



UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR

LOJA

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

**TESIS DE GRADO PARA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA
IMPORTACIÓN DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA
MOTOS EN LA EMPRESA EXPOMOTOS Y
COMERCIALIZAR EN LA CIUDAD DE LOJA PERÍODO
2013-2014.**

ÁLVAREZ PEÑA MAURICIO RENÉ

**Director
Mgs. Nancy Armijos Delgado**

Noviembre 2013

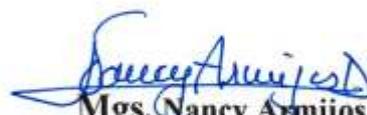
Loja-Ecuador

Yo, Mauricio René Álvarez Peña, declaro bajo juramento, que el trabajo aquí es de mi auditoría; que no ha sido presentado anteriormente para ningún grado de calificación profesional y que se ha consultado la bibliografía detallada.

Cedo mis derechos de propiedad intelectual a la Universidad Internacional del Ecuador, para que sea publicado y divulgado en internet, según lo establecido en la ley de la Propiedad Intelectual, reglamento y leyes.


Mauricio Alvarez

Yo, Ing. Nancy María Armijos Delgado, certifié que conozco a la autora del presente trabajo siendo ella la responsable exclusiva tanto de su originalidad y autenticidad, como de su contenido, por lo que autorizo la presentación del mismo.


Mgs. Nancy Armijos
Directora de Tesis

Resumen

El mercado automotriz de hoy en día tiene un crecimiento acelerado debido a que la mayoría de las personas poseen vehículos y el tráfico de la ciudad se ha vuelto imposible transitar es por eso que muchas personas han tomado la decisión de buscar un nuevo método de transporte como son las motos.

Debido a esta situación se ha creído conveniente realizar la importación de repuestos y accesorios para motos en la empresa Expomotos, los mismos que serán de calidad y con su respectiva garantía para que satisfagan las necesidades de los clientes de la ciudad de Loja.

Gracias a este proceso de importación la comercialización de repuestos y accesorios será diferente debido a que son productos que se los va a encontrar a precios cómodos y accesibles por el trámite de importación.

Es importante que los empresarios conozcan el ambiente internacional que los rodea para de esta manera, buscar nuevas formas de incrementar el crecimiento de la empresa y por ende su competitividad.

Con el estudio de mercado se tendrá una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien que se piensa vender, además indicará si las características y especificaciones de los productos corresponden a las que desea comprar el cliente y permitirá tener una idea acerca del precio adecuado al cual se colocara el producto para competir en el mercado.

Abstract

This business plan contains six chapters, which will aim to find the viability for its proper execution.

On the first chapter, we aim to structure the constitution of the company and its organization. At the same time, we study its different functions.

On the second chapter, a extensive analysis is done, comprehending everything related to the demographic macro ambient, the economic environment of the city, the social investment. To summarize, we analyze the target market.

Also, we describe the Market internal analysis, the profitability and the patterns of the business.

As well, the imports and everything related to it, including what INCOTERMS we should apply.

On the third chapter, we go deeper on the Imports Plan, covering the customs system and the customs warehouses.

On the fourth chapter, we do the Market and Feasibility study.

On the last chapter, we cover the issues related to the investment, the estimated demand and the project evaluation. With all these, we establish the conclusions and recommendations.

Quiero dedicar el presente proyecto en primer lugar a Dios, por permitirme llegar a concluir una etapa más de mi vida; de manera especial a mis queridos padres por su apoyo incondicional y que además con su ejemplo de superación, dedicación y apoyo me han sabido guiar por el camino del éxito.

Mauricio Álvarez Peña

Yo, Mauricio René Álvarez Peña, certifico que soy el autor exclusivo del presente proyecto de investigación y que la misma es única y personal de mi autoría. Todos los efectos académicos y legales que se derivan de la misma serán de mi integra responsabilidad.

Mauricio René Álvarez Peña

Un eterno agradecimiento a la Universidad Internacional del Ecuador sede Loja, en especial a la Carrera de Negocios Internacionales por haberme dado la oportunidad de forjarme un futuro mejor.

De igual manera hago un extenso agradecimiento a todos los docentes de esta prestigiosa universidad quienes con sus conocimientos me ayudaron a formarme como un buen profesional.

Un reconocimiento al Catedrático Universitario, Ing. Nancy Armijos quien desde inicio de mi carrera universitaria me brindó los mejores y sabios conocimientos de ética profesional, y supo guiarme en la elaboración del proyecto de tesis para culminar mi formación académica.

Por último extiendo mi agradecimiento a la empresa Expomotos por la ayuda prestada y permitirme realizar este proyecto investigativo en base a su organización.

Mauricio René Álvarez Peña

FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN DE REPUESTOS Y ACCESORIOS PARA MOTOS EN LA EMPRESA EXPOMOTOS Y COMERCIALIZAR EN LA CIUDAD DE LOJA PERÍODO 2013-2014.

PORTADA	1
Autoría	2
Resumen	3
Abstract.....	4
Dedicatoria.....	5
Certificación	6
Agradecimientos.....	7
Índice de Anexos	14
Introducción.....	15
Metodología utilizada en la investigación	16
CAPITULO 1	19
Reseña Histórica	19
1.1.Historia de constitución de la Empresa	19
1.2.Estructura Organizacional	23
1.3.Descripción de Funciones de Expomotos.....	23
1.4.Misión.....	26
1.5.Visión.....	26
1.6. Valores de la Empresa	26
CAPÍTULO II.....	30
Análisis Situacional	30
2.1 Análisis Externo	30
2.2 Macro Ambiente	31
2.3 La demografía.....	31
2.4 Entorno Económico	32
2.5 Inversión Social	35
2.6 Tendencias de Empleo.....	36
2.7 Inflación y Salarios.....	37
2.8 Factores Políticos.....	38
2.8.1 Factor Político Legal	38
2.8.2 Factor sociocultural	39
2.8.3 Factor Ambiental	41
2.9 Micro ambiente.....	43
2.9.1 Fuerzas de Porter	43
2.10 La empresa Expomotos	45
2.11 Análisis Interno.....	50

CAPÍTULO III	54
Negocios Internacionales.....	54
3.1 Economía Internacional.....	54
3.2 Ganancias del Comercio.....	58
3.3 Patrones del Comercio.....	59
3.4 GATT.....	59
3.5 Mercado Internacional de Capitales	60
3.6 De la Internacionalización de la Economía a la Globalización	61
3.7 Transacciones Internacionales	63
3.8 Transacción Deudora.....	63
3.9 Transacción Acreedora	63
3.10 Comercio Exterior	64
3.10.1 Beneficios del comercio exterior	65
3.11 Importaciones	65
3.11.1 Tipos de importador:	66
3.11.2 Requisitos para importar.....	66
3.12 Proceso de importación	67
3.12.1 Nota de pedido.....	67
3.12.2 Autorización	67
3.12.3 Póliza de seguro.....	67
3.12.4. Solicitud de importación.....	69
3.12.5 Certificado de inspección	69
3.12.6 Certificado de origen	70
3.12.7 Manifiesto de carga	70
3.12.8. Conocimiento de embarque	71
3.12.9. Factura comercial	71
3.12.10 DAU Declaración Aduanera Única	71
3.13 Incoterms	72
3.13.1EXW	73
3.13.2 FAS.....	74
3.13.3. FCA	75
3.13. 4CFR.....	76
3.13.5 FOB	77
3.13.7 CIP.....	79
3.13.8 CPT.....	80
3.13.9 DAF	81
3.13.10 DES.....	82
3.13.11 DDU.....	83
CAPÍTULO IV.....	87
Regímenes Aduaneros	87
Introducción:.....	87
4.1. Regímenes Aduaneros	87
4.1.1. Regímenes Comunes	88
4.1.2. Regímenes Particulares o de Excepción.....	88
4.1.3. Regímenes Especiales.....	89

