del tubo de pasta de dientes, el contenido de pasta de dientes es limitado, para el dispensador de pasta de dientes tubular, debemos agregar continuamente caucho al caucho durante el proceso de extrusión, esto se hace mediante un par de alimentadores.

La hoja de caucho de Banbury se carga en el primer laminador para calentar, y luego ingresa al segundo laminador, dándole un grosor específico y alimentando el tubo pequeño con una tira continua de ancho especificado desde allí, pasando a través de la cinta transportadora.

Cuando la placa rodante sale de la boquilla de la pipeta, pasa a través del tanque de enfriamiento y luego se corta en trozos de una longitud específica y se almacena en un carro especial para evitar que se ensucie y se deforme.

El último paso en la preparación de la rueda es cortar su extremo a una cierta inclinación (desviación), lo que ayudará a la rueda en la construcción de la llanta.

1.2.3.4. Preparación de los pliegues

(Carrión Nin, 1999) indica:

Los tejidos son unas pocas piezas de tela (rayón, nailon, fibra de vidrio o acero), inicialmente un rollo de 1000 metros de largo, luego se cubre con goma en una calandra y se corta en varios tamaños y ángulos en una mesa de corte y se cose para su almacenamiento

1.2.3.5. Construcción de la llanta

(Carrión Nin, 1999) indica:

En esta parte de la llanta se utiliza el material preparado en la parte anterior.

Para los neumáticos de automóvil, esto se hace aplicando los diferentes componentes del neumático al tambor giratorio con la ayuda del "castillo", donde se colocan las placas y otros materiales que se utilizarán en la estructura.

Para los neumáticos de camión, se utilizan tiras listas para usar, por lo que no hay un "castillo" auxiliar para esta estructura.

Además, indica:

La cinta OTR está construida sobre una mesa especial con una longitud de 9 metros y un ancho de 2 metros, debido a su gran tamaño, no se puede procesar en el tambor.

- Carcasa- o conjunto de láminas que soportan la presión interna y tienen una fuerte resistencia para soportar el impacto de rodadura y la distorsión interna provocada por el funcionamiento y frenado.
- Brida. -Es parte integrante de la carcasa y su función es fijar la llanta a la llanta del vehículo.
- Rodante. -También llamada huella es la parte en contacto con el suelo. Está hecho de un compuesto de caucho resistente y está diseñado para servir neumáticos. (Carrión Nin, 1999)

1.2.3.6. Vulcanización de la llanta

(Carrión Nin, 1999) señala:

Todos los neumáticos se vulcanizan en un vulcanizador. En el vulcanizador, las propiedades del compuesto sufren cambios químicos, de modo que el azufre reacciona con el caucho a través de factores físicos como el tiempo, la temperatura y la presión.

La llanta se coloca automática y manualmente en la prensa mediante un equipo especial. En estas prensas, el molde instalado proporcionará el diseño ("colocación") en las dimensiones finales de la banda de rodadura y la llanta.

1.2.3.7. Control de calidad de la llanta

(Carrión Nin, 1999) indica:

La calidad de un producto se define como el grado en que las características del producto cumplen con los requisitos de los usuarios.

Desde esta perspectiva, todos los factores que afecten al producto o sus características afectarán su calidad, por lo que es necesario mantener un control constante durante todo el proceso de fabricación.

El proceso de control de calidad comienza con el control de calidad de las materias primas involucradas en la composición relevante del neumático.

Esto se realiza en un laboratorio debidamente equipado utilizando procedimientos físicos y químicos preestablecidos, comparando los resultados con los estándares o parámetros de calidad establecidos.

Cuando se inicia el proceso de fabricación en sí, se certifica la calidad de la mezcla por gravedad específica, velocidad de vulcanización, viscosidad, dispersabilidad del negro de humo, etc., mientras que el control de calidad puede verificar que los procedimientos de pesaje de los componentes y sus componentes se mezclan de acuerdo con los estándares existentes.

Luego, es necesario seguir controlando en las distintas etapas de producción para verificar las condiciones de trabajo, adecuada preparación del compuesto, tamaño, temperatura, etc., que están íntimamente relacionados con el análisis de laboratorio de las muestras en determinadas etapas de todo el proceso.

También controla la estructura del neumático, no solo verificando el estado y tamaño del material, sino también el proceso de montaje en sí y el funcionamiento de la maquinaria.

Finalmente, en la etapa de vulcanización se debe controlar la temperatura, la presión y el tiempo para asegurar la calidad del neumático vulcanizado.

El producto terminado debe ser muestreado estrictamente mediante control de calidad para asegurar un control adecuado de las características del producto.

También es necesario evaluar continuamente los neumáticos mediante pruebas de rendimiento en el laboratorio y en determinadas condiciones en carretera, y pruebas de desgaste comparativas continuas en diferentes rutas.

1.2.4. El negocio de llantas

(Cohen, 2018) indica:

Ser propietario de un negocio de neumáticos en el siglo XXI significa que proporcionará productos que la mayoría de la gente no puede dejar de comprar, pero la mitad de la receta del éxito depende de que hacer frente a sus competidores.

- Cree un plan de negocios para la tienda que lo ayude a comprender a dónde ir. Haga una lista del equipo, suministros y materiales necesarios para comenzar su negocio desde cero, de modo que el prestamista sepa que ha cubierto cuidadosamente todos los aspectos básicos.
- Adquiera sistemas informáticos y programas de contabilidad fáciles de usar. Busque el consejo de personas que ya están haciendo negocios para que su negocio siga creciendo.
- Solicite un préstamo comercial. Si tiene una buena relación con una agencia de crédito local o está buscando una organización sin fines de lucro que le ayude a iniciar un nuevo negocio, busque efectivo localmente.
- Investigue las fuentes de riesgo de acciones, si no le importa dejar que otros monitoreen su negocio para vigilar de cerca sus fondos prestados. Persuadir al prestamista para que le brinde la capacidad de operar un negocio de llantas describiendo su experiencia laboral, educación y antecedentes de solicitud.
- Encuentre el lugar adecuado para su tienda, preferiblemente un área con alto tráfico comercial. Determine la cantidad de pies cuadrados y la demanda pendiente comenzando desde cero con áreas de servicio y centros de ventas. Además, si prefiere iniciar un negocio que ya incluye el equipo, los suministros y los materiales (generalmente inventario) en la transacción,

busque negocios de neumáticos existentes en el mercado. Como parte de la transacción, negocie su lista de clientes con el propietario saliente.

- Familiarizado con la industria de distribución de neumáticos para comprender las tendencias y los cambios en materiales, ingeniería, marketing y prácticas comerciales.
- Únase a una organización sin fines de lucro dedicada a brindar servicios a minoristas de llantas y lea las publicaciones comerciales (enlace a continuación) para mantenerse informado. Se espera que estas entidades le brinden capacitación avanzada en todos los aspectos del negocio minorista de llantas, por lo que una vez que comience a operar, no solo se convertirá en un comerciante, sino también en un experto en el campo.

1.2.5. Generalidades

1.2.5.1. Historia de las llantas

(Diario El Comercio, 2012) dice lo siguiente:

Fue la empresa Goodyear la que descubrió en 1839 la vulcanización del caucho. Más tarde, el visionario John Boyd Dunlop, veterinario escocés que vivía en Irlanda, fue quien inventó el neumático en 1887.

Diseñó una ‘cámara de aire’ envuelta en una tela de algodón tejido, que pegó y clavó en un aro de madera. El resultado fue tan rústico como eficaz.

El 23 de julio de 1888, J.B Dunlop registró la patente que iba a revolucionar la rueda. Cerca de 1891 los hermanos André y Edouard Michelin inventan el neumático desmontable, lo que revolucionó la llanta y permitió su adopción por la industria y el deporte del automóvil.

Hacia 1910, los neumáticos se equiparon con un aro metálico en el talón, destinado a mejorar la rigidez total de la rueda. También se adoptaron estructuras y se añadió una base de carbón para aumentar su resistencia a la abrasión.

Además, indica:

En 1915, los alemanes pusieron a punto un caucho sintético. En los años 1920, la tela tejida desapareció y fue sustituida por tejidos con cables de metal sin trama.

En 1937, Michelin creó la carcasa de acero.

El 4 de junio 1946 Michelin inventa y patenta la llanta radial que desde entonces ha sido utilizado por todos los fabricantes. El primer auto equipado con dichos neumáticos fue el Citroën con tracción delantera.

En 1955, Michelin inventó el neumático sin cámara de aire (denominado Tubeless).

En 1962, Bridgestone desarrolló sus primeras llantas de estructura radial en acero japonés para camiones y autobuses y los primeros neumáticos de estructura radial para vehículos particulares, a mediados de 1964.

En 1965, BFGoodrich fabricó el neumático radial americano: el Lifesaver. En 1971 los neumáticos GoodYear pisan la luna.

En 1972, Continental lanzó el neumático de invierno sin clavos: ContiContact.

En 1977 Las llantas BFGoodrich equiparon el trasbordador espacial Columbia En los años 80, Pirelli inventa los neumáticos de perfil bajo, una innovación tecnológica fundamental que permite reducir la altura de los flancos.

En 1981, el Michelin Aire X se convirtió en el primer neumático radial para aviones.

1992, GoodYear puso a punto el primer neumático sin aire que permite, después de un pinchazo, seguir rodando a velocidad reducida durante un número de kilómetros limitado. En 1992, Michelin asoció un sílice original y un elastómero sintético. Esta mezcla permite en adelante la fabricación de neumáticos que presentan una baja resistencia a la rodadura y una buena adherencia sobre suelos fríos, sin perder su calidad de resistencia al desgaste. Esta innovación ha dado lugar a las gamas denominadas de 'baja resistencia a la rodadura' que permiten disminuir el consumo de combustible de los vehículos.

En 1997, Bridgestone entró en la competición de la categoría Fórmula 1. Los bólidos equipados con neumáticos Bridgestone Potenza consiguieron cuatro podios durante esa temporada.

En 1999, Dunlop presentó un sistema de control para neumáticos: Warnair. Esta llanta detecta rápidamente las pérdidas de presión e informa al conductor a través de avisos sonoros o visuales.

En el 2001, Michelin puso a punto una nueva tecnología para neumáticos de avión que permite al Concorde volver a despegar: la tecnología radial NZG. En el 2002, las marcas Bridgestone y Continental anunciaron en el Salón de Ginebra una cooperación técnica para el desarrollo conjunto de un neumático con tecnología Runflat. (Diario El Comercio, 2012)

1.2.5.2. Posicionamiento del negocio de llantas

Según (Sánchez Galán, 2020) indica lo siguiente:

El posicionamiento es un concepto de marketing basado en la colocación por parte de las empresas de sus marcas en el imaginario colectivo de los consumidores.

Por medio de mecanismos de mercadotecnia las compañías hacen que los clientes tengan una percepción particular de ellas. De esto trata el posicionamiento.

A través del posicionamiento, una compañía persigue contar con una posición distinguida y positiva en cuanto a las opiniones que sus potenciales clientes puedan tener de ella. Este conocimiento ayuda a la creación de diferentes acciones en la vida de una firma u organización y a la toma de decisiones, especialmente en el ámbito de la mercadotecnia.

El posicionamiento es un importante mecanismo en términos de medición de competencia, ya que las empresas buscan conocer lo que provocan en las personas frente a la reacción por parte de estas frente a sus habituales competidores, valorando esta percepción y sacando conclusiones de dicho análisis de cara a futuras estrategias de marketing.

Alternativamente, el posicionamiento permite a las empresas conocer si la imagen que desean proyectar al mundo es la que es recibida por parte de los consumidores de sus bienes y servicios, afectando esta comparación a la imagen de marca, la reputación y la imagen corporativa.

1.2.5.2.1. Elementos comunes

(Sánchez Galán, 2020) :

- Un buen posicionamiento debe ir de la mano de la diferenciación respecto a competidores, buscando la distinción y la originalidad a la vez que se evita la repetición y la copia.
- No debe dar lugar a equívocos, pues debe servir para dar una imagen fiel sobre la naturaleza de la firma y las virtudes únicas de sus productos.
- Todo lo relacionado con la estrategia de posicionamiento tiene que ser perfectamente medible desde el punto de vista económico, de cara a la búsqueda de rentabilidad.
- El posicionamiento en marketing debe ser sinónimo de la creación de valor y nunca debe deteriorar la imagen de la empresa o su funcionamiento en el mercado.

1.2.5.2.2. Bases de posicionamiento

(Sánchez Galán, 2020) indica:

A menudo las compañías tienen en cuenta una serie de elementos sobre los cuales construir una estrategia de mejora de posicionamiento. En ese sentido, es habitual tener en cuenta factores como la antigüedad e historia de una marca, su importancia para tejido económico de un territorio, su número de empleados, su nivel de liderazgo en el mercado en términos económicos o de innovación o, muy comúnmente el rango de precios de sus bienes y servicios.

1.2.5.2.3. Estrategias

(Moraño , 2010) indica las siguientes estrategias:

- Basada en un atributo: centra su estrategia en un atributo que le permite diferenciarse, como puede ser la antigüedad de la marca o el tamaño. Las marcas que basan su estrategia de posicionamiento en un solo atributo, pueden fortalecer su imagen en la mente del consumidor con mayor facilidad que las que intentan basar su posicionamiento en varios atributos.
- En base a los beneficios: destaca el beneficio de un producto, como pueden ser el aliento fresco proporcionado por un chicle o los dientes blancos prometidos por un dentífrico blanqueador.
- Basada en el uso o aplicación del producto: destaca la finalidad de un producto, como pueden ser las bebidas energéticas para los deportistas o los productos dietéticos destinados a personas que quieren perder peso.
- Basada en el usuario: está enfocado a un perfil concreto, que identificamos en sus gustos, pasiones o preferencias. Una forma bastante efectiva de posicionamiento es que una celebrity sea la imagen asociada a la marca, de este modo es más sencillo comunicar el posicionamiento de nuestra marca a aquellas personas que se sientan identificadas o que aspiren a ser como esta celebrity.

Frente a la competencia: explota las ventajas competitivas y los atributos de nuestra marca, comparándolas con las marcas competidoras. Es una estrategia que tiene como ventaja que las personas comparamos con facilidad, así que conseguir que nuestra marca este comparativamente posicionada por encima de las demás, puede suponer una garantía de compra.

Además, señala:

No siempre nos podemos posicionar frente a la competencia como la mejor marca o la marca líder, así que esta estrategia presenta dos variaciones:

- a. “Líder: es el que primero se posiciona en la mente del consumidor y consigue mantener su posición” (Moraño , 2010)
- b. “Seguidor o segundo del mercado: la estrategia del número dos puede fundamentarse en aspectos como ser una alternativa al líder o una opción más económica.” (Moraño , 2010)
- En base a la calidad o al precio: el producto puede centrar su estrategia en esta relación de calidad y precio, o centrarse únicamente en uno de los dos aspectos:
 - a. “Asociando la marca a un precio muy competitivo o un precio muy elevado, que habitualmente esté vinculado a la exclusividad o al lujo.” (Moraño , 2010)
 - b. “Una calidad superior a las demás marcas del mercado.” (Moraño , 2010)
- Según estilos de vida: este tipo de estrategia de posicionamiento se centra en los intereses y actitudes de los consumidores, para dirigirse a ellos según su estilo de vida.