4.2 Depósitos Aduaneros:.....	91
4.3 Zona Franca:	92
4.3.1 Las Zonas Francas son:.....	93
CAPITULO V	95
Estudio de Mercado	95
Introducción:.....	95
5.1 Investigación de Mercado.....	95
5.1.1 Mercado	95
5.2 Estimación de la población y muestra	96
5.4 Objeto de Estudio	104
5.4.1 Producto.....	105
5.4.2 Cliente.....	105
5.4.3 Oferta y Demanda.....	106
CAPÍTULO VI:	116
Plan de negocios para la Empresa Expomotos	116
Introducción:.....	116
6.1 Estudio de Factibilidad	116
6.2. Inversión y financiamiento del proyecto	117
6.2.1 Inversión	117
6.2.2 Financiamiento:	118
6.3 Análisis de la demanda	120
6.3.1 Demanda Potencial	120
6.3.2 Demanda Real o Actual.....	120
6.3.3 Demanda Efectiva.....	121
6.4. Evaluación del proyecto	126
6.4.1 Valor Actual Neto.....	126
6.4.2 La Tasa Interna de Retorno	126
6.4.3 Relación costo beneficio.....	126
6.4.4 Periodo de Recuperación	127
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	128
7.1. Conclusiones:.....	128
7.2. Recomendaciones:	129
REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA	130
ANEXOS:	133

Índice de imágenes

Imagen 1: Repuestos Expomotos	106
Imagen 2: Accesorios Expomotos	109
Imagen 3: Local Expomotos.....	142
Imagen 4: Exhibidor de Motos	143
Imagen 5: Rótulo de Financiamiento Directo.....	144
Imagen 6: Taller Autorizado.....	145
Imagen 7: Oficina de Gerencia.....	146
Imagen 8: Exhibidor de accesorios.....	147
Imagen 9: Rotulación del Motor 1.....	148

Índice de Ilustraciones:

Ilustración 1: Organigrama de la Empresa EXPOMOTOS.....	23
Ilustración 2: Fuerzas de Porter	44
Ilustración 3: Porcentajes de Proveedores	46
Ilustración 4: Porcentajes de Competidores	49

Índice de Tablas

Tabla 1: Población de la Provincia de Loja	31
Tabla 2: Actividades Económicas	33
Tabla 3: Distribución de Ingresos y Egresos del gobierno de la Economía	33
Tabla 4: Inversión Social	35
Tabla 5: Desempleo en el Ecuador	36
Tabla 6: Subempleo en el Ecuador	36
Tabla 7: Habitantes por sexo en el Ecuador	38
Tabla 8: Habitantes por regiones	38
Tabla 9: Porcentajes de Proveedores:	46
Tabla 10: Porcentajes de Competidores	48
Tabla 11: FODA	52
Tabla 12: Matriz Foda	53
Tabla 13: Principales actividades que se fomentan en el Ecuador	61
Tabla 14: Tipos de importador	66
Tabla 15: Repuestos a Importar	112
Tabla 16: Cotización.....	113
Tabla 17: Valores.....	113
Tabla 18: Liquidación Aduanera	113
Tabla 19: Detalle del Total de Gastos de la Importación	114
Tabla 20: Inversión	118
Tabla 21: Inversión de Importación.....	118
Tabla 22: Resumen de la Inversión	119
Tabla 23: Demanda Potencial.....	120
Tabla 24: Demanda Real Actual.....	121
Tabla 25: Demanda Efectiva	121
Tabla 26: Proyección de la Demanda	121
Tabla 27: Determinación de Ingresos	122
Tabla 28: Determinación de gastos	122
Tabla 29: Depreciación.....	123
Tabla 30: Flujo de Efectivo	124

Índice de Anexos

ANEXO A: Nota de Pedido	134
ANEXO B: Documento Único de Importación.....	135
ANEXO C: Seguro de Transporte	136
ANEXO D: Solicitud de Importación	137
ANEXO E: Certificado de Inspección	138
ANEXO F: Guía Aérea.....	139
ANEXO G: Factura	140
ANEXO H: Declaración de Aduana.....	141

Introducción

En la Ciudad de Loja al Norte de la misma existe la Empresa Expomotos, reconocida como una de las mejores empresas en la comercialización de motos.

En este último tiempo se ha ido posicionando la empresa y ha ido ganando mercado tanto local como nacional, es por ello que la empresa está buscando un plan de negocios con la finalidad de poder importar repuestos y accesorios para un mejor servicio al cliente y para poder cubrir mejor su garantía.

En la ciudad de Loja no existe una empresa fuerte que distribuya estos repuestos al por mayor y con la variedad adecuada tanto en la ciudad como en la provincia, esto hace que las motos no se comercialicen tanto ya que no se puede cubrir la totalidad de la garantía, pero con esta visión que tiene la Empresa Expomotos podremos servir de mejor manera al cliente y este puede tener la confianza necesaria para poder adquirir una moto.

Es por eso que este Plan de negocios está basado en la importación de Repuestos y accesorios para todo tipo de moto siempre cuando la inversión no sea extremada, y con el análisis de mercado que se hace en el presente plan las utilidades serán beneficiosas para la empresa.

METODOLOGÍA UTILIZADA EN LA INVESTIGACIÓN

El presente documento, desarrollado durante 8 meses, es el resultado de un proceso investigativo diverso, es decir, que se utilizaron múltiples modelos o sistemas de investigación, como son:

- Exploratoria
- Descriptiva
- Analítico

Al inicio de este proceso investigativo, se estableció un cronograma de trabajo con tiempos y tareas. Es importante señalar este aspecto, pues se sabe que todo proceso de investigación debe partir de una planificación y organización previa de tiempos, insumos, contactos, fuentes de información primaria y secundaria disponibles, etc.

- **MÉTODO EXPLORATORIO:** El proceso investigativo se enmarcó en los lineamientos del método exploratorio que hicieron posible investigar la realidad de los problemas investigados, pudiendo así buscar el soporte lógico de los conocimientos teóricos y prácticos de esta investigación.
- **MÉTODO DESCRIPTIVO:** Este método se utilizó en el desarrollo de diferentes pasos que consta la investigación; así como en la revisión de fuentes bibliográficas, presentación de los resultados y finalmente permitió estructurar la presente investigación.
- **MÉTODO ANALÍTICO:** Contribuyó para analizar la información que se recopiló de la entrevista con el gerente y comandante de policía, también con las encuestas realizadas a los diferentes empleados para poder explicar las causas de los problemas que atraviesa el personal y como ayudar a los mismos, y así poder importar la cantidad necesaria de repuestos y accesorios para poder abastecer a todos los consumidores de motos en la ciudad de Loja.

Con la información obtenida, y pasando de lo general a lo particular, se dio inicio a un proceso de consecución de los objetivos propuestos; propuesta que fue de la mano con la validación de la hipótesis planteada.

En este contexto, se hizo contacto con empresas proveedoras de repuestos y accesorios de motos dentro y fuera del país, haciendo a la par una identificación de los competidores potenciales. Los datos e información procesada fueron corroborados con los resultados de las encuestas realizadas a 200 clientes de motos.

Dentro de la parte final de este proyecto, se establecieron los parámetros financieros, obteniendo índices favorables que denotan la factibilidad de este proceso.

TÉCNICAS:

- **ENTREVISTA:** Se aplicó con el objeto de recoger información a través de un sistema de preguntas al Comandante de policía Crnl. Galo Cobos, a fin de conocer cuántas motos circulan en la ciudad de Loja.
- **ESTUDIO DE MERCADO:** En un estudio de factibilidad, es el estudio de mercado el encargado de decidir a priori la realización o no de un proyecto, convirtiéndose entonces en el precedente para la realización de los estudios técnicos, económicos y financieros.

El estudio de mercado se puede definir como la función que vincula a los consumidores con el encargado de estudiar el mercado a través de la información, la cual se utiliza para identificar y definir tanto las oportunidades como las amenazas del entorno; para generar y evaluar las medidas de mercadeo así como para mejorar la comprensión del proceso del mismo. Este, por su carácter preliminar, constituye un sondeo de mercado, antes de incurrir en costos innecesarios.

- **ENCUESTA:** Se aplicó en un total de 200 encuestas a personas que utilizan motos para con esto poder analizar las cantidades de motos y repuestos que se debería traer para la venta y sea un negocio más factible.
- **RECOLECCIÓN BIBLIOGRÁFICA:** Este tipo de técnica permitió recolectar información obtenida de los libros, folletos, documentos escritos en internet, para poder elaborar los referentes teóricos de la investigación.
- **PROCEDIMIENTO:**

Para la realización del presente trabajo primeramente se procedió a solicitar la aprobación por parte de dueño de la empresa Ing. Antonio Prado, con la autorización dada se procedió a entrevistar al Comandante de policía de la Ciudad de Loja el Coronel Galo Cobos, el mismo nos ayudó con los datos de la cantidad de motos que circulan en la ciudad de Loja que son 2667 motos, a fin de obtener información necesaria para la

elaboración de un diagnóstico que nos ayude a saber el mercado que tenemos en la ciudad.

Con esta información vamos a poder determinar si conviene realizar un proyecto más amplio de venta de motos y si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento.

En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables para la empresa y descartando los que no lo sean.

Los estudios de mercado, así como los técnicos y los económicos, brindan la información necesaria para estimar los flujos esperados de ingresos y costos que se producirán durante la vida útil de un proyecto en cada una de las alternativas posibles.

CAPITULO 1

RESEÑA HISTÓRICA

Introducción:

En el primer capítulo me voy a enfocar en la historia de la constitución de la empresa, vamos a ver como se identifica la empresa Expomotos la razón social, la naturaleza y los principales productos y servicios que ofrece y va a ofrecer la misma.

También nos enfocaremos en el origen de la empresa, la base legal y sobretodo la Estructura Organizacional, las funciones del personal que labora en la empresa Expomotos y las responsabilidades de cada uno de ellos.

Nos enfocaremos en la Visión y Misión de la empresa a donde queremos llegar para podernos posicionar, mencionaremos los principios y valores que tenemos, y para concluir mencionaremos los objetivos específicos que nos planteamos para el plan de negocios de la empresa Expomotos.

EMPRESA EXPOMOTOS

1.1 HISTORIA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA:

IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA:

RAZÓN SOCIAL: EXPOMOTOS empresa comercializadora de motos.

NATURALEZA: Expomotos es una empresa comercializadora de motos que ha venido mostrando una consistente evolución con el entorno, dentro de sus actividades ha logrado situarse en gran parte del mercado lojano local con sus ventas.

TIPO DE EMPRESA: es una empresa comercializadora de Responsabilidad Limitada, en la cual el dueño es gerente propietario a la vez, único accionista.

PRODUCTOS Y SERVICIOS PRINCIPALES:

Los productos y servicios q ofrece la empresa comercializadora de motos y repuestos y accesorios son los siguientes:

PRODUCTOS:

- ✓ Gorras Fox
- ✓ Kawasaki
- ✓ Gafas Scott Hustle para motos
- ✓ Pecheras para motos Alpinestar para Enduro
- ✓ Botas para motos Alpinestars para Enduro
- ✓ Cascos para Enduro
- ✓ Guantes para moto
- ✓ Stickers para moto de todas las marcas
- ✓ Lubricante Hidro ATFL para moto YPF Transmisión
- ✓ Líquido de frenos Repsol YPF tipo 3
- ✓ Frenos de disco y tambor de todas las dimensiones
- ✓ Tacómetros para motos de paseo y enduro
- ✓ Guardafangos delanteros y traseros termos plasticos
- ✓ Aceites Akron Multigrado para 4 tiempos Enduro y Paseo
- ✓ Cables BICEPOINT para frenos y velocímetros de moto
- ✓ Llantas Maxxis para motos de todas las medidas 275x18 350x16 300x18
- ✓ Tubo de Escape EVR para scooters de 4 tiempos
- ✓ Tubo de Escape EVR para scooters de 4 tiempos

SERVICIOS:

- ✓ Uno de los servicios más frecuentes que se da en la empresa es el cambio de aceite y filtros de la moto.
- ✓ El mantenimiento de frenos tanto de disco como de tambor.
- ✓ Revisión del motor y catalinas.
- ✓ Revisión del tablero y cambio de amortiguadores.

GERENTE PROPIETARIO: Ing. Antonio Prado Paredes

RUC: 1102643606001

LA EMPRESA

EXPOMOTOS

Origen de la Empresa:

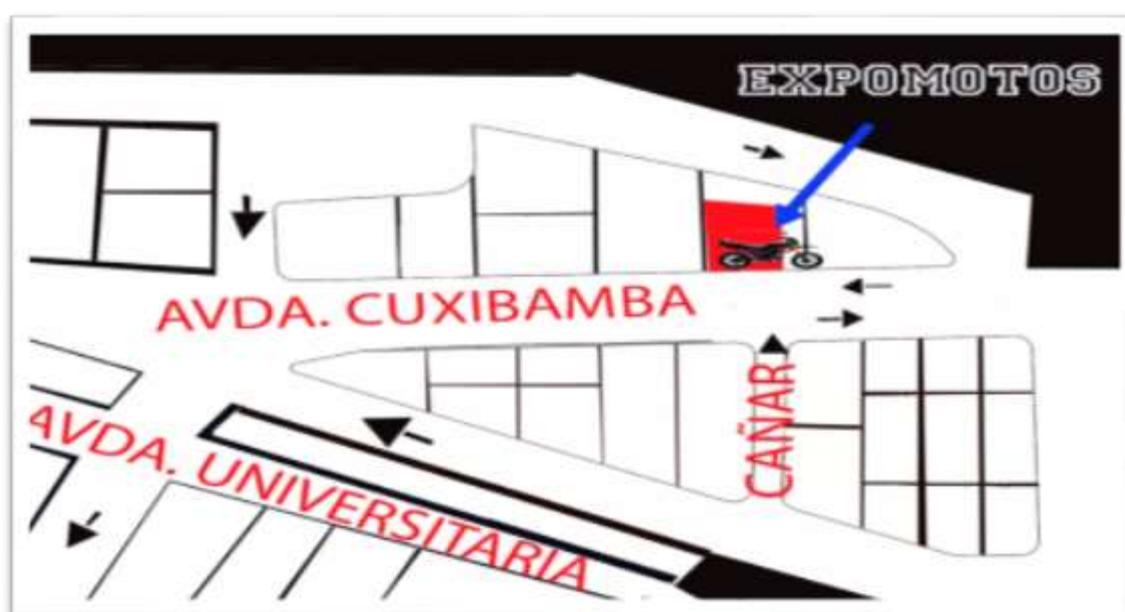
Expomotos nace por la idea de su propietario el Ing. Antonio Prado el mismo que años atrás había creado la empresa de Expoautos en la cual obtuvo grandes conocimientos y experiencia como gerente de esta empresa obteniendo resultados muy exitosos.

Esta empresa fue fundada por Ing. Antonio Prado Paredes, la cual empezó su actividad comercial el 08 de Noviembre de 2009, inicialmente contaba con poco stock de productos y aun así fue atractiva e innovadora y tuvo un crecimiento acelerado.

Inicia operaciones en el año 2009, lo que la coloca como una empresa joven, pero con gran experiencia en la comercialización de motos. Es una empresa 100% lojana, dedicada a la comercialización de motos.

Ubicación:

Gráfico N° 1



Esta empresa posee local propio el mismo que cuenta con dos bodegas, dos oficinas y un taller ubicado en la parte posterior del local el mismo que se localiza en el sector noroeste de la ciudad en las calles Avenida Cuxibamba y Cañar.

Contamos con un equipo excelente de profesionales con verdadera vocación de servicio al cliente. Está conformada por un número de 7 empleados los mismos que están regidos por un reglamento interno y cada uno ejecuta las determinadas funciones.

Esto unido a la calidad de sus productos, una política de precios competitiva, amplios conocimientos del mercado y una esmerada selección de nuestras alianzas de negocio, son factores fundamentales de nuestro liderazgo en el sector.