Errores de posicionamiento más comunes:

- “Sobre posicionamiento: el consumidor percibe imagen demasiado limitada o estrecha de la marca. Este tipo de error puede provocar que algunos clientes potenciales creen que nuestra marca esta fuera de su alcance o que no se dirige a ellos.” (Moraño , 2010)
- “Subposicionamiento: este error genera una idea vaga de la marca en la mente de los consumidores. De este modo no consigue diferenciarse.” (Moraño , 2010)
- “Posicionamiento dudoso: las promesas de la marca son poco creíbles por parte de los consumidores. Casos como un precio que se considere sospechosamente bajo o beneficios que el consumidor crea inverosímiles pueden provocar rechazo.” (Moraño , 2010)

- “Posicionamiento confuso: si la marca no define claramente su posicionamiento, lo cambia con demasiada frecuencia o intenta posicionarse en segmentos distintos. La imagen queda diluida en la mente del consumidor y genera confusión.” (Moraño , 2010)

Adicional indica:

Una forma de simular el posicionamiento de una marca es una matriz de posicionamiento, esta matriz es posible obtenerla a partir de un estudio de mercado cualitativo (focus groups, entrevista en profundidad a expertos...) o cuantitativo (análisis de correspondencias), en la que situaremos sobre un mapa perceptual nuestra marca, las marcas competidoras y una serie de atributos asociados que son relevantes para el consumidor.

Este mapa nos permitirá analizar la percepción del consumidor sobre las distintas empresas, marcas o productos que compiten en un mercado, obteniendo un gráfico que nos permita visualizar la imagen y el posicionamiento de estas marcas. Estos datos nos pueden proporcionar las siguientes aplicaciones:

- Visualización de los fenómenos de competencia en un mercado: a partir de este mapa podemos observar cómo está posicionada nuestra marca y analizaremos si es conveniente posicionar o reposicionar nuestra marca según la competencia, las zonas atractivas del mercado, los huecos interesantes que puedan existir donde no se hayan posicionado otras marcas.
- Visualización del posicionamiento del ideal del mercado: podemos generar un punto ideal en el mapa para estudiar cuales son las marcas más cercanas y más lejanas a este punto, y los motivos de su situación.
- Ingeniería de imagen: podemos efectuar simulaciones para analizar cuál sería el posicionamiento teórico de nuestra marca en el caso que esta invirtiera más recursos en aumentar su asociación a ciertos atributos. (Moraño , 2010)

1.2.5.3. Diferencia entre llanta y neumático

(Selcus Blog, 2017) indica que:

Las llantas son también llamadas en algunos países rines (en singular rin), por la influencia de la palabra en inglés ring. La traducción es “aro”, lo cual nos indica a qué parte del coche se refiere. Son las piezas metálicas o soportes de forma circular en las que se sostiene un neumático. Los neumáticos son las ruedas de los coches que son de caucho y las llantas son las

que permiten que la forma redonda de la parte de caucho se mantenga. Por lo general, las llantas tienen aberturas en el disco que las conforma. La razón es proporcionar ligereza y flujo de aire en la pieza.

Normalmente los vehículos vienen con llantas de fabricación. Son completamente funcionales y adaptadas a las características del coche. Cuando el dueño del auto cambia las llantas sin que se hayan deteriorado, por lo general se debe al deseo de darle un toque personal (estético) mediante la personalización de sus llantas o a satisfacer una necesidad específica.

Además, indica:

Las llantas se clasifican según el material del que están hechas:

- Llantas de acero: eran las más comunes en el mercado hasta hace algunos años. También son las más económicas, aunque eso no implica que sean de mala calidad. Si el precio es un factor importante para elegir una llanta, son una buena opción. Eso sí, son las más pesadas de todos los tipos de llantas. El material, que es acero suave, facilita su reparación.
- Llantas de aluminio: ahora son las más utilizadas por los fabricantes de coches. Esta preferencia se debe a su buena relación de calidad, coste y peso (pesan menos que las llantas de acero). También son muy resistentes y ofrecen gran variedad de diseños y alternativas.
- Llantas de magnesio: similares a las llantas de aluminio, pero más ligeras. Son más costosas de reparar y mantener. Son más resistentes que el acero. No son apropiados para usarse en vías difíciles a diario, pues tienden a oxidarse. Son las llantas más usadas en coches de carrera por ejemplo.
- Llantas de aleación: en la fabricación de este tipo de llanta se pueden mezclar materiales como el magnesio y el aluminio. La finalidad es crear una llanta más resistente y ligera a la vez.
- Llantas de fibra de carbono: son una innovación. Ligeras y resistentes, pero de coste bastante elevado.
- Llantas cromadas: pueden estar hechas de cualquier material. Posteriormente se les da un baño químico de cromo. Esto les da una apariencia de espejo. Su diferencia está en el aspecto estético que ofrecen. (Selcus Blog, 2017)

Adicional señala:

Los neumáticos tienen distintos nombres según el país en que se encuentre: caucho, cubierta, goma e incluso llantas en algunos países latinoamericanos. Se coloca sobre las llantas. Su función es el control del coche mediante el contacto con el pavimento por fricción y adherencia. Además de facilitar la rodada, las llantas de metal protegen al neumático. Es el único, entre todas las partes del coche, que tiene contacto con el suelo. El comportamiento del coche, cómo se desliza y su estabilidad dependen de los neumáticos. Los neumáticos, al igual que las llantas, también tienen mucha influencia en la estética del coche.

Las funciones de los neumáticos en el desempeño del coche son:

- Dar comodidad al conductor: cuando el coche rueda de forma segura, el conductor tiene una mejor sensación y más seguridad. Además, amortiguan cualquier irregularidad en la vía.
- Transmiten la potencia del motor: los neumáticos permiten tomar mejor las curvas y son determinantes a la hora de acelerar y frenar.
- Guían el coche: los buenos neumáticos dan seguridad a la hora de enfrentarse a cualquier tipo de suelo o de condición climática. (Selcus Blog, 2017)

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

2.1. Métodos de Investigación

2.1.1. Método lógico deductivo

Este método consiste en aplicar principios en base a ciertos criterios de juicio. Se basa en encontrar consecuencias a partir de principios conocidos.

2.1.2. Método deductivo directo

Es un método basado en el razonamiento y la lógica, que a partir de premisas obtiene una conclusión verdadera y única.

2.1.3. Método deductivo indirecto

Este método consiste en comparar dos premisas para obtener una conclusión final.

2.1.4. Método lógico inductivo

Este método parte de casos particulares hacia una conclusión universal.

2.2. Enfoque de la investigación

Existen dos tipos de enfoques: cuantitativo y cualitativo.

2.2.1. Enfoque cuantitativo

En este enfoque la recolección de datos es equivalente a medir, quiere decir asignar números a objetos y eventos de acuerdo a reglas.

La intención es tener exactitud en mediciones o indicadores sociales con el fin de obtener resultados amplios.

No obstante, es muy importante el método o instrumento de medición para obtener los datos que se evaluarán e indiquen con exactitud y eficiencia lo que se desea medir.

2.2.2. Enfoque cualitativo

Este enfoque estudia la realidad sacando interpretaciones de sucesos personales o reales. Se utiliza como instrumentos de medición las entrevistas, imágenes, observaciones, etc. La diferencia con el enfoque cuantitativo es que no se recogen datos para evaluar modelos o hipótesis, sino que se sigue una investigación flexible en base a sucesos o interrogantes formuladas.

2.3. Técnicas de recolección de datos

2.3.1. La encuesta

En esta técnica consiste en obtener información en una población o muestra a través de un cuestionario diseñado a base de preguntas relacionadas a los indicadores que desea medir en base al problema de investigación.

2.3.2. La entrevista

Es un diálogo entre personas, el entrevistador y el entrevistado, que tiene como objeto obtener respuestas verbales a interrogantes planteadas sobre un problema específico.

2.3.3. Análisis documental

Esta técnica tiene como propósito obtener datos de fuente secundaria, es decir, de libros, revistas, folletos, etc. Se recolectan datos en base al problema planteado.

2.4. Instrumento de investigación utilizado

En este proyecto de investigación se utilizó la recolección de datos en base a una encuesta realizada mediante el recurso digital, es decir, online.

Estos datos se procesaron y se muestran a continuación con sus respectivos cuadros estadísticos y análisis.

Antes de desarrollar la encuesta se procedió a identificar nuestra población y muestra objeto de análisis.

2.4.1. Población

Una población en estadística es el conjunto de individuos que presentan un rasgo característico objeto de estudio.

Para este trabajo de investigación se establece como población a todos los posibles clientes de la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

2.4.2. Muestra

Una muestra es una parte de la población que se va a estudiar para luego representarla. La muestra se obtuvo en base a un muestreo simple aleatorio, esto quiere decir que los elementos elegidos han sido aleatorios entre los N de la población.

En este caso la muestra es de 500 personas que respondieron la encuesta online.

A continuación, se muestra las preguntas y resultados:

2.4.3. Validación del instrumento utilizado

1. ¿El vehículo es de su propiedad?

Pregunta 1	Cantidad	Porcentaje
Si	420	84%
No	80	16%
Total	500	100%

Tabla 1. 1. Pregunta 1

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

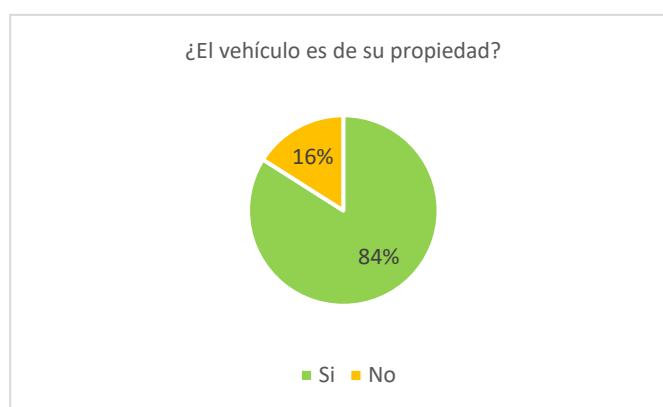


Gráfico 1. 2. Pregunta 1

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Análisis:

En esta pregunta se puede observar que el 84% de los encuestados posee un vehículo propio lo cual permite una mejor obtención de datos en base a preferencias de neumáticos.

2. ¿Qué tipo de vehículo tiene?

Pregunta 2	Cantidad	Porcentaje
Automóvil	325	65%
Camioneta	80	16%
Otro	95	19%
Total	500	100%

Tabla 1. 2. Pregunta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal

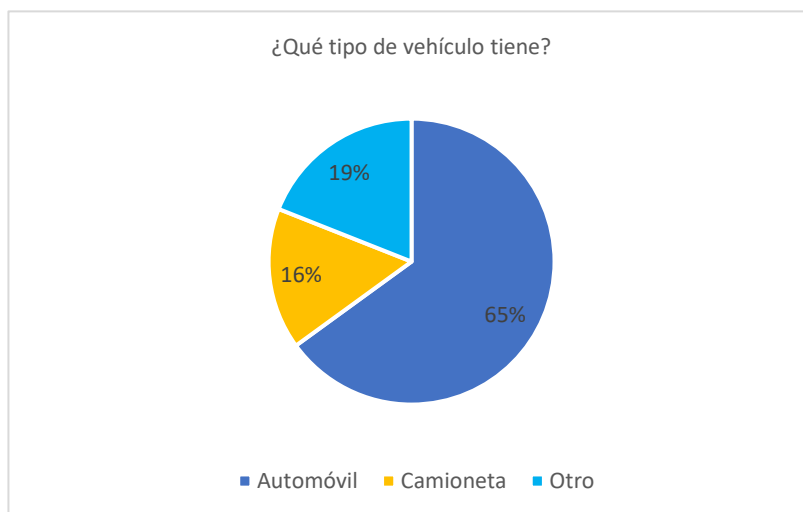


Gráfico 1. 3. Pregunta 2

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Análisis:

El 65% de los encuestados indica que poseen un automóvil, el 16% camioneta y el 19% restante otro tipo de vehículo; con esto podemos inferir que tipo de neumáticos usan en cuanto a medidas y así conocer cual tendría mayor demanda.

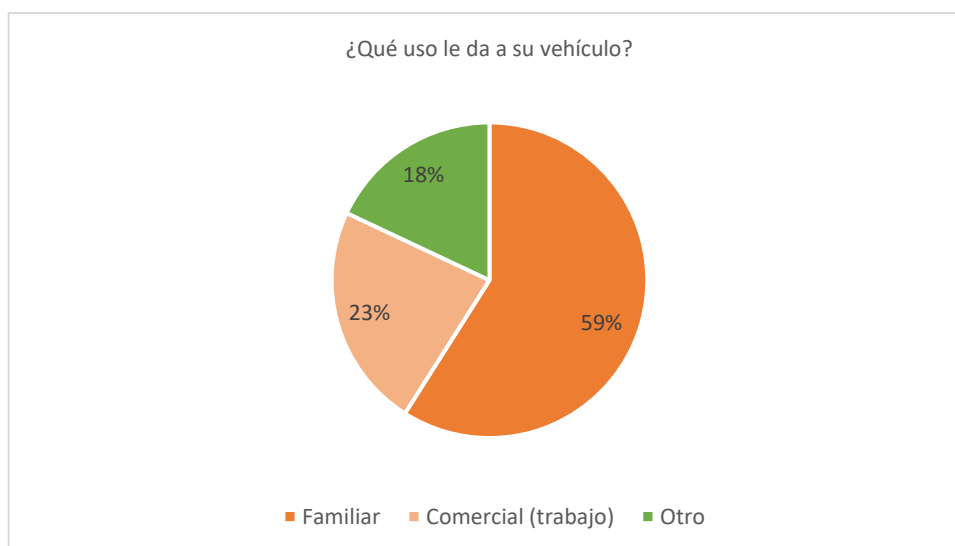
3. ¿Qué uso le da a su vehículo?

Pregunta 3	Cantidad	Porcentaje
Familiar	295	59%
Comercial (trabajo)	115	23%
Otro	90	18%
Total	500	100%

Tabla 1. 3. Pregunta 3

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthf Quelal Amador



Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthf Quelal Amador

Análisis:

El 59% de los encuestados le dan a su vehículo un uso familiar, el 23% para el trabajo y el 18% otro uso. Es importante conocer que uso le dan a su vehículo para poder satisfacer esas necesidades y brindar un producto apegado a lo que prefiere el consumidor.

4. ¿Qué marca de llantas usa su vehículo?

Pregunta 4	Cantidad	Porcentaje
General	230	46%
Continental	128	26%
Good year	60	12%
Yokohama	57	11%
Otro	25	5%
Total	500	100%

Tabla 1. 4. Pregunta 4

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesley Sthyf Quelal

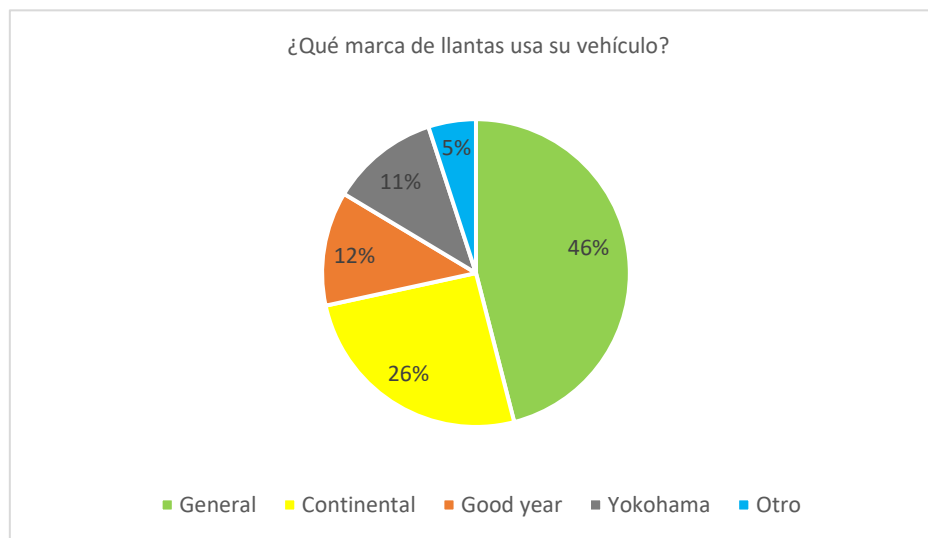


Gráfico 1. 5. Pregunta 4

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesley Sthyf Quelal Amador

Análisis:

En este gráfico podemos observar que las marcas preferidas son General y Continental, pero sin dejar de observar que el 28% prefiere otro tipo de marca de llantas. Con esto podemos darnos cuenta cual es la preferencia en cuanto a marcas y calidad del producto.