Base Legal:

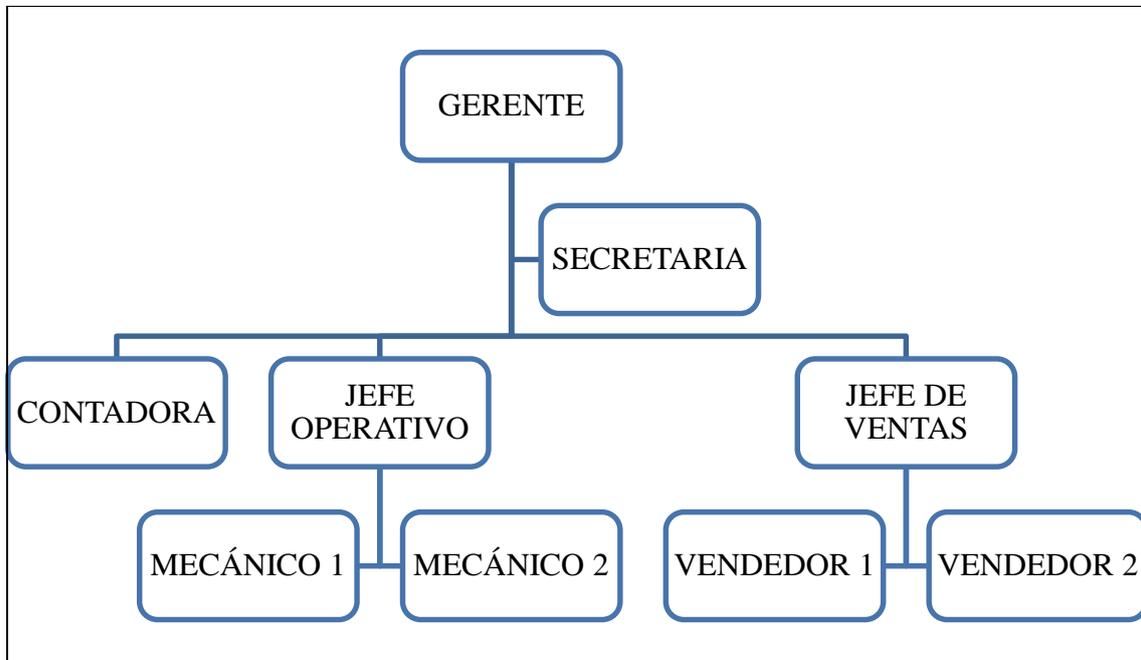
Expomotos es una empresa lojana con su sede principal en Loja. Está constituida legalmente como una empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada, en la cual el dueño es gerente propietario.

Expomotos cuenta con una estructura de tipo Lineal, la misma que se caracteriza por ser rápida, flexible, de bajo costo y su contabilidad es clara; además la relación entre superiores y subordinados es cercana y la toma de decisiones se hace ágil.

Como la autoridad está centrada en una sola persona esta toma las decisiones y asume el control, los empleados están sujetos a las decisiones del propietario, llevando a cabo la labor para cumplir las metas.

1.2. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL:

Ilustración 1: Organigrama de la Empresa EXPOMOTOS



Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Como podemos observar en el siguiente organigrama, Expomotos es una empresa con una estructura de tipo lineal la misma que es utilizada por empresas pequeñas que poseen poco personal, en el caso de Expomotos cuenta con 9 miembros los mismos que ejercen una determinada responsabilidad dentro de la empresa, la cual es desempeñada con eficiencia y eficacia para lograr sus objetivos planteados como una empresa comercializadora de accesorios para motos.

1.3. Descripción de Funciones de Expomotos:

Áreas de responsabilidad:

GERENTE:

Dentro de las funciones principales del gerente esta la planificación, organización supervisión, dirección y control de cada una de las actividades que día a día surgen dentro de la empresa y su alrededor.

En el caso de Expomotos el gerente tiene las siguientes funciones:

1. Lograr una gran posición en el mercado, identificando sus productos mediante la marca y la calidad, a su vez situar el producto en el mercado objetivo es decir buscar y conseguir una determinada posición con respecto al resto de las ofertas concurrentes en la percepción o imagen que los demandantes tienen del producto.
2. Delegar funciones.
3. Trámites bancarios (depósitos, cobro de cheques a partir de mil dólares)
4. Firma de cheques
5. Recuperar cartera vencida
6. Manejo de inventario
7. Despacho de pedidos
8. Contactar los proveedores.
9. Descuentos a los clientes.
10. Toma, autorizo y envío de pedidos.
11. Aprobar convenios con instituciones.
12. Recibir la mercadería donde sus proveedores y transportarla hasta la empresa.
13. Despacho de facturas atrasadas.
14. Viajar a la provincia para entregar la mercancía pedida.
15. Cobro por la mercancía vendida.

SECRETARIA:

1. Tratar amablemente a los clientes que llegan a las oficinas de Expomotos.
2. Mantener informados a los clientes de nuestras ofertas.
3. Buscar el cumplimiento de los pagos de los clientes a tiempo.

CONTADORA:

1. En este caso la principal y única función del contador es tener al día las declaraciones mensuales al SRI, y anualmente el impuesto a la renta.
2. Se encarga de tener los roles de pago de los empleados cada fin de mes.
3. También es la encargada de las financiaciones de la empresa.

JEFE DE VENTAS:

1. Se encarga de la supervisión de los vendedores.
2. También se encarga de fomentar nuevas estrategias de ventas para poder analizar

- con sus vendedores y estos ejecuten.
3. También analiza la búsqueda de nuevos mercados.

JEFE OPERATIVO:

1. Trata de que el servicio de empresa se lo ejecute de manera segura y rápida para facilitar el buen servicio al cliente.
2. Es el encargado de que haya variedad stock en cada modelo de moto, y sus respectivos repuestos y accesorios.
3. También busca las diferentes ofertas y promociones que se les puede dar a los clientes.

VENDEDOR 1:

1. Tomar pedidos. (solo a nivel local)
2. Entregar la mercancía. (solo a nivel local)
3. Cobrar por la mercancía vendida. (solo a nivel local)
4. Trámites bancarios (depósitos y cobros de cheques) hasta mil dólares.
5. Mandados. (en general)

VENDEDOR 2

1. Tomar pedidos. (solo a nivel local)
2. Entregar la mercancía. (solo a nivel local)
3. Cobrar por la mercancía vendida. (solo a nivel local)
4. Trámites bancarios (depósitos y cobros de cheques) hasta mil dólares.
5. Mandados. (en general)

MECÁNICO 1:

1. Atender a los clientes adecuadamente.
2. Buscar solución de arreglo de la moto.
3. Dar mantenimiento mensualmente a las motos.

MECÁNICO 2:

1. Atender a los clientes adecuadamente.

2. Buscar solución de arreglo de la moto.
3. Dar mantenimiento mensualmente a las motos.

Filosofía corporativa de la Empresa:

La empresa se maneja con un pedido de un repuesto con 5 días de anterioridad para la entrega dependiendo del repuesto, el pago se lo hace con 50% de valor del repuesto al momento del pedido y el otro 50% al momento de la entrega, el pago se lo puede realizar en efectivo, con cheque al día, cheque posfechado o tarjeta de crédito, el pago efectivo tiene un descuento hasta del 10 % dependiendo del repuesto o accesorio.

1.4. Misión:

“Somos una empresa de comercialización de motos encaminada a satisfacer las necesidades de nuestros clientes asegurando la mejor calidad y garantía.”

1.5. Visión:

“Ser para el año 2017, una empresa reconocida de repuestos accesorios para motos, fortaleciendo nuestra participación en el mercado, gracias a nuestro personal de trabajo, de tal manera que sea posible incrementar las utilidades de la empresa.”

1.6. Valores de la Empresa:

Honestidad: sólo el que es honesto, es justo. En cualquier tipo de negocio, el mostrarnos como somos y de lo que somos capaces demuestra nuestras aptitudes en lo que hacemos.

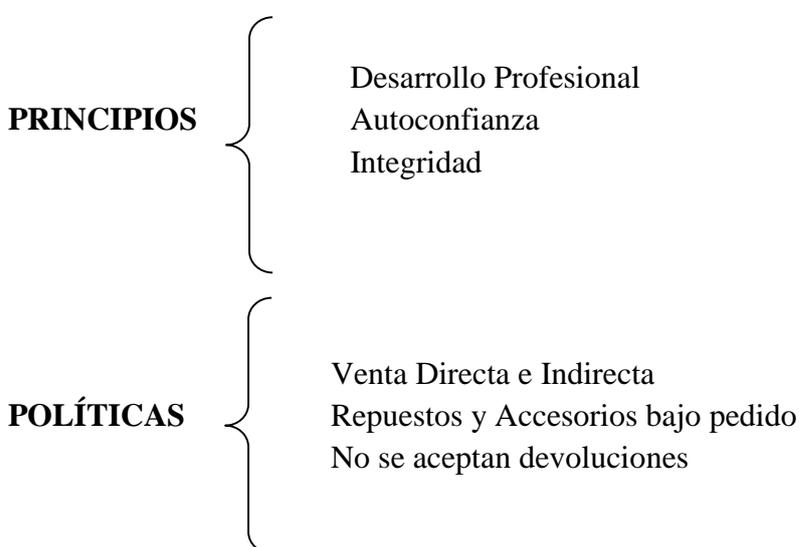
Cooperación: Las actividades que desarrollamos no tendrían razón de ser sin una función social. En nuestro caso, ayudar al caficultor ecuatoriano y a todas las familias que se esfuerzan para que el mejor café se muestre al mundo, son primordiales.

Compromiso: Cada persona vinculada con la empresa cree en nuestra razón de ser y en la forma en cómo desarrollamos nuestras actividades. Por eso, el compromiso se refiere a ofrecer productos exclusivos a nuestros clientes.

Organización: La comunicación y la coordinación en todos los procesos que se desarrollan en cada área de la empresa, son fundamentales para la efectividad y eficiencia en la venta de nuestros productos.

Servicio: La puntualidad, la responsabilidad del personal y la calidad de nuestros productos conjugan la fórmula perfecta para que tanto clientes, proveedores y empleados se encuentren a gusto con las actividades que se desarrollan.

Puntualidad. Entregar oportunamente y a tiempo todos los pedidos e información que requieran los clientes.



OBJETIVOS GENERALES:

Formular un plan de negocios para importar repuestos y accesorios para la empresa Expomotos y comercializar en la ciudad de Loja.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

1. Satisfacer la demanda local respecto de repuestos y accesorios para motos.
2. Lograr un alto posicionamiento en el mercado motorizado meta, objetivo y total de la ciudad de Loja.
3. Ampliar la gama de productos que Expomotos ofrece a los clientes.
4. Establecerse como una Empresa Importadora y Comercializadora de repuestos y accesorios para motos en la ciudad de Loja y a futuro de la Provincia.

ROL DE PAGOS EMPLEADOS EXPOMOTOS:

CARGO	SUEL.	HORAS EXTRAS	COMISIÓN	AP. IESS	TOTAL DESC.	NETO A PAGAR
GERENTE	\$ 600	0	0	56,10	56,10	543,90
CONTADORA	\$ 318	0	0	29,73	29,73	388,27
SECRETARIA	\$ 350	0	0	32,73	32,73	317,28
JEFE OPERAT	\$ 400	0	0	37,40	37,40	362,60
JEFE VENTAS	\$ 318	0	0	29,73	29,73	288,27
MECÁNICO 1	\$ 318	0	0	29,73	29,73	288,27
MECÁNICO 2	\$ 318	0	0	29,73	29,73	288,27
VENDEDOR 1	\$ 318	0	100	29,73	29,73	388,27
VENDEDOR 2	\$ 318	0	100	29,73	29,73	388,27
					TOTAL	3253,40

ROL DE PROVISIONES EMPLEADOS EXPOMOTOS:

CARGO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	TOTAL DE PROVISIONES
GERENTE	600	318	600	300	1818
CONTADORA	318	318	318	159	1113
SECRETARIA	350	318	350	175	1193
JEFE OPERAT.	400	318	400	200	1318
JEFE VENTAS	318	318	318	159	1113
MECÁNICO 1	318	318	318	159	1113
MECÁNICO 2	318	318	318	159	1113
VENDEDOR 1	418	318	418	159	1313
VENDEDOR 2	418	318	418	159	1313
				TOTAL	11407

CONCLUSIÓN:

En el primer capítulo pudimos analizar en si la el origen la estructura de la empresa de Expomotos, las funciones, la filosofía que tiene la misma, en si la función principal del primer capítulo es darnos cuenta como está establecida la empresa, como esta manejada para así poder implementar tanto los repuestos y accesorios, también podemos ver que funciones realizan los empleados para ver si se necesita de más personal o si podemos trabajar con ellos.

CAPÍTULO II

ANÁLISIS SITUACIONAL

Introducción:

Este capítulo se trata del análisis tanto externo como interno de la empresa de Expomotos; en lo que concierne al análisis externo realizaremos un estudio minucioso en lo que respecta al entorno económico, las principales actividades económicas que se realizan en nuestro país Ecuador, los ingresos y egresos que distribuye el gobierno en los últimos años; igualmente la inversión social que se ha hecho en este último tiempo, las diferentes tendencias de empleo, desempleo, y subempleo que se da, igual en lo que respecta inflación y salarios en nuestro país, con esto podremos estar más al tanto de cómo está nuestro país y así tener idea del mercado en que vamos a trabajar.

Y lo que concierne el análisis interno nos adentraremos a lo que es la empresa Expomotos, el diagnóstico, la gestión de comercialización, proceso igual de comercialización y de ahí ya veremos cuáles son nuestros diferentes proveedores, también nos enfocaremos a lo que es la competencia de nuestra empresa.

2.1 Análisis Externo:

EXPOMOTOS es una empresa que funciona bajo un sistema abierto lo que significa que está en continua interacción con su entorno y de dicha interacción depende que la empresa sobreviva y crezca.

La empresa para desarrollar su actividad debe conocer su entorno. Podemos considerar el entorno como todo aquello que está fuera de los límites de la empresa o bien como el conjunto de elementos externos a la organización que son relevantes para su actuación.

El medio ambiente de una empresa lo constituyen las fuerzas, personas y organismos que afectan, directa o indirectamente, a sus resultados.¹

¹Empresa Expomotos

2.2 Macro Ambiente

El Macro Ambiente está compuesto por variables que afectan a todas las empresas sin importar el sector al que pertenecen y en las que no se posee ninguna influencia o control por lo que es necesario adaptarse a ellas.

Expomotos es una Empresa Comercial que se dedica a la venta de motos y ahora quiere implementar la venta de repuestos y accesorios para motos y así poder fomentar un mejor servicio a los clientes y poder cumplir con la garantía de la moto de mejor manera.

Para realizar el análisis del macro ambiente de Expomotos y todos los demás actores que operan en un macro entorno haremos referencia a las siguientes fuerzas principales del macro entorno de la empresa:

2.3 La demografía: Según las proyecciones del Instituto Nacional de Estadística y Censos, la población del cantón Loja es de 448.966 habitantes.

Tabla 1: Población de la Provincia de Loja

POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DE LOJA	
CANTÓN	POBLACIÓN
CALVAS	28 185
CATAMAYO	30 638
CELICA	14 468
CHAGUARPAMBA	7 161
ESPÍNDOLA	14 799
GONZANAMÁ	12 716
LOJA	214 855
MACARA	19 018
OLMEDO	4 870
PALTAS	23 801
PINDAL	8 645
PUYANGO	15 513
QUILANGA	4 337
SARAGURO	30 183
SOZORANGA	7 465
ZAPOTILLO	12 312
TOTAL	448966

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Elaborado: Mauricio Álvarez

La población de la ciudad de Loja representa el 89% del total del cantón Loja, y el 29% del total de la provincia de Loja. No existen datos actuales sobre la esperanza de vida al nacer, que en 1990 era de 64 años. La tasa global de fecundidad establecida en el 2001 es de 4,06 y la tasa de natalidad del 30%.

Loja es una provincia ubicada en el sur de la Cordillera ecuatoriana; forma parte de la Región 7 comprendida también por las provincias de El Oro y Zamora Chinchipe.

Limita con las provincias de El Oro al oeste; con la provincia de Zamora Chinchipe al este; con la provincia del Azuay al norte; y al sur con la República del Perú.

Tiene una superficie de 11.027 km², que en términos de extensión es similar a la de Líbano, siendo la provincia más extensa de la sierra ecuatoriana.

En la provincia se constata una elevación del nivel de instrucción debido al desarrollo que han tenido en los últimos años los centros de alfabetización. Su clima varía de acuerdo a las zonas geográficas de la provincia. Es subtropical seco de manera predominante y la temperatura media es de 20 grados centígrados.²

FORTALEZA: Es una fortaleza ya que la ciudad de Loja está influenciado por el tráfico de carros.