5. ¿Conoce sobre alguna marca de llantas china?

Pregunta 5	Cantidad	Porcentaje
Si	391	78,20%
No	109	21,80%
Total	500	100%

Tabla 1. 5. Pregunta 5

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal

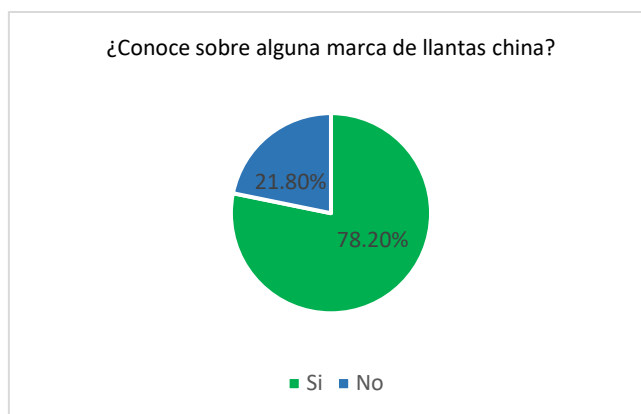


Gráfico 1. 6. Pregunta 5

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Análisis:

Podemos observar que el 78,20% de los encuestados conoce sobre alguna marca de llantas chinas; por lo tanto, podríamos inferir que una nueva marca de llanta china si tendría acogida dentro de los consumidores.

6. ¿Qué rango de calidad le daría usted a las llantas chinas?

Pregunta 6	Cantidad	Porcentaje
Excelente	295	59,00%
Buena	128	25,60%
Mala	52	10,40%
Regular	25	5,00%
Total	500	100%

Tabla 1. 6. Pregunta 6

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

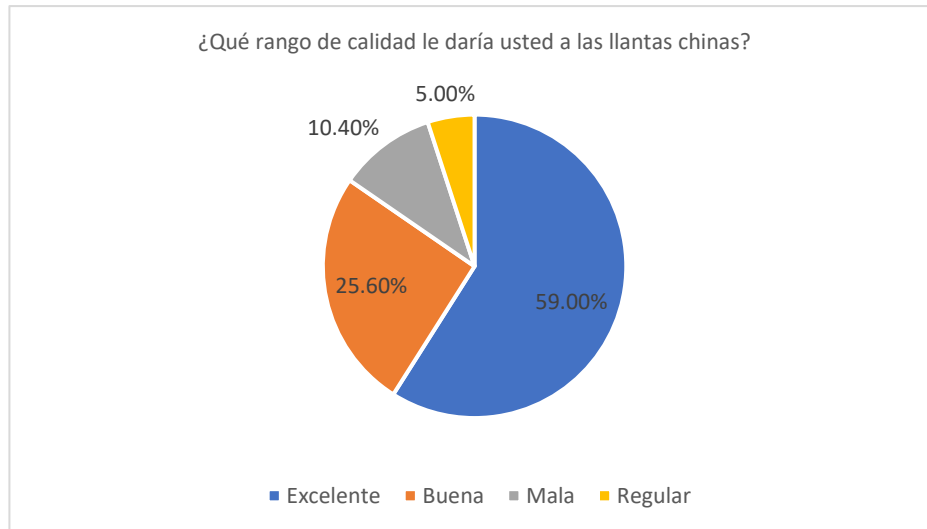


Gráfico 1. 7. Pregunta 6

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Análisis:

Este gráfico nos muestra que el pensamiento sobre la calidad de las llantas chinas es bueno, lo que genera una ventaja ya que pueden cubrir las expectativas del cliente.

7. ¿Estaría dispuesto a comprar llantas chinas?

Pregunta 7	Cantidad	Porcentaje
Si	408	81,60%
No	92	18,40%
Total	500	100%

Tabla 1. 7. Pregunta 7

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador



Gráfico 1. 8. Pregunta 7

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Análisis:

Con este gráfico podemos mostrar que el 81,60% de los encuestados afirman que comprarían una llanta china, por lo que podemos inferir que nuestro producto tendrá acogida en el mercado.

8. ¿Adquiriría una nueva marca de llanta china?

Pregunta 8	Cantidad	Porcentaje
Si	385	77,00%
No	115	23,00%
Total	500	100%

Tabla 1. 8. Pregunta 8

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf



Gráfico 1. 9. Pregunta 8

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Análisis:

El 77% de los encuestados si adquiriría una nueva marca de llanta china y el 38,70% dijo que no, en base a esto se puede inferir que nuestro producto podría competir dentro del mercado de neumáticos.

Estudio de factibilidad

Luego de realizar la recopilación de información se obtuvo que el producto a importar será de aceptación en los consumidores.

La mayoría tiene una perspectiva buena en cuanto a calidad de los neumáticos chinos y han adquirido anteriormente alguno.

Con esta información podemos decir que el plan de negocio de importación de llantas Qingdao se puede llevar a cabo y competir en el mercado.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

3.1. Objetivo de la propuesta

El objetivo de la propuesta es analizar la factibilidad de la importación de neumáticos Qingdao para la ciudad de Guayaquil, así como su comercialización.

En base a la encuesta realizada se pudo sacar la conclusión de la aceptación de las llantas chinas y que con una estrategia de mercado se podría incrementar la aceptación del producto en la zona norte de Guayaquil y así poder competir en el mercado

3.2. Procesos del plan de negocios

3.2.1. Estudio Técnico

3.2.1.1. Definición

El estudio técnico permite analizar los diferentes recursos para llegar a una producción óptima del producto, además de comprobar la factibilidad técnica de cada recurso.

En este proyecto se analizarán varios recursos como localización, oferta y demanda.

3.2.1.2. Localización del proyecto

Luego de haber analizado varios sectores el negocio estará localizado en la zona norte de Guayaquil, en la Cdla. Mucho Lote 1 entre etapa 3 y 7, ya que es una zona donde actualmente se ha convertido comercial y tendrá buena acogida.

3.2.1.3. Oferta

Se define como oferta a los bienes que son puestos a la venta en el mercado a diferentes precios.

La oferta en este proyecto estará compuesta por las importaciones de llantas de la marca Qingdao a nivel nacional, es decir, por todas las empresas que comercializan este producto.

3.2.1.4. Demanda

Se define como demanda a los bienes o servicios que se necesitan o se solicitan en un mercado a un precio específico.

La demanda en este proyecto está compuesta por el consumo que se supone existe por parte de los dueños de vehículos livianos en la ciudad de Guayaquil. Además, dependerá de la frecuencia con la que hacen cambios de llantas los dueños de vehículos livianos.

3.2.2 Procesos del proyecto

3.2.2.1. Estudio administrativo

3.2.2.1.1. Definición

El estudio administrativo consiste en los factores de la actividad ejecutiva de la administración como la organización, procesos administrativos, misión, visión, aspectos legales, entre otros.

3.2.2.1.2. Proceso de la estructura orgánico-funcional

3.2.2.1.2.1. Misión

Ser una empresa comprometida a proveer un producto de buena calidad brindando seguridad y cubriendo las necesidades de nuestros clientes, consolidándonos como una empresa importante en la zona norte de Guayaquil.

3.2.2.1.2.2. Visión

Ser una empresa de neumáticos reconocida en la zona norte de Guayaquil logrando así la preferencia de nuestros clientes. Además, mantener la innovación en nuestro producto mejorando continuamente.

3.2.2.1.2.3. Valores

Puntualidad: tener consideración con el tiempo de los clientes y proveedores

Trabajo en equipo: gestionar equipos de trabajo para cumplir con prioridades

Responsabilidad: hacer que nuestro producto genere beneficios en nuestros clientes

Honestidad: usar la verdad y así ganarse la confianza del cliente

3.2.2.1.2.4. Organigrama estructural

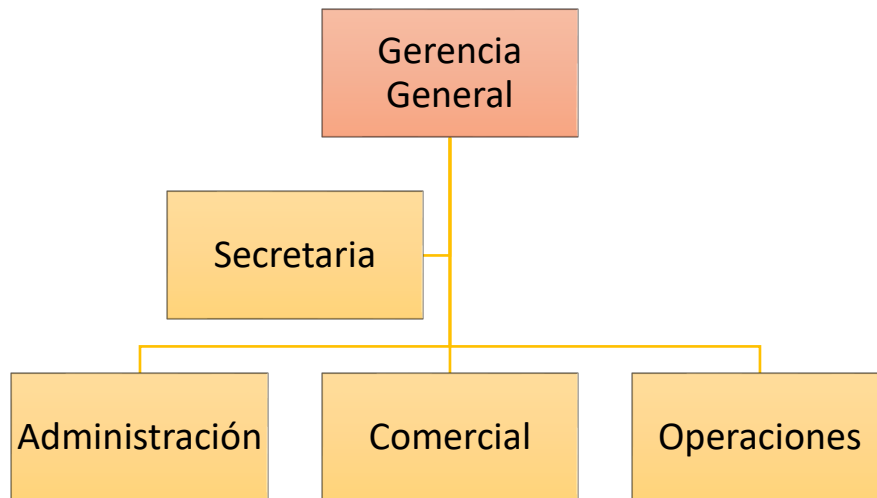


Ilustración 1. 6. Organigrama estructural

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.1.2.5. Organigrama funcional

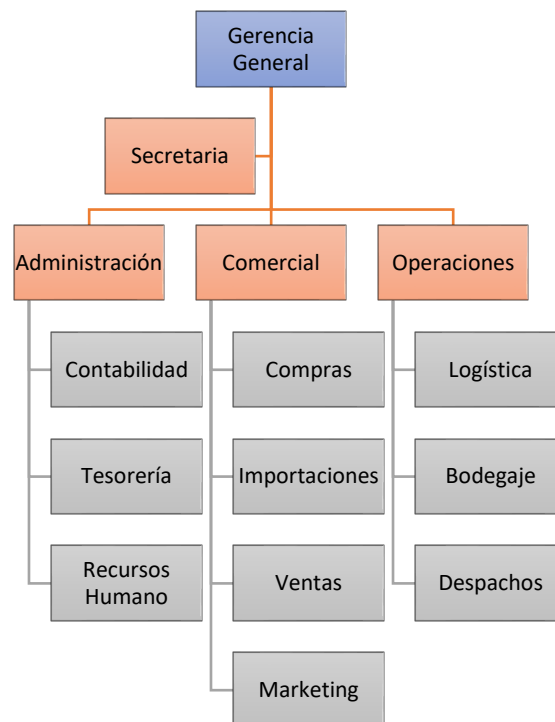


Ilustración 1. 7. Organigrama funcional

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.1.2.6. Mapa de procesos

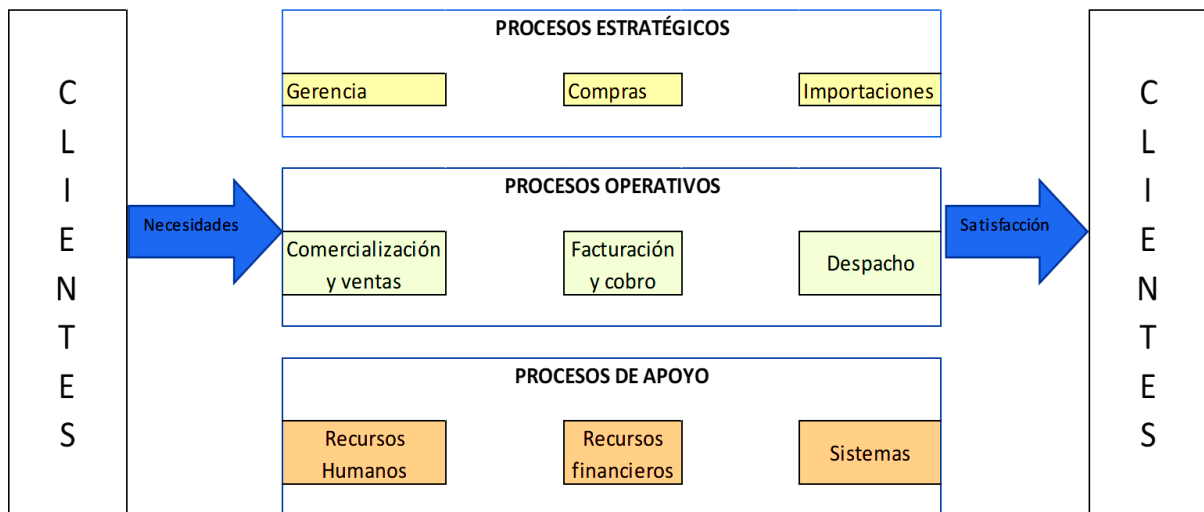


Ilustración 1. 8. Mapa de procesos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.1.3. Proceso de producción

Para iniciar con este proceso debemos conocer las restricciones de los productos a importar que es a través del sistema Ecuapas.

Luego que hemos importado nuestros productos debemos contar con un agente acreditado por la Senae para el proceso de desaduanización de nuestra mercadería, es decir, quien legaliza toda la importación.

Se debe analizar todos los costos de importación además de los gastos extras como transporte del puerto hacia el local del negocio.

A continuación, se muestra una proyección de gastos de importación inicial de 400 llantas para la venta. Costos de importación	
Detalle	Valor
FOB	\$ 10.000,00
Transporte internacional	\$ 5.000,00
Seguro	\$ 400,00
Liquidación Senae	\$ 2.000,00
Bodegaje	\$ 500,00
Transporte interno	\$ 500,00
Agente de Aduana	\$ 600,00
TOTAL	\$ 19.000,00

Tabla 1. 9. Proyección de costos de importación

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.1.3.1. Precio

En base a la proyección de costos de importación se puede estimar un precio a nuestro producto para comercializarlo en el mercado.

A continuación, se muestra a un precio de compra estimado luego de los costos de importación y gastos extras:

Detalle	Cantidad	Precio Fob	Total Fob	costo importación	precio unitario	costo total
Llanta Qingdao	400	25,00	10000,00	9000,00	47,50	19000,00

Tabla 1. 10. Precio de compra estimado

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

En base a este precio de compra se calculará el precio estimado de venta para saber si nuestro producto podrá competir en el mercado dentro de la amplia gama de neumáticos que existen a la venta.

A continuación, se muestra una estimación del precio de venta al público considerando distintos porcentajes de ganancia.

Detalle	Cantidad	Precio de compra	Precio con ganancia del 50%	Precio con ganancia del 25%	Precio con ganancia del 10%
Llanta Qingdao	400	47,5	71,25	59,38	52,25

Tabla 1. 11. Precio de venta estimado

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesley Sthyf Quelal Amador

3.2.2.1.4. Proceso de marketing

En este proceso aplicaremos las 4p del Marketing que se refiere a: Producto, precio, punto de venta y promoción.