2.4 Entorno Económico

La economía de la provincia de Loja es la duodécima del país, experimentó un crecimiento promedio del 3.67% entre 2002 y 2007. Crecimiento que se ubicó por debajo del promedio nacional de 4.3% durante el mismo periodo. La inflación al consumidor de enero de 2011 estuvo situada alrededor del 0.60% en la ciudad de Loja, por debajo de la media nacional de 8.83, según el INEC.³

Loja es la ciudad con mayor influencia sobre el PIB de la provincia homónima, de acuerdo con el estudio, efectuado por el Banco Central del Ecuador, la economía Lojana

²www.inec.gob.ec

³www.inec.gob.ec

generó un PIB de 412.464 miles de dólares, lo que represento alrededor de 1,9 de la economía nacional.⁴

La población económicamente activa del cantón Loja, está dedicada mayoritariamente a las siguientes actividades:

Tabla 2: Actividades Económicas

ACTIVIDADES ECONÓMICAS	PORCENTAJES
AGRICULTURA	19%
GANADERÍA	19%
COMERCIO	17%
ENSEÑANZA	17%
CONSTRUCCIÓN	10%
ADMINISTRACIÓN PUBLICA	8%
OTROS	10%
TOTAL	100%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Mauricio Álvarez

DEBILIDAD: La abrumada competencia en la ciudad de Loja.

Tabla 3: Distribución de Ingresos y Egresos del gobierno de la Economía

AÑO	% INGRESOS EGRESOS
2010	3.6%
2011	3.1%
1012	3.3%
TOTAL	10%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Mauricio Álvarez

La recuperación de la economía mundial ha comenzado a perder impulso desde mediados de 2010.

⁴www.bce.fin.ec

La situación y perspectivas de la economía mundial 2011 indican que se expandió en un 3,1% en 2011 y se expandirá en un 3,5% en 2012, lo que es inferior al 3,6% estimado para 2010 y lejos de ser suficiente para permitir la recuperación de empleo para puestos de trabajo perdidos debido a la crisis. Esto se debe principalmente a las deficiencias de las principales economías desarrolladas, que siguen constituyendo un lastre para la recuperación global y plantean riesgos para la estabilidad económica mundial en los próximos años.⁵

Mientras que observa que la magnitud sin precedentes de medidas de política adoptadas por los gobiernos durante la etapa temprana de la crisis sin duda ayudó a estabilizar los mercados financieros y a poner en marcha una recuperación, el informe advierte que la superación de los problemas estructurales que condujeron a la crisis y los que fueron creados por ella está resultando mucho más difícil de lo esperado y será un proceso de larga duración.

El informe postula que esto contrasta con el fuerte crecimiento del PIB en muchos países en desarrollo y economías en transición, lo que ha contribuido con más de la mitad de la expansión total de la economía mundial desde el tercer cuatrimestre de 2009.

Con este análisis se busca conocer el continuo desafío que plantean las altas tasas de desempleo en muchas economías y se forma una serie de riesgos e incertidumbres para las perspectivas económicas como una retirada prematura de los estímulos de política, un mayor crecimiento en los mercados de divisas y una mejorada ampliación de los desequilibrios mundiales; sin embargo, esto no se puede hacer sin una mejor coordinación de la política internacional, y la unión de los pueblos a nivel mundial para conseguir convenios que fortalezcan la economía mundial.⁶

AMENAZA: Constantes cambios en lo que respecta a impuestos por los gobiernos.

⁵www.bce.fin.ec
⁶www.bce.fin.ec

2.5 Inversión Social:

Ecuador se ha convertido en el país latinoamericano con el mayor índice de inversión respecto a su producto interno bruto (PIB) y mantiene una tendencia de ascenso.

Tabla 4: Inversión Social

AÑO	PORCENTAJES
2011	14%
2012	15.3%
2013	16.6%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Mauricio Álvarez

Según un informe de Senplades difundido en este mes Ecuador va a la vanguardia de la región en materia de inversión pública seguido de Bolivia, Panamá y México.

El secretario de Estado recordó que en el pasado esos elementos no estaban considerados en el manejo de la inversión fiscal y recordó que antes el grueso de los ingresos del Estado iba al pago de la deuda exterior.

Entre junio y julio de 2009 el Gobierno ecuatoriano efectuó una operación de subasta de los bonos Global 2012 y 2013 de su deuda y alcanzó una recompra del 91 por ciento de esos papeles (por 3.210 millones de dólares) a un 35 por ciento, como resultado de esa recompra, el pago de la deuda exterior, que en 2006 representaba el 24 por ciento del presupuesto del Estado, en 2012 apenas fue del 4%. Por ello, el país dejó atrás una época en la que se privilegió el pago de la deuda externa en detrimento del desarrollo y aseguró que el incremento sostenido de la inversión pública también ha impulsado la privada.

DEBILIDAD: Es una debilidad ya que el dinero de nuestra población se está yendo a la inversión pública mas no a la privada, esto afectaría a las empresas medianas como somos nosotros.

2.6 Tendencias de Empleo:

Según el director del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), presentó las cifras de desempleo, subempleo y tasa de ocupación plena en las zonas urbanas y rurales del Ecuador.⁷

Tabla 5: Desempleo en el Ecuador

AÑO	% DESEMPLEO
2009	8.3%
2010	7.7%
2011	6.4%
2012	4.1%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Este porcentaje corresponde a la población económicamente activa de las zonas urbanas y rurales, es decir a los ecuatorianos que se encuentran trabajando o quienes están buscando trabajo. Las cifras se comparan con las del mes de junio del año pasado.

AMENAZA: Es una amenaza ya que el país se está sumergiendo en una pobreza y eso afecta a todas las empresas porque tenemos pérdida en el mercado.

Tabla 6: Subempleo en el Ecuador

AÑO	% SUBEMPLEO
2009	51.6%
2010	50.4%
2011	46.7%
2012	41.2%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Mauricio Álvarez

⁷www.inec.gob.ec

Si se reduce el desempleo y el subempleo, la tasa de ocupación plena incrementa. Para junio de 2012 ascendió al 41,2%. La población económicamente activa aumentó a 6'870.000 personas, un total de 317.000 personas ingresaron al mundo laboral. Cerca de 282.000 ecuatorianos no han encontrado trabajo.

2.7 Inflación y Salarios:

El presidente de la República, Rafael Correa, hizo ayer público, que para 2013 el salario mínimo vital será de 318 dólares para todos los sectores. El Gobierno fijó el incremento, luego de que no hubo acuerdos previos entre empresarios y trabajadores.

Los empleadores querían el 5% de incremento, tomando en cuenta solo la inflación, los otros representantes de empleados querían 30% de incremento, algo que no era viable.

El cálculo oficial para analizar el incremento se dio de la siguiente manera: inflación 5.05% de incremento estimada para 2013, más productividad de 3,76%, que da de incremento para el salario básico 8,81%, es decir, 26 dólares, respecto al año que cierra, en el que fue de 292.⁸

El Mandatario aseguró que el ingreso familiar está a cuatro puntos de cerrar la brecha con el costo de la canasta básica. Claro, si se incluyen como parte de los ingresos los fondos de reserva.

En conclusión el incremento de USD 26 se da en base dos factores:

1. La inflación y productividad, USD 14,75 por una proyección del 5,05% de la inflación anual en el 2012
2. Una bonificación de USD 10,98 por un 3,76% de productividad.

⁸www.inec.gob.ec

2.8 Factores Políticos:

2.8.1 Factor Político Legal:

La República del Ecuador se define constitucionalmente como un Estado social de derecho, soberano, unitario, democrático, pluricultural y multiétnico.

Tabla 7: Habitantes por sexo en el Ecuador

HOMBRES	MUJERES	TOTAL
6.350.427	6.295.668	12.646.095

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Mauricio Álvarez.

Tabla 8: Habitantes por regiones

REGIÓN	TOTAL	URBANA	RURAL
COSTA	6.388.089	4.562.364	1.825.725
SIERRA	5.627.750	3.357.293	2.270.457
AMAZONIA	613.339	210.829	402.510
INSULAR	16.917	15.554	1.903

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado: Mauricio Álvarez

La tasa de fecundidad promedio ha disminuido para ubicarse en un total de 3,4 por mil en el 2001, con 2,9 en lo urbano y 4,4 en lo rural. Tres de cada diez ecuatorianos son jóvenes. Del total de población joven, el grupo etario más importantes es de 19 a 24 años con el 41,65%, siendo similar el porcentaje de población femenina y masculina.

Tal como lo establece la Constitución Política, el Gobierno del Ecuador es republicano, presidencial, electivo, representativo, alternativo, participativo y de administración descentralizada, a través de gobiernos locales provinciales y cantonales. Sin embargo, en estos últimos ocho años, dos presidentes no han podido terminar su mandato como consecuencia de levantamientos populares. Los mandatos presidenciales en ambos casos fueron asumidos por sus vicepresidentes. Se continúa el proceso para alcanzar la independencia de las funciones del Estado, en especial la despolitización de la Función

Judicial, por lo cual, en el año 2006 y de forma inédita, la ciudadanía hizo escrutinio público, con veeduría internacional y nacional, para la designación de los miembros de la Corte Suprema de Justicia, que actualmente se encuentra en funciones.⁹

Los indicadores sociales evidencian que la crisis de 1999 al 2008 afectó a los sectores más vulnerables. Dicha crisis económica provocó un estancamiento en la producción, la industria, el comercio y la construcción. El modelo económico aperturista ha favorecido la producción de bienes exportables, principalmente primarios, basados en ventajas naturales, lo que sumado a un estilo de industrialización, forjado en épocas anteriores y basado en tecnología intensiva en capital, han tenido un limitado efecto en la generación de empleo en la economía.

Sin embargo, la economía creció en los últimos tres años y el gasto social se incrementó, debido a tres factores básicos: la renegociación de la deuda externa, que permitió una reducción del 11,3% al 10,6%; la creación del segundo oleoducto petrolero y del Fondo de Inversión de los Recursos Petroleros (FEIREP); y el aumento permanente de la recaudación fiscal, por el manejo eficiente y transparente del Servicio de Rentas Internas. Ello se evidencia también con el comportamiento del presupuesto del Estado. Si para el año 2000, los ingresos fueron de apenas 2.018 millones de dólares, lo que representaba el 45,8% del presupuesto total, para el año 2006, los ingresos fueron de 5.758 millones de dólares, que representaron el 67,9% del presupuesto total del Estado.¹⁰

AMENAZA: Ya que por la inestabilidad política de los últimos años la constitución ha ido variando de una forma drástica y por consecuencia los impuestos han ido variando por cada cambio de político y eso hace que no se tenga una estabilidad en cuanto a los impuestos y por ende a los precios de cada repuesto o accesorio.

2.8.2 Factor sociocultural:

Decir inicios es hablar de pininos, de esperanza, de una perspectiva de las cosas que se comienzan a hacer, que se procesan antes, que es una sistematización de búsquedas y de pretensiones, de aspiraciones y experimentaciones.

9 Libro de la Constitución Política del Ecuador

10 Libro de la Constitución Política del Ecuador

La riqueza de contenido social, político, cultural, reside en semejante despertar, estos tres personajes con su tarea intelectual son la antesala para el desarrollo del pensamiento social.¹¹

El avance posible de la conciencia social e incluso del desarrollo científico de la concepción del mundo tratan de captarlo y se encuentra en el proceso de su conocimiento de las realidades, del positivismo, del bienestar del indio, el cholo, el negro, ser más país con mayor libertad, justicia y más solidaridad social.

Los problemas de la sociedad se dimensionan con más fuerza y toman más sentido desde una valoración política. La labor consiste sencillamente en puntualizar situaciones sociales y hacer planos de tratamientos, teniendo en cuenta cierta cordura del pensar sobre la realidad social del Ecuador. La realidad que aún nos aprisiona y la forma que deseamos optar para emprender el vuelo.

Fisonomía general de los problemas sociales en el país.

Puedo decir en forma general que los problemas sociales se entienden como el conjunto de males que aflige a ciertos sectores de la sociedad, los remedios para ponerle término y la paz que solucione la lucha de clases entre pobres y ricos.

Esto se da por la evolución y el crecimiento de la sociedad, por lo que se dan conflictos entre quienes poco o nada tienen y aquellos que cuentan con algo o mucho más.¹²

De esta pugna de intereses y poderes surge lo que se denomina como Cuestión Social o Problema Social, en la cual existen diferencias, oposiciones, rivalidades, conflictos y choques de carácter económico, político y hasta cultural.

Se pueden numerar un sinnúmero de problemas, por muy pequeños que sean, pero problemas son, y por lo tanto afectan a toda persona, y por ende a la sociedad.

11 Libro de la Constitución Política del Ecuador

12 Libro de la Constitución Política del Ecuador

Entre los principales para mí, por la poca experiencia que tengo, pero por el saber diario, podría decir que son:

Los malos gobiernos, que por la mezquindad y ambición de ser ricos y más ricos, dan como resultado:

- El desempleo.
- La delincuencia.
- La Prostitución.
- Las violaciones.
- Los asaltos.
- Los asesinatos.
- El alcoholismo.
- La pobreza.

Todo este sinnúmero de problemas se dan por la manera desigual de distribuir la riqueza; si llegara un poquito de esta riqueza a todos los rincones de la patria, tendríamos una mejor manera de vida.¹³

Pero lamentablemente esto se viene dando a través de la historia, cuando existía la lucha entre amos y esclavos; entre patricios y plebeyos, ahora se dan entre los dueños del poder y el pueblo.

Se puede solucionar, si todo el gobierno, todos los partidos políticos y todo aquél opositor, y por supuesto, todo el pueblo en general, nos uniéramos, pero de corazón, para dar soluciones de felicidad y progreso en todo lo bueno que deba aplicarse para el buen desarrollo del país.

FORTALEZA: La diversidad de stock de motos para las personas de diferentes edades y gustos.

2.8.3 Factor Ambiental:

El Ecuador es uno de los países más diversos que existe en el mundo, gracias a varios factores como su ubicación geográfica, la cordillera de los andes, el clima, etc., lo cual

¹³Libro de la Constitución Política del Ecuador

hace que tengamos ecosistemas maravillosos y únicos, pero que progresivamente se van deteriorando por las actividades humanas, que en su afán de satisfacer sus necesidades, irracionalmente explotan los recursos naturales. Los tres principales problemas ambientales que se dan en el país es la desordenada sobreexplotación de recursos naturales como el petróleo; la deforestación y erosión del suelo; y la contaminación de los recursos agua, suelo y aire por emanación de residuos tóxicos sean estos sólidos, líquidos y gaseosos. La desmedida explotación de los recursos naturales como el petróleo ha desencadenado una serie de problemas ambientales como la contaminación de ríos por derrames de crudo, destrucción de flora y fauna endémica en la Amazonía, desplazamiento de etnias autóctonas, enfermedades causadas por las aguas contaminadas de los ríos, todo esto ocasionado por la pasividad de las empresa petroleras que poco o nada hacen por tener una producción con bajo impacto ambiental o por tener planes de acción para remediar y resarcir los daños ambientales causados, porque hay que reconocer que es imposible tener una explotación petrolera con cero impacto ambiental, pero lo que es posible y se debe realizar es reducir al mínimo ese impacto en el ecosistema para que este no se altere. La deforestación es otro de los problemas con mucha incidencia en el Ecuador, un ejemplo de esto es la destrucción de bosque y manglar en la provincia de Esmeraldas, porque empresas madereras se han aprovechado de la pobreza de los pobladores para comprar la madera de sus propiedades, sin tener un plan de corta, un plan de manejo sustentable, ni mucho menos un plan de reforestación, que evite una erosión grave que actualmente ha dejado grandes extensiones de terreno infértiles, con suelos pobres y desérticos.¹⁴

La seguridad energética entendida como disponibilidad accesibilidad sostenibilidad de las fuentes de energía para los consumidores, es una preocupación que comparte el mundo entero. Para obtener esta seguridad se necesita reducir los riesgos físicos, económicos, sociales y ambientales en la provisión de energía.

Estos tres factores, cambio climático, pico petrolero y seguridad energética, son razones para exhortar a los países a adoptar las energías alternativas. Estas tienen el potencial de proveer múltiples beneficios como menores impactos ambientales globales y locales, acceso a energía para áreas rurales y mejor seguridad energética.