Ilustración 1. 9. Las 4P del Marketing

Fuente: (Villacampa, 2018)

Obtenido el 10 de septiembre del 2020

En base a este proceso de marketing tenemos los siguientes objetivos:

- Cubrir las necesidades de nuestros clientes
- Posicionar nuestro producto en el mercado
- Aumentar las ventas gracias a la promoción usando la tecnología
- Lograr la satisfacción de nuestros clientes

3.2.2.1.4.1. Producto

En cuanto a nuestro producto tenemos las siguientes estrategias:

- Ofrecer llantas con características similares a las de la competencia
- Añadir descuentos por lanzamiento del producto
- Importar llantas de buena calidad que de seguridad y confianza a nuestros clientes
- Vender nuestro producto con obsequios añadidos como por ejemplo llaves de llantas, liquido de limpieza, etc.
- Convencer al cliente de la resistencia y durabilidad de nuestro producto.

Nuestro negocio para iniciar importará llantas de las siguientes especificaciones:



MODELO KT389

Size	PR	TreadDep	Rim	Pressure	Load
6.00-13	8PR	10	4.50B	420/420	650/580

Ilustración 1. 10. Modelo de llanta KT389

Fuente: (Qingdao Golden Pegasus Tire, s.f.)



MODELO KT329

Size	PR	TreadDep	Rim	Pressure	Load
6.00-13	8PR	10	4.50B	420/420	650/580

Ilustración 1. 11. Modelo de llanta KT329

Fuente: (Qingdao Golden Pegasus Tire, s.f.)



MODELO RIB

Size	PR	TreadDep	Rim	Pressure	Load
8.25-16	16PR	13	6.50H	730/730	1800/1600
7.50-16	16PR	12	6.00G	810/770	1600/1450
7.50-16	14PR	12	6.00G	730/730	1500/1320
7.50-15	12PR	12.5	6.00G	630/630	1370/1210
7.00-16	16PR	12	5.50F	810/770	1400/1250
7.00-16	14PR	12	5.50F	730/730	1320/1180
7.00-15	10++PR	12.5	5.50F	530/530	1030 /925
6.50-16	12PR	11	5.50F	630/630	1060 /925
6.50-15	10PR	11	4.5E	530/530	950 /825
6.00-14	10PR	12.5	4.5J	530/530	800 /710
5.50-16	8PR	14.5	4.00E	490	600
5.50-13	8PR	9	4.00B	420	560
5.00-16	8PR	10	3.00D	420	550
5.00-15	8PR	10	4J	500	550
5.00-14	8PR	8.5	3.00D	420	475
5.00-12	8PR	8	3.50B	400/400	485 /465
4.50-14	8PR	8	3.00D	400/400	420 /420
4.50-12	8PR	8	3.00B	400/400	415 /395
135-10	10PR	7.5	3.00B	450	460

Ilustración 1. 12. Modelo de llanta RIB

Fuente: (Qingdao Golden Pegasus Tire, s.f.)

3.2.2.1.4.2. Precio

Para iniciar nuestras ventas establecemos las siguientes estrategias de precio:

- Fijar un precio accesible a los consumidores y que compita en el mercado.
- Calcular el precio en base a costos de importación exceptuando gastos extras y con un margen de ganancia del 10% durante los primeros 3 meses.
- Establecer diferencias en calidad que respalde el precio fijado

3.2.2.1.4.3. Punto de venta

El canal de distribución será el siguiente:

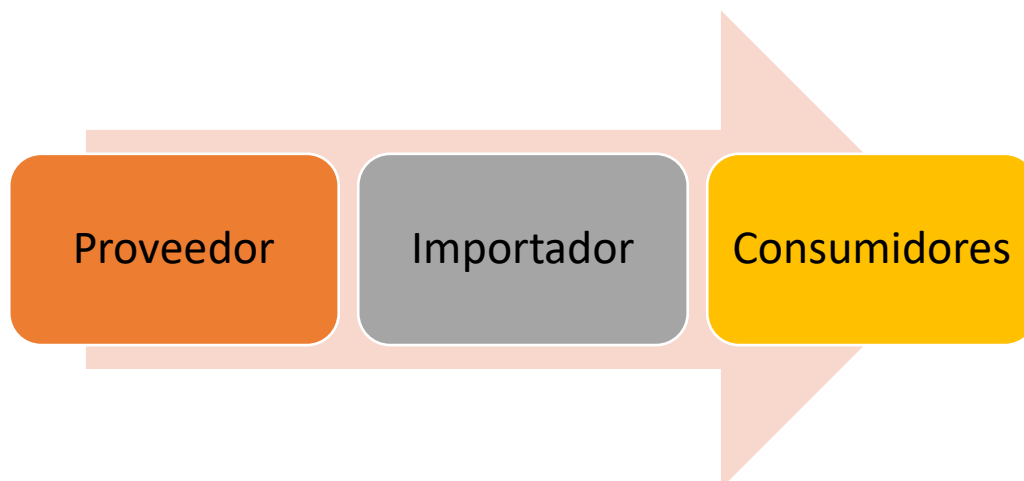


Ilustración 1. 13. Canal de distribución

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Proveedor: El proveedor de las llantas será Golden Pegasus que es una empresa comercializadora de llantas marca Qingdao en China. La mercadería saldrá desde el puerto de China hacia el puerto de Guayaquil.

Importador: El importador es la empresa la cual adquirirá las llantas, cuya importación será manejada por un agente aduanero.

Consumidores: Son todos los clientes que poseen vehículos livianos de la zona norte de Guayaquil.

En base a este canal de distribución se tiene las siguientes estrategias de punto de venta:

- Alquilar un local para la venta de nuestro producto
- Contar con un lugar para almacenar las llantas sin que pueda afectar en su calidad.
- Contar con una persona encargada de la logística desde que llega al país el producto hasta que llega a nuestra bodega.

3.2.2.1.4.4. Promoción

En cuanto a la promoción se tiene las siguientes estrategias:

- Promocionar nuestro producto usando las redes sociales
- Entregar volantes en puntos estratégicos, es decir, con mayor afluencia de personas y así captar clientes.
- Diseñar un logotipo y nombre para nuestro negocio que cause un impacto en el cliente.

Nombre del negocio

Tecnollantas
Calidad y garantía

Ilustración 1. 14. Nombre del negocio

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Logotipo



Ilustración 1. 15. Logotipo
Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.2. Estudio Legal

3.2.2.2.1. Proceso Legal

Esta empresa para comenzar sus actividades económicas necesita orden legal que está conformado por las siguientes leyes, códigos, reglamentos y entes de control, que son los encargados de las normas y bases para todo tipo de comercio.

La base legal es la siguiente:

- Ley de Compañías
- Ley de Comercio Exterior
- Ley Orgánica de Régimen tributario interno (LORTI)
- Reglamenta LORTI
- Código Orgánico de la producción, comercio e inversiones

Los entes de control son:

- Servicio de Rentas Internas
- SENA
- Superintendencia de compañías
- Superintendencia de Bancos
- Municipio de Guayaquil

Como primer punto tenemos la constitución de la compañía que actualmente se realiza el proceso en línea en la página de la Superintendencia de compañías. El proceso consta con los pasos a seguir y está regido por los siguientes artículos (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010):

Art. 1.- Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades. Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil.

“Art. 16.- La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía” (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010).

Art. 20.- Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías y Valores, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año: a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley; b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas, incluyendo tanto los propietarios legales como los beneficiarios efectivos, atendiendo a estándares internacionales de transparencia en materia tributaria y de lucha contra actividades ilícitas, conforme a las resoluciones que para el efecto emita la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros; y, c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías y Valores. El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta general de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia. (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010)

Luego de la constitución de la compañía podemos comenzar los trámites para obtener el RUC e importar, todo esto está regido por los siguientes artículos de (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015) y (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015):

“Art. 4.- Sujetos pasivos. - Son sujetos pasivos del impuesto a la renta las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, que obtengan ingresos gravados de conformidad con las disposiciones de esta Ley.” (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015)

- **Art. 8.-** Ingresos de fuente ecuatoriana. - Se considerarán de fuente ecuatoriana los siguientes ingresos:
 - 1.- Los que perciban los ecuatorianos y extranjeros por actividades laborales, profesionales, comerciales, industriales, agropecuarias, mineras, de servicios y otras de carácter económico realizadas en territorio ecuatoriano, salvo los percibidos por personas naturales no residentes en el país por servicios ocasionales prestados en el Ecuador, cuando su remuneración u honorarios son pagados por sociedades extranjeras y forman parte de los ingresos percibidos por ésta, sujetos a retención en la fuente o exentos; o cuando han sido pagados en el exterior por dichas sociedades extranjeras sin cargo al gasto de sociedades constituidas, domiciliadas o con establecimiento permanente en el Ecuador. Se entenderá por

servicios ocasionales cuando la permanencia en el país sea inferior a seis meses consecutivos o no en un mismo año calendario;

2.- Los que perciban los ecuatorianos y extranjeros por actividades desarrolladas en el Dirección Nacional Jurídica Departamento de Normativa Jurídica exterior, provenientes de personas naturales, de sociedades nacionales o extranjeras, con domicilio en el Ecuador, o de entidades y organismos del sector público ecuatoriano;

3.- Las utilidades provenientes de la enajenación de bienes muebles o inmuebles ubicados en el país;

4.- Los beneficios o regalías de cualquier naturaleza, provenientes de los derechos de autor, así como de la propiedad industrial, tales como patentes, marcas, modelos industriales, nombres comerciales y la transferencia de tecnología;

5.- Las utilidades y dividendos distribuidos por sociedades constituidas o establecidas en el país;

6.- Los provenientes de las exportaciones realizadas por personas naturales o sociedades, nacionales o extranjeras, con domicilio o establecimiento permanente en el Ecuador, sea que se efectúen directamente o mediante agentes especiales, comisionistas, sucursales, filiales o representantes de cualquier naturaleza;

7.- Los intereses y demás rendimientos financieros pagados o acreditados por personas naturales, nacionales o extranjeras, residentes en el Ecuador; o por sociedades, nacionales o extranjeras, con domicilio en el Ecuador, o por entidades u organismos del sector público;

8.- Los provenientes de loterías, rifas, apuestas y similares, promovidas en el Ecuador;

9.- Los provenientes de herencias, legados, donaciones y hallazgo de bienes situados en el Ecuador; y,

10.- Cualquier otro ingreso que perciban las sociedades y las personas naturales nacionales o extranjeras residentes en el Ecuador, incluido el incremento patrimonial no justificado (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015)

“Art. 16.- Base imponible. - En general, la base imponible está constituida por la totalidad de los ingresos ordinarios y extraordinarios gravados con el impuesto, menos las devoluciones, descuentos, costos, gastos y deducciones, imputables a tales ingresos”. (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015)

- **Art. 19.-** Obligación de llevar contabilidad. - Están obligadas a llevar contabilidad y declarar el impuesto en base a los resultados que arroje la misma todas las sociedades. También lo estarán las personas naturales y sucesiones indivisas que al primero de enero operen con un capital o cuyos ingresos brutos o gastos anuales del ejercicio inmediato anterior, sean superiores a los límites que en cada caso se establezcan en el Reglamento, incluyendo las personas naturales que desarrollen actividades agrícolas, pecuarias, Las personas naturales que realicen actividades empresariales y que operen con un capital u obtengan ingresos inferiores a los previstos en el inciso anterior, así como los profesionales, comisionistas, artesanos, agentes, representantes y demás trabajadores autónomos deberán llevar una cuenta de ingresos y egresos para determinar su renta imponible.
Para efectos tributarios, las asociaciones, comunas y cooperativas sujetas a la vigilancia de la Superintendencia de la Economía Popular y Solidaria, con excepción de las entidades del sistema financiero popular y solidario, podrán llevar registros contables de conformidad con normas simplificadas que se establezcan en el reglamento. (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015)
- **Art. 37.-** Los ingresos gravables obtenidos por sociedades constituidas en el Ecuador, así como por las sucursales de sociedades extranjeras domiciliadas en el país y los establecimientos permanentes de sociedades extranjeras no domiciliadas aplicarán la tarifa del 22% sobre su base imponible. No obstante, la tarifa impositiva será del 25% cuando la sociedad tenga accionistas, socios, partícipes, constituyentes, beneficiarios o similares residentes o establecidos en paraísos fiscales o regímenes de menor imposición con una participación directa o indirecta, individual o conjunta, igual o superior al 50% del capital social o de aquel que corresponda a la naturaleza de la sociedad. (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015)
- **Art. 40.-** Plazos para la declaración. - Las declaraciones del impuesto a la renta serán presentadas anualmente, por los sujetos pasivos en los lugares y fechas determinados por el reglamento.

En el caso de la terminación de las actividades antes de la finalización del ejercicio impositivo, el contribuyente presentará su declaración anticipada del impuesto a la renta.

Una vez presentada esta declaración procederá el trámite para la cancelación de la inscripción en el Registro Unico de Contribuyentes o en el registro de la suspensión de actividades económicas, según corresponda. Esta norma podrá aplicarse también para la persona natural que deba ausentarse del país por un período que exceda a la finalización del ejercicio fiscal. (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015)

- **Art. 45.-** Otras retenciones en la fuente. - Toda persona jurídica, pública o privada, las sociedades y las empresas o personas naturales obligadas a llevar contabilidad que paguen o acrediten en cuenta cualquier otro tipo de ingresos que constituyan rentas gravadas para quien los reciba, actuará como agente de retención del impuesto a la renta. El Servicio de Rentas Internas señalará periódicamente los porcentajes de retención, que no podrán ser superiores al 10% del pago o crédito realizado. No procederá retención en la fuente en los pagos realizados ni al patrimonio de propósito exclusivo utilizados para desarrollar procesos de titularización, realizados al amparo de la Ley de Mercado de Valores. Los intereses y comisiones que se causen en las operaciones de crédito entre las instituciones del sistema financiero, están sujetos a la retención en la fuente del uno por ciento (1%). El banco que pague o acredite los rendimientos financieros, actuará como agente de retención y depositará mensualmente los valores recaudados. (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015)

(Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015):

Art. 30.- Dedución por pagos al exterior. - Son deducibles los pagos efectuados al exterior que estén directamente relacionados con la actividad en el Ecuador y se destinen a la obtención de rentas gravadas. Los pagos efectuados al exterior son deducibles siempre que se haya efectuado la correspondiente retención en la fuente de Impuesto a la Renta. Si el sujeto pasivo omitiere la retención en la fuente, será responsable del pago del impuesto, caso en el cual el valor de la retención deberá ser considerado como gasto no deducible en la conciliación tributaria de su declaración de impuesto a la renta para el ejercicio fiscal correspondiente. Los pagos al exterior que a continuación se detallan serán deducibles cumpliendo además las siguientes reglas: (I) Reembolsos.- Son deducibles como gastos los valores que el sujeto pasivo reembolse al exterior por concepto de gastos incurridos en el exterior, directamente relacionados con la actividad desarrollada en el Ecuador por el sujeto pasivo que los reembolse, siempre que se haya efectuado la retención en la fuente del Impuesto a la Renta. El reembolso

se entenderá producido cuando concurren las siguientes circunstancias: a) Los gastos reembolsados se originan en una decisión de la empresa mandante, quien por alguna causa no pudo efectuar el gasto en forma directa, o porque en su defecto le resultaba económicamente conveniente acudir a un tercero para que actúe en su nombre; b) Los importes de los reembolsos de gastos corresponden a valores previamente establecidos; y, c) Existan documentos de soporte que avalen la compra del bien o la prestación de servicios que son objeto del reembolso. En caso de establecerse que el contribuyente utilizó a un intermediario, ubicado en un país con el cual se haya suscrito un convenio de doble tributación, con el fin de realizar una triangulación y aplicar indebidamente los beneficios del convenio, la Administración Tributaria podrá determinar el impuesto a pagar sin perjuicio de las responsabilidades penales a las que hubiere lugar. Los gastos indirectos asignados desde el exterior a sociedades domiciliadas en el Ecuador por sus partes relacionadas, no podrán ser superiores al 5% de la base imponible del Impuesto a la Renta más el valor de dichos gastos, siempre y cuando dichos gastos correspondan a la actividad generadora realizada en el país. En el caso de que no se determine base imponible de Impuesto a la Renta no se admitirán dichos gastos. Para el caso de las sociedades que se encuentren en el ciclo preoperativo del negocio, este porcentaje corresponderá al 5% del total de los activos, sin perjuicio de la retención en la fuente correspondiente. Para la aplicación de este inciso se entenderá como gastos indirectos a aquellos incurridos directamente por algún otro miembro del grupo internacional y asignados al contribuyente de conformidad con las regulaciones que establezca el Servicio de Rentas Internas. (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015)

Art. 37.- Contribuyentes obligados a llevar contabilidad. - Todas las sucursales y establecimientos permanentes de compañías extranjeras y las sociedades definidas como tales en la Ley de Régimen Tributario Interno, están obligadas a llevar contabilidad. Igualmente, están obligadas a llevar contabilidad, las personas naturales y las sucesiones indivisas que realicen actividades empresariales y que operen con un capital propio que al inicio de sus actividades económicas o al 1o. de enero de cada ejercicio impositivo hayan superado 9 fracciones básicas desgravadas del impuesto a la renta o cuyos ingresos brutos anuales de esas actividades, del ejercicio fiscal inmediato anterior, hayan sido superiores a 15 fracciones básicas desgravadas o cuyos costos y gastos anuales, imputables a la actividad empresarial, del ejercicio fiscal inmediato anterior hayan sido superiores a 12 fracciones básicas desgravadas. Se entiende como capital propio, la totalidad de los activos menos pasivos que posea el contribuyente, relacionados con la generación de la renta gravada. Para fines del cumplimiento de lo establecido en el presente artículo, el contribuyente evaluará al primero de enero de cada ejercicio fiscal su obligación de llevar contabilidad con referencia a la fracción básica

desgravada del impuesto a la renta establecida para el ejercicio fiscal inmediato anterior. (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015)

Para empezar con el proceso de importación debemos primero ser registrados como importador, según (Importar de China. Club, 2020) establece que los requisitos son los siguientes:

1. Lo primero es que tu estado fiscal se encuentre en regla con el Servicio de Rentas Internas (SRI).
2. Poseer el Registro Único de Contribuyentes (RUC). De persona Natural o Jurídica
3. Homologar tu código de operador de comercio exterior con el Ruc en el sistema Ecuapass, tienes que realizar la homologación hasta el 15 de septiembre
4. Obtener el Certificado Digital o Token para firma electrónica, las entidades donde puedes gestionar tu Token son: Banco Central del Ecuador y Security Data
5. Una vez cumplas con los primeros requisitos, ya podrás acceder al registro en la plataforma digital Ecuapass: <http://www.ecuapass.aduana.gob.ec/>
6. Documentos de Soporte
7. Documentos de Acompañamiento
8. Agente de Aduanas

Documentos de soporte

Según (Importar de China. Club, 2020) establece que los documentos de soporte son:

- “Factura comercial
- Documento de transporte: Carta porte, B/L o Air Waybill, según el medio de transporte
- Certificado de origen si procede
- Lista de empaque o Packing list
- Póliza de seguro”

Documentos de acompañamiento

Según (Importar de China. Club, 2020) establece que:

- Son de control previo al embarque de tu mercancía, es decir, antes que tu proveedor envíe la mercancía, tú debes asegurarte que cumplas con cualquier requisito previo, como por ejemplo el Certificado Inen si aplicase.

- revisar la partida arancelaria correspondiente a tu producto, la omisión podría causarte pérdidas económicas y retrasos en los tiempos de importación.

Según la (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010):

Art. 4.- El Estado asegurará la necesaria coherencia entre las políticas de comercio exterior y las políticas fiscal, arancelaria, monetaria, crediticia, cambiaria y de desarrollo económico - social y los correspondientes regímenes normativos.

Art. 5.- Se consagra el principio de neutralidad fiscal, para asegurar transparencia en el desenvolvimiento de las actividades de exportación, importación e inversión.

Según (Ecuador, Servicio Nacional de Aduana, 2020) establece que los canales de aforo para el despacho de mercadería son:

- “Canal de Aforo Automático;
- Canal de Aforo Automático No Intrusivo;
- Canal de Aforo Documental; o
- Canal de Aforo Físico Intrusivo.”

La selección de la modalidad de aforo se realizará de acuerdo al análisis de perfiles de riesgo implementado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En el caso de mercancías perecederas y animales vivos u otras mercancías autorizadas por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador en virtud de su naturaleza, tendrán prioridad en su reconocimiento físico, de ser el caso.

Cuando las mercancías deban someterse a un control por otras autoridades que incluya el reconocimiento físico de estas, las autoridades aduaneras procurarán que los controles se realicen de forma coordinada.

En cualquier etapa del proceso del control aduanero, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador podrá realizar inspecciones de la mercancía a través de un sistema tecnológico de escaneo con rayos X o similares, inclusive indistintamente de la modalidad de despacho al que esta fuere sometida. (Ecuador, Servicio Nacional de Aduana, 2020)

Según (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010), establece que:

- **Art. 108.-** Tributos al Comercio Exterior. - Los tributos al comercio exterior son:
 - a) Los derechos arancelarios;
 - b) Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y,
 - c) Las tasas por servicios aduaneros.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador mediante resolución creará o suprimirá las tasas por servicios aduaneros, fijará sus tarifas y regulará su cobro.

Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se registrarán por los principios del Derecho Tributario. (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010)

Art. 109.- Hecho Generador de la Obligación Tributaria Aduanera. - El Hecho Generador de la obligación tributaria aduanera es el ingreso de mercancías extranjeras o la salida de mercancías del territorio aduanero bajo el control de la autoridad aduanera competente. (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010)

Art. 111.- Sujetos de la Obligación Tributaria Aduanera. - Son sujetos de la obligación tributaria: el sujeto activo y el sujeto pasivo:

- a) Sujeto activo de la obligación tributaria aduanera es el Estado, por intermedio del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- b) Sujeto pasivo de la obligación tributaria aduanera es quien debe satisfacer el respectivo tributo en calidad de contribuyente o responsable. (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010)

Art. 113.- Exigibilidad de la Obligación Tributaria Aduanera. - La obligación tributaria aduanera es exigible:

- a) En la liquidación y en la declaración sustitutiva de importación o exportación, desde el día en que se autoriza el pago.
- b) En las tasas, desde la petición del servicio.
- c) En los demás casos desde el día hábil siguiente al de la notificación de la liquidación complementaria, rectificación de tributos o acto administrativo correspondiente. (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010)

Art. 114.- Extinción de la Obligación Tributaria. - La obligación tributaria aduanera se extingue por:

- a) Pago;

- b) Compensación;
- c) Prescripción;
- d) Aceptación del abandono expreso;
- e) Declaratoria del abandono definitivo de las mercancías;
- f) Pérdida o destrucción total de las mercancías; y,
- g) Decomiso administrativo o judicial de las mercancías. (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010)

“**Art. 115.-** Medios de pago. - Los medios de pago de las obligaciones tributarias aduaneras serán establecidos en el Reglamento del Código.” (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010)

Art. 116.- Plazos para el pago. - Los tributos al comercio exterior se pagarán en los siguientes plazos:

- a) En la liquidación y declaración sustitutiva dentro de los dos días hábiles siguientes a la autorización del pago.
- b) En las tasas, el día hábil siguiente a aquel en que sea exigible la obligación.
- c) En los demás casos, dentro de los veinte días hábiles posteriores al de la notificación del respectivo acto de determinación tributaria aduanera o del acto administrativo correspondiente. (Ecuador, Asamblea Nacional, 2010)

3.2.2.3. Estudio Financiero

3.2.2.3.1. Proceso Financiero

3.2.2.3.1.1. Inversiones

La inversión de este proyecto estará conformada por: activos fijos, activos diferidos y capital de trabajo.

Para nuestro negocio se necesita una inversión inicial como se muestra a continuación:

INVERSIÓN INICIAL	
Detalle	Total
Activos fijos	\$ 34.550,00
Activo diferido	\$ 3.000,00
Capital de trabajo	\$ 26.558,24
Total	\$ 64.108,24

Tabla 1. 12. Inversión inicial

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesley Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.1.1. Activos fijos

Los activos fijos constituyen todos los bienes tangibles que sirven para el giro del negocio, es decir, que ayudan a producir bienes o servicios.

Ejemplos de activos fijos:

- Edificios
- Equipos
- Vehículos, etc

El negocio Tecnollantas necesitará una inversión inicial en activos fijos como se muestra a continuación:

ACTIVOS FIJOS			
	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Instalaciones			
Adecuaciones e Instalaciones	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
Equipos			
Estanterías	5	\$ 250,00	\$ 1.250,00
Mostrador	1	\$ 100,00	\$ 100,00
Vehículos			
Camioneta	1	\$ 30.000,00	\$ 30.000,00
Equipos de oficina			
Escritorio	1	\$ 70,00	\$ 70,00
Sillas	5	\$ 20,00	\$ 100,00
Aire acondicionado	1	\$ 300,00	300
Caja registradora	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Teléfono	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Equipos de cómputo			
Computadora	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Impresora	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL			\$ 34.550,00

Tabla 1. 13. Inversión Activos fijos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.1.2. Activos diferidos

Los activos diferidos son aquellos bienes que necesita una empresa para el funcionamiento y que por lo general se pagan de forma anticipada. Estos activos son intangibles.

Ejemplo de activos diferidos

- Asistencias técnicas
- Capacitaciones
- Estudios, etc

El negocio Tecnollantas necesitará una inversión inicial en activos diferidos como se muestra a continuación:

ACTIVO DIFERIDO	
Detalle	Valor total
Licencia de importación	\$ 1.500,00
Gastos legales	\$ 500,00
Constitución	\$ 400,00
Puesta en marcha	\$ 600,00
Total	\$ 3.000,00

Tabla 1. 14. Inversión en activos diferidos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.1.3. Capital de trabajo

El capital de trabajo es todos los recursos financieros que se debe tener para comenzar con las operaciones del negocio, es decir, el presupuesto inicial.

El negocio Tecnollantas tendrá el siguiente capital de trabajo:

CAPITAL DE TRABAJO	
Gastos administrativos	\$ 3.800,00
Gastos de importación	\$ 19.658,24
Gastos de venta	\$ 3.100,00
Total	\$ 26.558,24

Tabla 1. 15. Capital de trabajo

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.2. Financiamiento

El financiamiento de la inversión inicial del negocio Tecnollantas es de \$69508,24, el cual será con crédito bancario y aporte del Gerente General. El crédito bancario será con el Banco Pichincha con una tasa de interés del 23,50% (Tasa efectiva año 2020).

FINANCIAMIENTO		
Detalle	%	Valor
Banco Pichincha	39,00%	25000
Recursos propios	61,00%	39108,24
Total	100%	64108,24

Tabla 1. 16. Financiamiento

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.2.1. Préstamo bancario

El préstamo bancario al Banco Pichincha será a 48 meses que es plazo máximo para el tipo de crédito solicitado (Microcrédito) con una tasa de interés efectiva del 23,50%. En anexos se muestra la tabla de amortización mensual, para efectos de valores totales se mostrará a continuación una tabla de amortización anual:

Valor del préstamo	25.000,00
TNA (30/360)	23,5%
Años	4
Frecuencia de Pago	Mensual
Interés equivalente	1,958%
N° de pagos por año	12
N° Total de Cuotas	48

Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
0				\$ 25.000,00
1	\$ 9.697,81	\$ 5.435,15	\$ 4.262,66	\$ 20.737,34
2	\$ 9.697,81	\$ 4.318,17	\$ 5.379,64	\$ 15.357,70
3	\$ 9.697,81	\$ 2.908,49	\$ 6.789,32	\$ 8.568,38
4	\$ 9.697,81	\$ 1.129,43	\$ 8.568,38	\$ 0,00

Tabla 1. 17. Tabla de amortización

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Según la tabla de amortización se puede ver que los valores anuales por capital e intereses es de \$9697,81.

3.2.2.3.1.3. Ingresos

Los ingresos proyectados para 5 años serán en base al número de llantas vendidas anualmente, para esto debemos fijar un precio de venta que será dependiendo los costos y gastos de importación y el margen de ganancia que deseamos obtener.

En base a los costos y gastos de importación y con un margen de utilidad del 25% nuestro precio de venta se estima en \$61,44 con una importación inicial de 400 llantas.

Adicional el negocio Tecnollantas tendrá otros ingresos por el servicio de enllantaje que será del 30% del costo de la llanta, es decir, de \$18,43.

A continuación, se muestra una proyección de ingresos para 5 años, con una venta anual de 3000 llantas y de 2000 enllantajes en el año 1, con un 15% de crecimiento anual en ventas y un 10% de incremento en precios:

PROYECCIÓN DE INGRESOS					
INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Venta de llantas (unidades)	3000	3450	3968	4563	5247
Precio	\$ 61,44	\$ 67,58	\$ 74,34	\$ 81,78	\$ 89,95
Total de ingresos	\$ 184.320,00	\$ 233.164,80	\$ 294.953,47	\$ 373.116,14	\$ 471.991,92
OTROS INGRESOS					
Enllantaje (unidades)	2000	2300	2645	3042	3498
Precio	\$ 18,43	\$ 20,27	\$ 22,30	\$ 24,53	\$ 26,98
Total de otros ingresos	\$ 36.860,00	\$ 46.627,90	\$ 58.984,29	\$ 74.615,13	\$ 94.388,14
TOTAL	\$ 221.180,00	\$ 279.792,70	\$ 353.937,77	\$ 447.731,27	\$ 566.380,06

Tabla 1. 18. Proyección de ingresos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesley Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.4. Gastos

Los gastos que el negocio Tecnollantas serán:

- gastos de importación
- gastos administrativos,
- gastos de ventas y
- depreciaciones.

3.2.2.3.1.4.1. Gastos de importación

Los gastos de importación inicial de 400 llantas son:

GASTOS DE IMPORTACIÓN	
FOB	\$ 10.000,00
GASTOS DE IMPORTACIÓN	
Impuesto salida de divisas 5%	\$ 500,00
Transporte internacional	\$ 5.000,00
Seguro	\$ 400,00
Bodegaje	\$ 500,00
Transporte interno	\$ 500,00
Agente de Aduana	\$ 600,00
Fodinfra 0.5% del CIF	\$ 77,00
Ad Valorem	\$ 200,00
IVA 12%	1881,24
Total Gastos de importación	\$ 9.658,24
Total (FOB + Gasto de importación)	\$ 19.658,24

Tabla 1. 19. Gastos de importación

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

En base a esto se presenta una proyección de costos de importación y con un incremento en el precio de compra del 10%:

PROYECCIÓN DE COSTOS					
COSTOS DE VENTA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
llantas (unidades)	3000	3450	3968	4563	5247
Importación inicial	\$ 19.658,24	\$ 21.624,06	\$ 23.786,47	\$ 26.165,12	\$ 28.781,63
Importaciones	\$ 77.408,24	\$ 85.149,06	\$ 93.663,97	\$ 103.030,37	\$ 113.333,40
Total de costos	\$ 97.066,48	\$ 106.773,13	\$ 117.450,44	\$ 129.195,48	\$ 142.115,03

Tabla 1. 20. Proyección de costos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.4.2. Gastos administrativos

Los gastos administrativos de Tecnollantas son los siguientes:

Sueldos y salarios			
	No	Sueldo	Total
Administrativo			
Gerente General	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Contador	1	\$ 700,00	\$ 700,00
Asistente administrativa	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Total	3	\$ 2600,00	\$ 2600,00

Tabla 1. 21. Sueldos y salarios administrativos

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Gastos Administrativos	
Detalle	Valor
Sueldos y Salarios	\$ 2.600,00
Alquiler	\$ 500,00
Movilización	\$ 200,00
Servicios Básicos	\$ 300,00
Suministros de oficina	\$ 100,00
Suministros de limpieza	\$ 100,00
Total Gastos Administrativos	\$ 3.800,00

Tabla 1. 22. Gastos administrativos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

A continuación, se muestra una proyección de gastos administrativos con un incremento anual del 10%:

PROYECCIÓN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS					
Detalle	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Sueldos y Salarios	\$ 2.600,00	\$ 2.860,00	\$ 3.146,00	\$ 3.460,60	\$ 3.806,66
Alquiler	\$ 500,00	\$ 550,00	\$ 605,00	\$ 665,50	\$ 732,05
Movilización	\$ 200,00	\$ 220,00	\$ 242,00	\$ 266,20	\$ 292,82
Servicios Básicos	\$ 300,00	\$ 330,00	\$ 363,00	\$ 399,30	\$ 439,23
Suministros de oficina	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 121,00	\$ 133,10	\$ 146,41
Suministros de limpieza	\$ 100,00	\$ 110,00	\$ 121,00	\$ 133,10	\$ 146,41
Total Gastos Administrativos	\$ 3.800,00	\$ 4.180,00	\$ 4.598,00	\$ 5.057,80	\$ 5.563,58

Tabla 1. 23. Proyección de gastos administrativos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.4.3. Gastos de ventas

Los gastos de ventas de Tecnollantas son los siguientes:

Sueldos y salarios			
	No	Sueldo	Total
Comercial			
Jefe comercial	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Vendedor	2	\$ 400,00	\$ 800,00
Operaciones			
Jefe de Logística	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Bodeguero	1	\$ 400,00	\$ 400,00
Total	5	\$ 2.400,00	\$ 2.800,00

Tabla 1. 24. Sueldos y salarios de ventas

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Gastos de Ventas	
Detalle	Valor
Sueldos y Salarios	\$ 2.800,00
Publicidad	\$ 300,00
Total Gastos de ventas	\$ 3.100,00

Tabla 1. 25. Gastos de ventas

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Se muestra una proyección de gastos de ventas con un incremento anual del 10%:

PROYECCIÓN DE GASTOS DE VENTA					
Detalle	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5
Sueldos y Salarios	\$ 2.800,00	\$ 3.080,00	\$ 3.388,00	\$ 3.726,80	\$ 4.099,48
Publicidad	\$ 300,00	\$ 330,00	\$ 363,00	\$ 399,30	\$ 439,23
Total Gastos de ventas	\$ 3.100,00	\$ 3.410,00	\$ 3.751,00	\$ 4.126,10	\$ 4.538,71

Tabla 1. 26. Proyección de gastos de venta

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.4.4. Depreciaciones

Según (Ecuador, H. Congreso Nacional, 2015) establece:

Depreciaciones de activos fijos:

La depreciación de los activos fijos se realizará de acuerdo a la naturaleza de los bienes, a la duración de su vida útil y la técnica contable. Para que este gasto sea deducible, no podrá superar los siguientes porcentajes:

- (I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares 5% anual.
- (II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- (III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- (IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.

A continuación, se muestra la tabla de depreciaciones anual:

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS								
	Costo	Años	Valor residual (10%)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tabla 1. 27. Depreciación de activos fijos								
Instalaciones								
Adecuaciones e Instalaciones	\$ 2.000,00	10	\$ 200,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Equipos								
Estanterías	\$ 1.250,00	10	\$ 125,00	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50	\$ 112,50
Mostrador	\$ 100,00	10	\$ 10,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
Vehículos								
Camioneta	\$ 30.000,00	5	\$ 3.000,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
Equipos de oficina								
Escritorio	\$ 70,00	10	\$ 7,00	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30	\$ 6,30
Sillas	\$ 100,00	10	\$ 10,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00	\$ 9,00
Aire acondicionado	\$ 300,00	10	\$ 30,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00	\$ 27,00
Caja registradora	\$ 80,00	10	\$ 8,00	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20	\$ 7,20
Teléfono	\$ 50,00	10	\$ 5,00	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 4,50
Equipos de cómputo								
Computadora	\$ 400,00	3	\$ 40,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Impresora	\$ 200,00	3	\$ 20,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
TOTAL	\$ 34.550,00		\$ 3.455,00	\$ 5.935,50	\$ 5.935,50	\$ 5.935,50	\$ 5.935,50	\$ 5.935,50

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.4.5. Amortización

La amortización es la disminución del valor de un activo y que se distribuye su gasto en el tiempo.

AMORTIZACIÓN ACTIVOS DIFERIDOS							
	Costo	Años	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Licencia de importación	\$ 1.500,00	5	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00
Gastos legales	\$ 500,00	5	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00
Constitución	\$ 400,00	5	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 80,00
Puesta en marcha	\$ 600,00	5	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
Total	\$ 3.000,00		\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00

Tabla 1. 28. Amortización de activos diferidos

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

3.2.2.3.1.4.6. Gasto Financiero

El gasto financiero es los intereses que se pagarán al Banco Pichincha por el crédito.

Los valores de intereses se encuentran detallados en la tabla de amortización del crédito anteriormente mostrada; para efectos de detalle se muestra los valores anuales:

GASTO FINANCIERO					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Intereses bancarios	\$ 5.435,15	\$ 4.318,17	\$ 2.908,49	\$ 1.129,43	\$ -
Total	\$ 5.435,15	\$ 4.318,17	\$ 2.908,49	\$ 1.129,43	\$ -

Tabla 1. 29. Gasto financiero

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: *Wesly Sthyf Quelal Amador*

3.2.2.3.1.4.7. Resumen de costos y gastos

A continuación, se muestra un detalle de todos los costos y gastos proyectados a 5 años:

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costo de venta	\$ 97.066,48	\$ 106.773,13	\$ 117.450,44	\$ 129.195,48	\$ 142.115,03
Gastos administrativos	\$ 3.800,00	\$ 4.180,00	\$ 4.598,00	\$ 5.057,80	\$ 5.563,58
Gastos de venta	\$ 3.100,00	\$ 3.410,00	\$ 3.751,00	\$ 4.126,10	\$ 4.538,71
Depreciación Instalaciones	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Depreciación Equipos	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50
Depreciación Vehículo	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
Depreciación equipos de oficina	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00
Depreciación equipos de cómputo	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Amortización activos diferidos	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Gasto Financiero	\$ 5.435,15	\$ 4.318,17	\$ 2.908,49	\$ 1.129,43	\$ -
Total	\$ 115.937,13	\$ 125.216,80	\$ 135.243,43	\$ 146.044,31	\$ 158.752,82

Tabla 1. 30. Resumen de costos y gastos

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: *Wesly Sthyf Quelal Amador*

3.2.2.3.1.5. Evaluación Financiera

Esta evaluación nos permite determinar si el proyecto es rentable para lo cual se muestra a continuación balance inicial y estado de resultados integrales.

3.2.2.3.1.5.1. Balance inicial

El negocio Tecnollantas tendrá a su inicio de operaciones el siguiente estado de situación inicial:

TECNOLLANTAS		
ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
Bancos	\$ 25.000,00	
Inventario	\$ 19.658,24	
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 44.658,24
PROPIEDAD PLANTA Y EQUIPO		
Instalaciones	\$ 2.000,00	
Equipos	\$ 1.350,00	
Vehículos	\$ 30.000,00	
Equipos de oficina	\$ 600,00	
Equipos de cómputo	\$ 600,00	
TOTAL PPE		\$ 34.550,00
ACTIVO NO CORRIENTE		
Activo diferido	\$ 3.000,00	
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE		\$ 3.000,00
TOTAL ACTIVO		\$ 82.208,24
PASIVO		
PASIVO CORRIENTE		
Préstamo Bancario	\$ 25.000,00	
Cuentas por pagar	\$ 18.100,00	
TOTAL PASIVO CORRIENTE		\$ 43.100,00
PATRIMONIO		
Capital social	\$ 39.108,24	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 39.108,24
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 82.208,24

Tabla 1. 31. Estado de situación inicial

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: *Wesly Sithyf Quelal Amador*

3.2.2.3.1.5.2. Estado de Resultados Integrales

El negocio Tecnollantas presenta un estado de resultados integrales con proyección a 5 años como se muestra a continuación:

TECNOLLANTAS					
ESTADO DE RESULTADOS INTEGRALES					
INGRESOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total de ingresos	\$ 184.320,00	\$ 233.164,80	\$ 294.953,47	\$ 373.116,14	\$ 471.991,92
OTROS INGRESOS					
Total de otros ingresos	\$ 36.860,00	\$ 46.627,90	\$ 58.984,29	\$ 74.615,13	\$ 94.388,14
TOTAL INGRESOS	\$ 221.180,00	\$ 279.792,70	\$ 353.937,77	\$ 447.731,27	\$ 566.380,06
Costo de venta	\$ 97.066,48	\$ 106.773,13	\$ 117.450,44	\$ 129.195,48	\$ 142.115,03
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 124.113,52	\$ 173.019,57	\$ 236.487,32	\$ 318.535,79	\$ 424.265,03
GASTOS					
Gastos administrativos	\$ 3.800,00	\$ 4.180,00	\$ 4.598,00	\$ 5.057,80	\$ 5.563,58
Gastos de venta	\$ 3.100,00	\$ 3.410,00	\$ 3.751,00	\$ 4.126,10	\$ 4.538,71
Depreciación Instalaciones	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Depreciación Equipos	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50	\$ 121,50
Depreciación Vehículo	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
Depreciación equipos de oficina	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00	\$ 54,00
Depreciación equipos de cómputo	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00	\$ 180,00
Amortización activos diferidos	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Gasto Financiero	\$ 5.435,15	\$ 4.318,17	\$ 2.908,49	\$ 1.129,43	\$ -
UTILIDAD ANTES DE INTERESES E IMPUESTOS	\$ 105.242,87	\$ 154.575,90	\$ 218.694,33	\$ 301.686,96	\$ 407.627,24
15% PART TRABAJADORES	15786,43	23186,39	32804,15	45253,04	61144,09
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	89456,44	131389,52	185890,18	256433,91	346483,15
22% IMP A LA RENTA	19680,42	28905,69	40895,84	56415,46	76226,29
UTILIDAD NETA	69776,02	102483,82	144994,34	200018,45	270256,86

Tabla 1. 32. Estado de Resultados Integrales

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Como se observa en el estado de resultados integrales en el año 1 con una venta de 3000 llantas al año se obtiene una utilidad de \$69776,02 y los siguientes años se tiene un crecimiento casi del 70%.

3.2.2.3.1.5.3. Flujo de caja

En este estado de flujo de caja se muestran los ingresos y salidas de dinero. Para este flujo de caja se tomaron en cuenta todos los desembolsos de dinero y todo lo que constituya entrada de dinero.

A continuación, se muestra el estado de flujo de caja:

TECNOLLANTAS					
FLUJO DE CAJA					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 184.320,00	\$ 233.164,80	\$ 294.953,47	\$ 373.116,14	\$ 471.991,92
Costo de venta	\$ 97.066,48	\$ 106.773,13	\$ 117.450,44	\$ 129.195,48	\$ 142.115,03
Gastos operacionales	\$ 6.900,00	\$ 7.590,00	\$ 8.349,00	\$ 9.183,90	\$ 10.102,29
Gastos no operacionales	\$ 5.435,15	\$ 4.318,17	\$ 2.908,49	\$ 1.129,43	\$ -
15% Part trabajadores	\$ 15.786,43	\$ 23.186,39	\$ 32.804,15	\$ 45.253,04	\$ 61.144,09
25% imp a la renta	\$ 19.680,42	\$ 28.905,69	\$ 40.895,84	\$ 56.415,46	\$ 76.226,29
Pago de capital del préstamo	\$ 4.262,66	\$ 5.379,64	\$ 6.789,32	\$ 8.568,38	\$ -
Total Egresos	\$ 149.131,14	\$ 176.153,02	\$ 209.197,24	\$ 249.745,70	\$ 289.587,70
Depreciación activos fijos	\$ 5.935,50	\$ 5.935,50	\$ 5.935,50	\$ 5.935,50	\$ 5.935,50
Amortización activos diferidos	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
Flujos netos	\$ 28.653,36	\$ 50.476,28	\$ 79.220,73	\$ 116.834,94	\$ 175.868,72

Tabla 1. 33. Flujo de caja

Fuente: Investigación propia
Elaborado por: *Wesly Sthyf Quelal Amador*

3.2.2.3.1.5.4. Valor presente neto

Este es uno de los métodos más conocidos para evaluar un proyecto de inversión y cuyo objetivo es maximizar la inversión. Para este negocio tenemos el cálculo del VAN tomando en cuenta los flujos de caja, además del desembolso inicial que corresponde a la inversión inicial conformada por el préstamo bancario y recursos propios.

Para cálculo del van supondremos que la tasa de descuento es del 10%.

Año	Flujo de caja
Año 0	-64108,24
Año 1	28653,36
Año 2	50476,28
Año 3	79220,73
Año 4	116834,94
Año 5	175868,72

VAN	\$ 165.143,02
------------	---------------

Tabla 1. 34. VAN

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Como se puede observar el VAN es de \$165143,02 lo que quiere decir que el negocio generaría un beneficio rentable.

3.2.2.3.1.5.5. Tasa interna de retorno

La TIR es una herramienta importante para decidir si un proyecto se puede llevar a cabo sin riesgo y que nos genere rentabilidad.

Si $TIR > r$ se rechaza el proyecto

Si $TIR < r$ se acepta el proyecto

A continuación, se muestra el cálculo del TIR para nuestro negocio en base a los flujos de caja:

Año	Flujo de caja
Año 0	-64108,24
Año 1	28653,36
Año 2	50476,28
Año 3	79220,73
Año 4	116834,94
Año 5	175868,72

TIR	81%
------------	-----

Tabla 1. 35. TIR

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador

Como se observa la TIR es del 81% esto quiere decir que el proyecto es factible.

CONCLUSIONES

1. El plan de negocio Tecnollantas para la importación de neumáticos marca Qingdao para comercializarse en la zona norte de la ciudad de Guayaquil pretende llegar a los consumidores de llantas que poseen vehículos livianos.
2. La importación de llantas conlleva un proceso que incluye impuestos y valores a pagar para tener el producto listo para comercializarse.
3. La técnica para efectuar el estudio de mercado ha sido una encuesta con preguntas que nos permitieron conocer las preferencias de los consumidores de la zona norte de Guayaquil.
4. En base a la encuesta que se realizó a 500 personas se determinó que la mayoría de personas si estarían dispuestos a adquirir una nueva marca de llanta china, lo que nos permitió inferir que nuestro producto tendría la acogida en el mercado.
5. El plan de marketing para llegar a los consumidores se basará en estrategias publicitarias a través de redes sociales y otros medios escritos.
6. Con este negocio se pretende satisfacer las necesidades de los consumidores en cuanto a llantas que le ofrezcan durabilidad y calidad.
7. Se espera que la implementación del negocio de llantas de marca Qingdao tenga una rentabilidad creciente al paso de los años.
8. En base al cálculo del valor presente neto se pudo observar que el negocio generará resultados rentables que permitan el crecimiento y expansión del negocio a corto plazo.
9. El cálculo de la tasa interno de retorno nos mostró que el negocio será factible.
10. En base a todo el estudio financiero se pudo analizar el crecimiento en ventas en un período de 5 años, lo cual nos mostró el crecimiento financiero que tendrá el negocio considerando también un crecimiento tanto en costos como gastos.

11. El crecimiento esperado en ventas es del 70% al cabo de un período proyectado de 5 años.
12. El crecimiento esperado en gastos es del 10% anual en un período proyectado de 5 años.
13. Al cabo de 5 años se espera ofrecer mas variedad en neumáticos, es decir, otro tipo de marca como la Qingdao.

RECOMENDACIONES

- Realizar la implementación del negocio Tecnollantas ofreciendo un producto de calidad que logre satisfacer las necesidades de los consumidores.
- Evaluar periódicamente el negocio para conocer el crecimiento y rentabilidad.
- Implementar un plan de marketing que logre captar la atención del cliente en el producto.
- Tomar en cuenta los posibles productos o servicios adicionales que puede ofrecer el negocio.
- Capacitar continuamente al personal para crear una cultura de trabajo en equipo.
- Mantener los niveles de rentabilidad para asegurar que se recuperará la inversión inicial.
- Realizar periódicamente una retroalimentación de nuestro producto en base a encuestas a nuestros clientes.
- Ajustar el negocio a las medidas arancelarias vigentes al momento de realizar las importaciones
- Aplicar estrategias de benchmarking y diferenciación
- Analizar la factibilidad de importar llantas de diferentes proveedores internacionales de la marca Qingdao.
- Efectuar planes de contingencia en el caso de extravío de mercadería durante el proceso de importación.
- Asegurar la mercadería por cualquier tipo de eventualidad que pueda ocurrir
- Contar con una bodega adicional para almacenar los neumáticos

- Los estados financieros deberán basarse en proyecciones para lo cual debe considerarse variables internas y externas.
- Realizar al inicio del año el presupuesto anual basado en los estados financieros del período anterior.
- Buscar expansión a nivel nacional

Bibliografía

- Asesoría Legal en Trámites Aduaneros - Ecuador. (s.f.). *Importar y exportar*. Recuperado el 19 de febrero de 2020, de <http://www.asesoraduanero.com/importar-y-exportar.html>
- Cámara de comercio de Guayaquil. (2020). *Relación comercial Ecuador China*. Recuperado el 28 de julio de 2020, de <http://www.lacamara.org/website-antes/images/boletines/informacion-comercial/relacion%20comercial%20ecuador%20-%20china.pdf>
- Cámara Marítima del Ecuador. (17 de febrero de 2020). *Los efectos del coronavirus en el comercio con China se reflejarían en marzo, según la Senae*. Recuperado el 10 de marzo de 2020, de <http://www.camae.org/coronavirus/los-efectos-del-coronavirus-en-el-comercio-con-china-se-reflejarian-en-marzo-segun-la-senae/>
- Carrión Nin, J. L. (1999). *Proceso de fabricación de llantas de caucho*. Recuperado el 28 de julio de 2020, de Revista Industrial Data Vol. 2. N° 1 Págs. 40 - 43: https://sisbib.unmsm.edu.pe/bibvirtual/publicaciones/indata/v02_n2/proceso.htm
- Cohen, G. (01 de 02 de 2018). *Cómo iniciar un negocio de llantas*. Recuperado el 28 de julio de 2020, de <https://www.cuidatudinero.com/13130017/como-iniciar-un-negocio-de-llantas>
- Diario El Comercio. (14 de septiembre de 2012). *Historia de la llanta*. Recuperado el 19 de febrero de 2020, de <https://www.elcomercio.com/deportes/carburando/historia-llanta.html#:~:text=Fue%20la%20empresa%20Goodyear%20la,en%20un%20aro%20de%20madera.>
- Ecuador, Asamblea Nacional. (29 de diciembre de 2010). *Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones*. Recuperado el 28 de julio de 2020, de Registro Oficial N° 351: <https://www.correosdeecuador.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2018/11/COPCI.pdf>
- Ecuador, Banco Central. (20 de mayo de 2020). *Comercio exterior*. Recuperado el 1 de septiembre de 2020, de <https://www.bce.fin.ec/index.php/comercio-exterior>
- Ecuador, Servicio Nacional de Aduana. (2020). *Servicio al ciudadano*. Recuperado el 10 de septiembre de 2020, de <https://www.aduana.gob.ec/servicio-al-ciudadano/>
- Importar de China. Club. (2020). *Como importar desde China a Ecuador*. Recuperado el 28 de julio de 2020, de <https://importardechina.club/ecuador>
- Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno - Ecuador. (28 de diciembre de 2015). *Ley Orgánica de Regimen Tributario Interno*. Obtenido de Registro oficial No 463: <https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:IHQb1VucskMJ:https://ww>

w.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/cbac1cfa-7546-4bf4-ad32-c5686b487ccc/20151228%2BLRTI.pdf+&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=ec

- Marquez, S. (27 de noviembre de 2018). *Más problemas en el frente externo: pierde dinamismo el comercio internacional*. Recuperado el 28 de julio de 2020, de <https://www.nexportglobal.com/mas-problemas-en-el-frente-externo-pierde-dinamismo-el-comercio-internacional/>
- Medina Rincon, C. (30 de 04 de 2013). *Características de los neumáticos*. Recuperado el 28 de julio de 2020, de <https://carloscampeche2012.wordpress.com/2013/04/30/caracteristicas-para-leer-o-entender-un-neumatico-llantas-o-goma-de-auto/>
- Moraño , X. (4 de octubre de 2010). *Estrategias de Posicionamiento*. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de <https://marketingyconsumo.com/estrategias-de-posicionamiento.html>
- Motorpoint Networks S.A. (10 de mayo de 2017). *Características de los neumáticos a tener en cuenta antes de proceder a su compra*. Recuperado el 1 de septiembre de 2020, de <https://www.motorpoint.com/actualidad>
- Qingdao Golden Pegasus Tire. (s.f.). *Nuestros productos*. Recuperado el 28 de julio de 2020, de <http://es.goldenpegasustyre.com/>
- Reglamento para aplicación de la Ley Regimen Tributario Interno - SRI. (28 de febrero de 2015). *Reglamento para aplicación de la Ley Regimen Tributario Interno*. Obtenido de Registro Oficial No 448:
[http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/Archivos/Transparencia/2018/04abril/A2/ANEXO S/PROCU_REGLAMENTO_PARA_APLICACION_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO.pdf](http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/Archivos/Transparencia/2018/04abril/A2/ANEXO_S/PROCU_REGLAMENTO_PARA_APLICACION_LEY_DE_REGIMEN_TRIBUTARIO_INTERNO.pdf)
- Sánchez Galán, J. (2020). *Posicionamiento*. Recuperado el 1 de septiembre de 2020, de <https://economipedia.com/definiciones/posicionamiento.html>
- Selcus Blog. (21 de noviembre de 2017). *Diferencia entre una llanta y un neumático*. Recuperado el 5 de septiembre de 2020, de <https://www.selcus.com/blog/2017/11/21/diferencia-una-llanta-neumatico/>
- Servicios del Automóvil CLAXON S.A. (8 de septiembre de 2018). *¿Qué tipos de neumáticos existen? Tu listado definitivo para salir de dudas*. Recuperado el 1 de septiembre de 2020, de <https://claxon.org/blog/tipos-de-neumaticos-para-coche/>
- Villacampa, O. (25 de octubre de 2018). *Qué son las 4 p del marketing, cómo aplicarlas y ejemplos*. Recuperado el 10 de 09 de 2020, de <https://www.ondho.com/que-son-4-p-marketing-como-aplicarlas-ejemplos/>

ANEXOS

Valor del préstamo	25.000,00
TNA (30/360)	23,5%
Años	4
Frecuencia de Pago	Mensual
Interés equivalente	1,958%
N° de pagos por año	12
N° Total de Cuotas	48

Resumen:

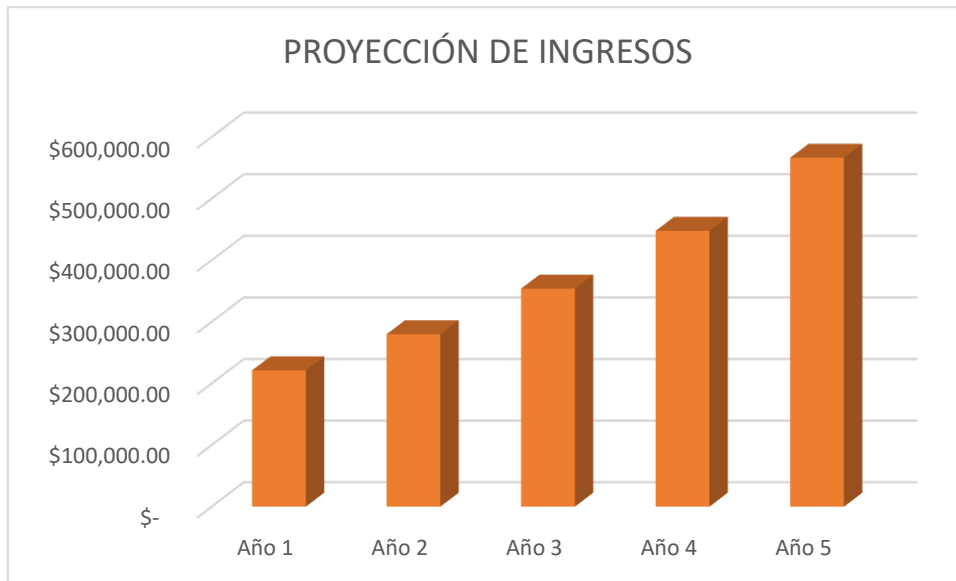
Valor préstamo	\$	25.000,00
Suma de Cuotas	\$	38.791,24
Suma de Interés	\$	13.791,24

Número de Cuota	CUOTA A PAGAR	INTERÉS	CAPITAL AMORTIZADO	CAPITAL VIVO
0				\$ 25.000,00
1	\$ 808,15	\$ 489,58	\$ 318,57	\$ 24.681,43
2	\$ 808,15	\$ 483,34	\$ 324,81	\$ 24.356,63
3	\$ 808,15	\$ 476,98	\$ 331,17	\$ 24.025,46
4	\$ 808,15	\$ 470,50	\$ 337,65	\$ 23.687,81
5	\$ 808,15	\$ 463,89	\$ 344,26	\$ 23.343,54
6	\$ 808,15	\$ 457,14	\$ 351,01	\$ 22.992,54
7	\$ 808,15	\$ 450,27	\$ 357,88	\$ 22.634,66
8	\$ 808,15	\$ 443,26	\$ 364,89	\$ 22.269,77
9	\$ 808,15	\$ 436,12	\$ 372,03	\$ 21.897,73
10	\$ 808,15	\$ 428,83	\$ 379,32	\$ 21.518,41
11	\$ 808,15	\$ 421,40	\$ 386,75	\$ 21.131,66
12	\$ 808,15	\$ 413,83	\$ 394,32	\$ 20.737,34
13	\$ 808,15	\$ 406,11	\$ 402,04	\$ 20.335,30
14	\$ 808,15	\$ 398,23	\$ 409,92	\$ 19.925,38
15	\$ 808,15	\$ 390,21	\$ 417,95	\$ 19.507,43
16	\$ 808,15	\$ 382,02	\$ 426,13	\$ 19.081,30
17	\$ 808,15	\$ 373,68	\$ 434,48	\$ 18.646,83
18	\$ 808,15	\$ 365,17	\$ 442,98	\$ 18.203,84
19	\$ 808,15	\$ 356,49	\$ 451,66	\$ 17.752,18
20	\$ 808,15	\$ 347,65	\$ 460,50	\$ 17.291,68
21	\$ 808,15	\$ 338,63	\$ 469,52	\$ 16.822,16
22	\$ 808,15	\$ 329,43	\$ 478,72	\$ 16.343,44
23	\$ 808,15	\$ 320,06	\$ 488,09	\$ 15.855,35
24	\$ 808,15	\$ 310,50	\$ 497,65	\$ 15.357,70
25	\$ 808,15	\$ 300,75	\$ 507,40	\$ 14.850,30
26	\$ 808,15	\$ 290,82	\$ 517,33	\$ 14.332,97
27	\$ 808,15	\$ 280,69	\$ 527,46	\$ 13.805,51
28	\$ 808,15	\$ 270,36	\$ 537,79	\$ 13.267,71
29	\$ 808,15	\$ 259,83	\$ 548,32	\$ 12.719,39
30	\$ 808,15	\$ 249,09	\$ 559,06	\$ 12.160,33
31	\$ 808,15	\$ 238,14	\$ 570,01	\$ 11.590,32
32	\$ 808,15	\$ 226,98	\$ 581,17	\$ 11.009,14
33	\$ 808,15	\$ 215,60	\$ 592,56	\$ 10.416,59
34	\$ 808,15	\$ 203,99	\$ 604,16	\$ 9.812,43
35	\$ 808,15	\$ 192,16	\$ 615,99	\$ 9.196,44
36	\$ 808,15	\$ 180,10	\$ 628,05	\$ 8.568,38
37	\$ 808,15	\$ 167,80	\$ 640,35	\$ 7.928,03
38	\$ 808,15	\$ 155,26	\$ 652,89	\$ 7.275,13
39	\$ 808,15	\$ 142,47	\$ 665,68	\$ 6.609,46
40	\$ 808,15	\$ 129,44	\$ 678,72	\$ 5.930,74
41	\$ 808,15	\$ 116,14	\$ 692,01	\$ 5.238,73
42	\$ 808,15	\$ 102,59	\$ 705,56	\$ 4.533,17
43	\$ 808,15	\$ 88,77	\$ 719,38	\$ 3.813,80
44	\$ 808,15	\$ 74,69	\$ 733,46	\$ 3.080,33
45	\$ 808,15	\$ 60,32	\$ 747,83	\$ 2.332,51
46	\$ 808,15	\$ 45,68	\$ 762,47	\$ 1.570,03
47	\$ 808,15	\$ 30,75	\$ 777,40	\$ 792,63
48	\$ 808,15	\$ 15,52	\$ 792,63	\$ 0,00

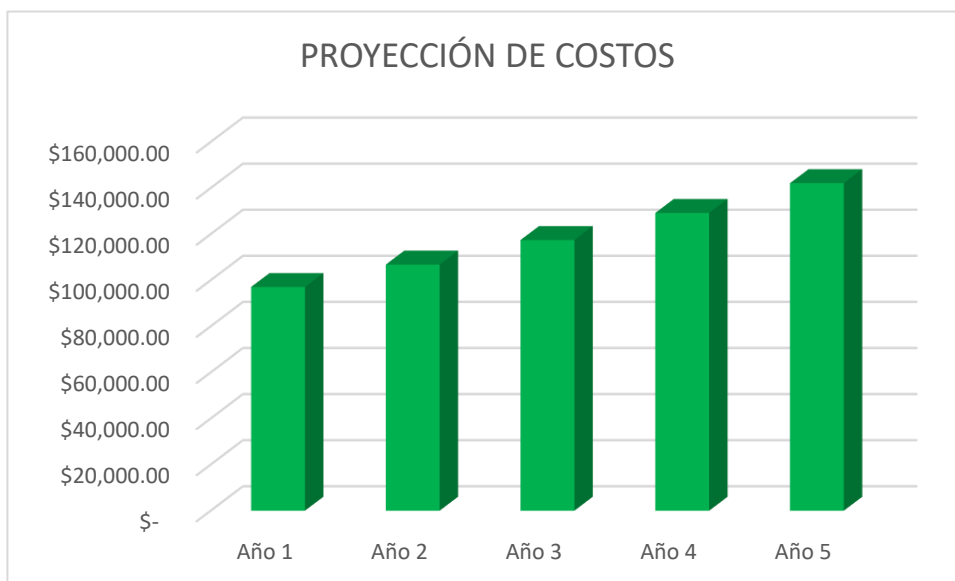
Anexo 1. 1. Tabla de amortización

Fuente: Investigación propia

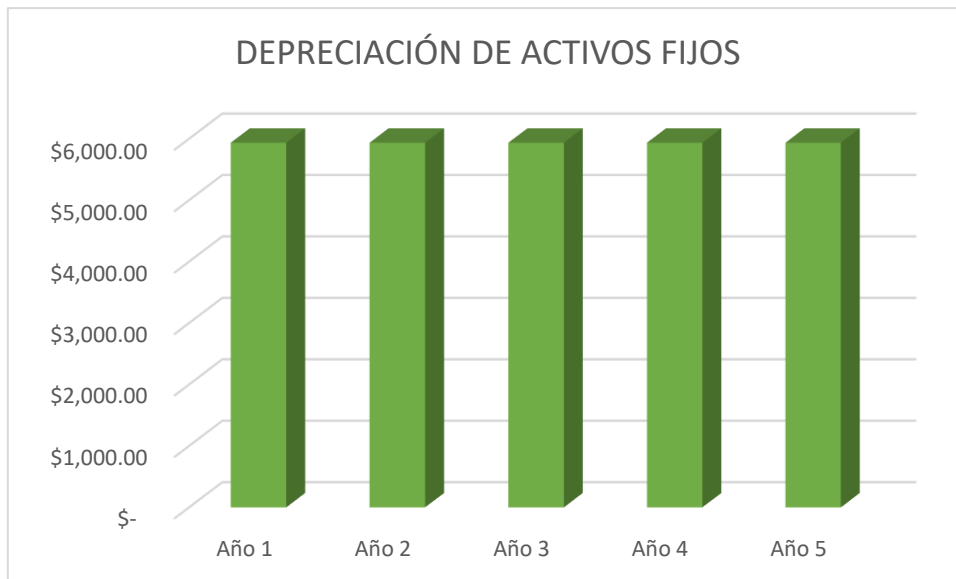
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador



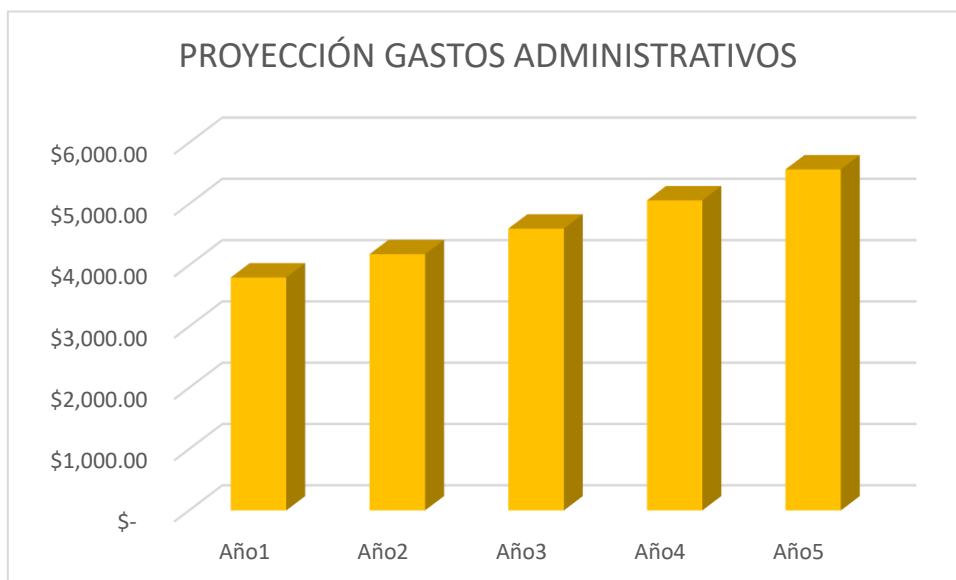
Anexo 1. 2. Proyección de ingresos
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador



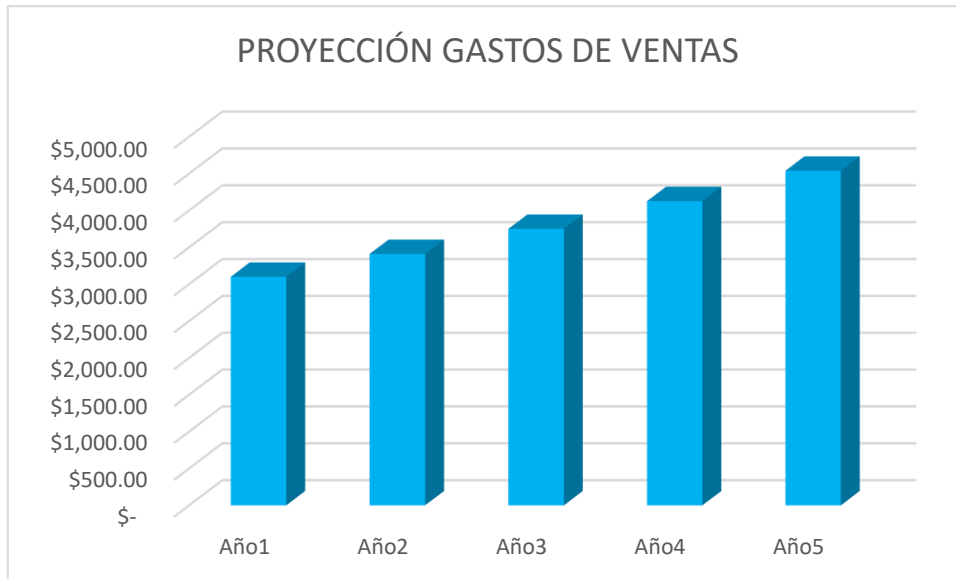
Anexo 1. 3. Proyección de costos
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador



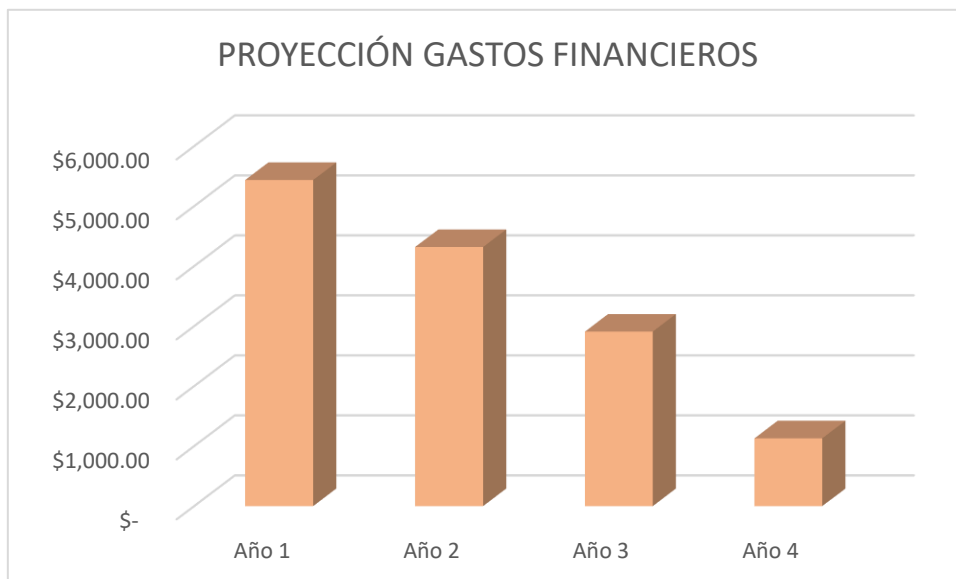
Anexo 1. 4. Depreciación de activos fijos
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Autor



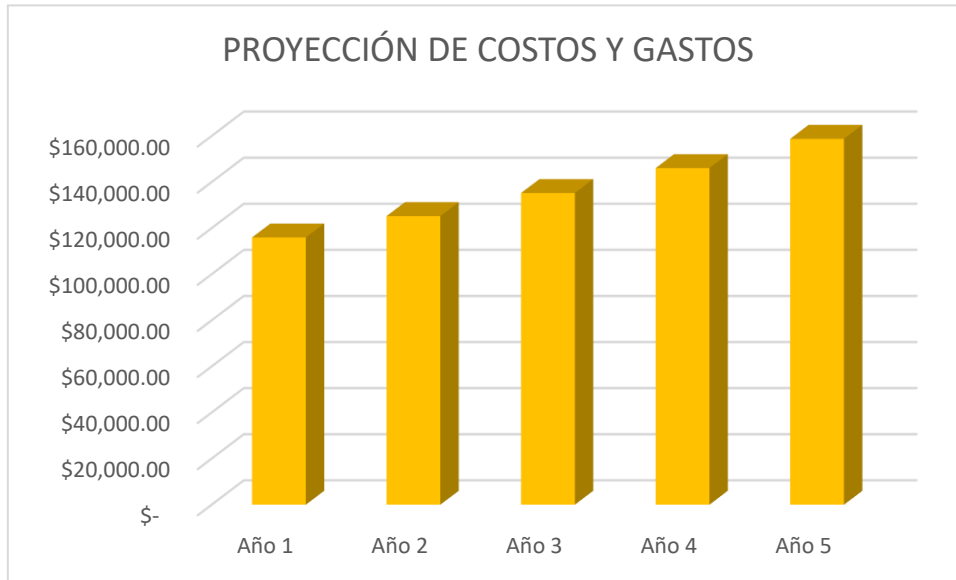
Anexo 1. 5. Proyección gastos administrativos
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador



Anexo 1. 6. Proyección de gastos de ventas
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador



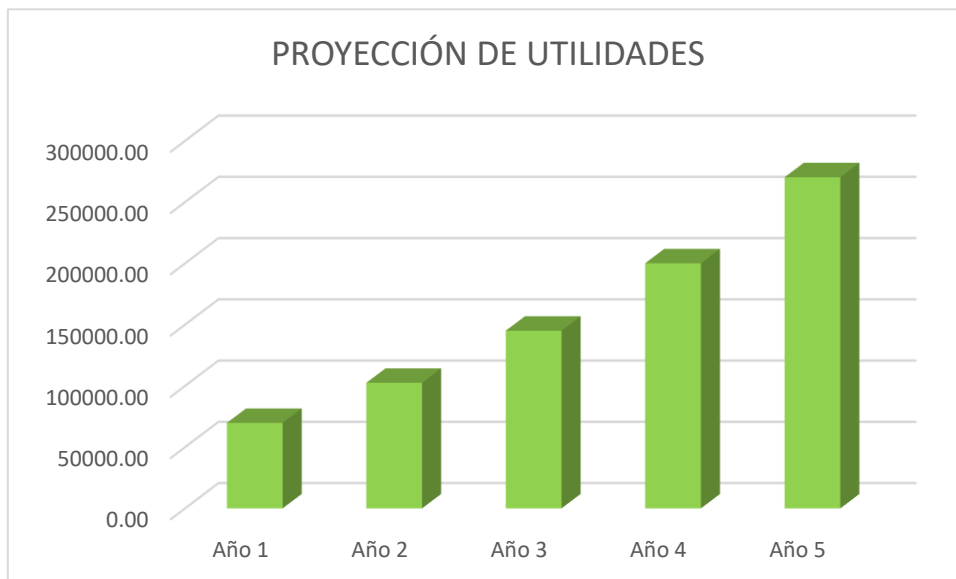
Anexo 1. 7. Proyección de gastos financieros
Fuente: Investigación propia
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador



Anexo 1. 8. Proyección de costos y gastos

Fuente: Investigación propia

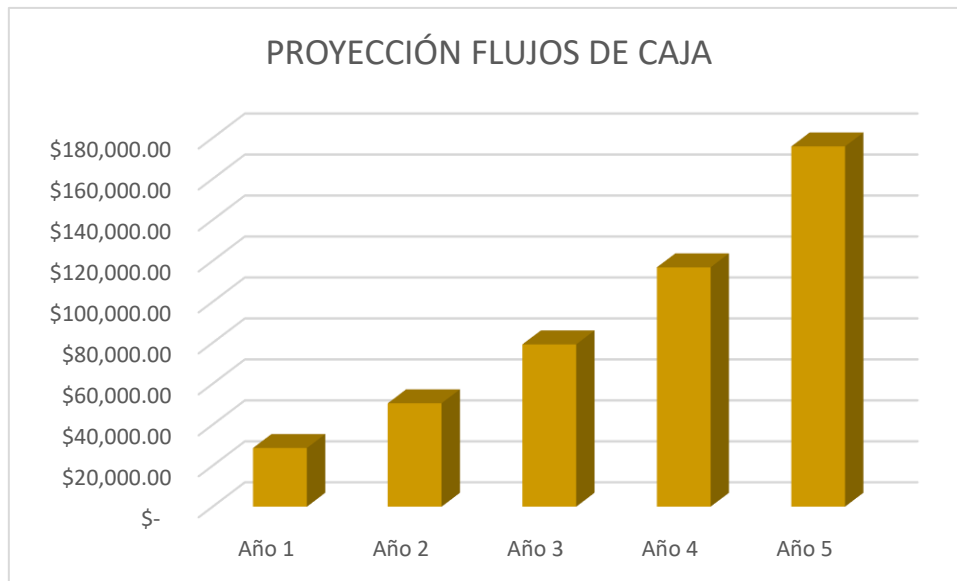
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador



Anexo 1. 9. Proyección de utilidades

Fuente: Investigación propia

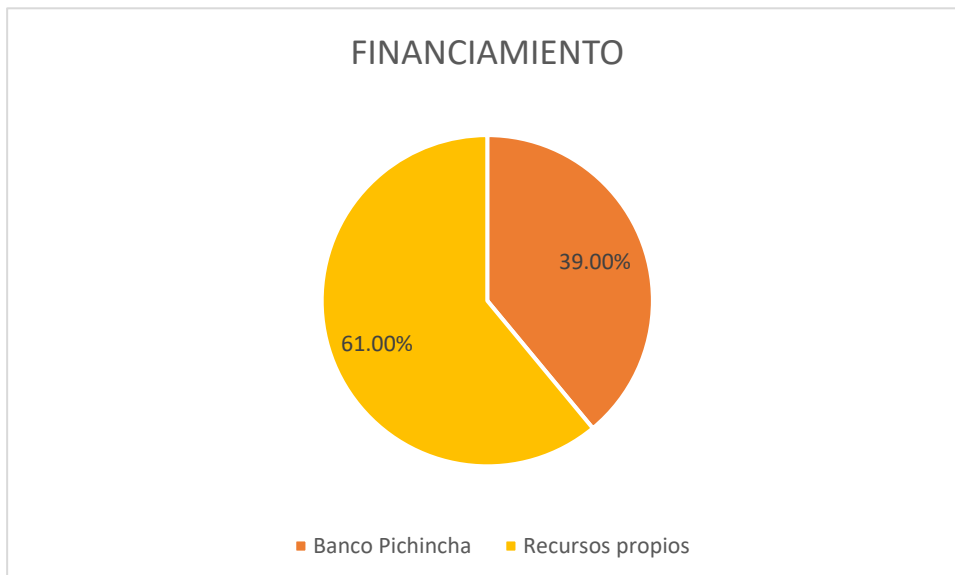
Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador



Anexo 1. 10. Proyección flujos de caja

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador



Anexo 1. 11. Financiamiento del negocio

Fuente: Investigación propia

Elaborado por: Wesly Sthyf Quelal Amador