La inversión para descarbonizar la energía apenas ha comenzado, las tecnologías de fuentes de energía renovable alcanzaron la cifra récord de USD 243 miles de millones en 2010, a pesar de la crisis financiera global a mediados de 2008, y crecieron a una tasa del 33% entre 2002 y 2009, según el Programa de Naciones Unidas para el Ambiente.

¹⁴Libro de la Constitución Política del Ecuador

La todavía débil transición energética global se manifiesta también en el ingreso de grandes empresas tradicionalmente dedicadas a actividades petroleras, al desarrollo de tecnologías y proyectos de explotación de fuentes de energía renovable.

En el Ecuador, como en casi todo el mundo, la situación de la energía se caracteriza por una alta dependencia de los combustibles fósiles. En el 2008, el petróleo era la fuente del 84% de la energía utilizada en el país, según cifras oficiales. Existe una propuesta gubernamental de cambio de la matriz energética que tiene como estrategia principal el desarrollo de grandes centrales hidroeléctricas, que en su mayoría dependen del régimen de lluvias de la vertiente amazónica.

A la luz de este panorama mundial y local, en la investigación que dio origen al libro que el CEDA presentará, se manejó la hipótesis de que una mayor diversificación en las fuentes que componen la matriz energética en Ecuador, con un mayor peso de las energías renovables diferentes de la hidroelectricidad y que operen de manera descentralizada, podría aportar más seguridad energética y beneficios ambientales al país.¹⁵

Oportunidad: Yo creo que es una oportunidad para que la gente haga conciencia y diga que tener mucha afluencia de carros contamina la ciudad y en sí daña la salud de uno mismo, es mejor recurrir a otros medios para poder transitarse que es de menor contaminación como son las motos y cuadrones, y aun así mejor en bicicletas, es la oportunidad que podemos brindar a la gente para que haga conciencia que es mejor utilizar estos medios de transporte que no afectan a la salud de los habitantes.

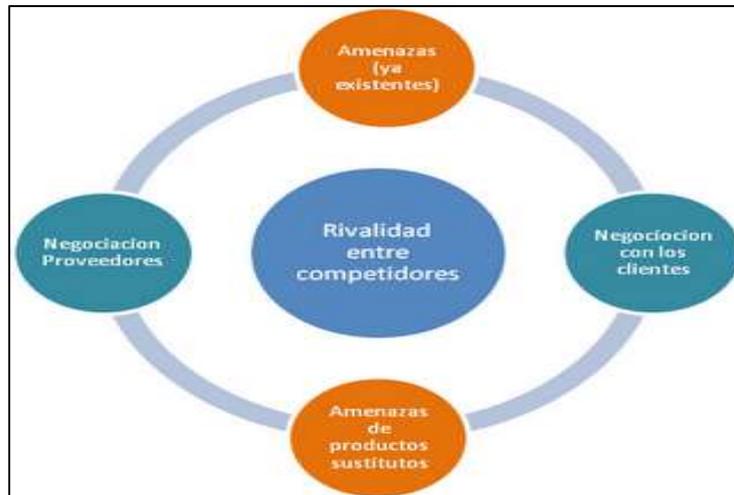
2.9 Micro ambiente

2.9.1 Fuerzas de Porter:

Se denomina micro ambiente a todas las fuerzas que una empresa puede controlar y mediante las cuales se pretende lograr el cambio deseado. Entre ellas tenemos a los proveedores, clientes, competencia, precios.

¹⁵www.ceda.org.ec

Ilustración 2: Fuerzas de Porter



Rivalidad entre competidores:

Existe mucha competencia entre locales de motos, pero Expomotos está trabajando en la innovación de su negocio para dar así un mejor servicio al cliente y con esto poder marcar claramente la diferencia con la competencia.

Negociación con los Proveedores:

La negociación con los proveedores es ágil y comprensiva, esto conlleva a que la empresa de Expomotos avance continuamente con la gran variedad de nuevos modelos de motos y poder llegar a los clientes con la mejor mercadería en el mercado.

Negociación con los Clientes:

La negociación con los clientes ha ido avanzando poco a poco, para poder tener más clientes la empresa Expomotos se ha dedicado a trabajar en lo que respecta a la publicidad para que el cliente pueda saber dónde está lo que necesita y al mejor precio con respecto a la competencia, y aparte se ha podido implantar lo que es la postventa que no ha servido de mucho para obtener más clientes.

Amenazas existentes:

Las amenazas que ya existen y que hemos podido ver es la competencia de precios que hay en el mercado con respecto a motos y accesorio de motos, eso hace que sea una amenaza día tras día, pero la empresa Expomotos trabaja para poder dar los precios más bajos que diferencien a la competencia y así posicionarlos en lo más alto en el mercado.

Amenaza de productos sustitutos:

La venta de motos tiene un potencial más bajo que la venta de carros ya que muchas personas prefieren tener un carro que una moto, hasta unos prefieren la bicicleta que la moto, esto hace que sea una amenaza al mercado de la venta de motos.

2.10 La empresa Expomotos:

En Expomotos cuando la gerencia prepara sus planes toma en cuenta a los demás integrantes de la misma, todos estos integrantes interrelacionados forman el ambiente interno de la empresa.

Entre estos tenemos:

- a. **GERENCIA:** en Expomotos la gerencia se encarga de controlar todas y cada una de las actividades que se llevan a cabo dentro de la empresa.
- b. **FINANZAS:** se ocupa de conseguir y aplicar fondos necesarios para la empresa, como es en el caso de Expomotos se encarga de buscar apalancamiento financiero en caso de que se lo requiera.
- c. **ADQUISICIONES:** conseguir a través de los proveedores toda la mercancía necesaria para comercializarla y ofrecerla a nuestro mercado.
- d. **COMERCIALIZACIÓN:** comercializar y distribuir nuestros productos hasta nuestros consumidores.
- e. **CONTABILIDAD:** medir los ingresos y los costos para saber si se está operando correctamente.

Proveedores:

Son empresas que suministran los recursos necesarios que la compañía y sus competidores requieren para desarrollar sus actividades normalmente.

En el caso de EXPOMOTOS esta cuenta con proveedores de las provincias de Guayaquil, Quito y Cuenca que son los siguientes:

Guayaquil: Créditos Económicos, UNOPARTS.

Quito: Comandato, Cadena Marcimex.

Cuenca: Almacenes Juan el Juri.

Estos proveedores realizan la entrega de mercancía a EXPOMOTOS cada 2 meses y en los siguientes porcentajes:

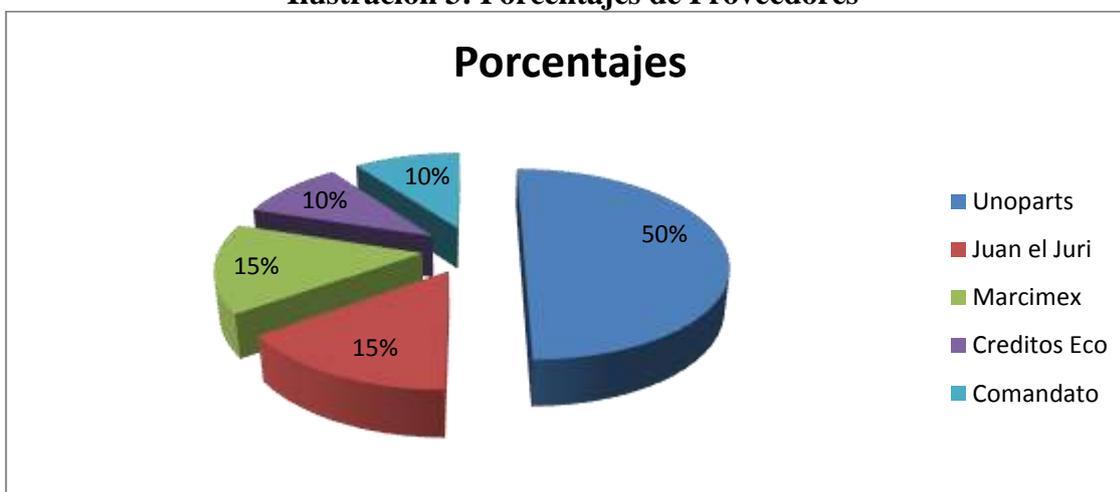
Tabla 9: Porcentajes de Proveedores:

Proveedores	Porcentajes
UNOPARTS	50%
Almacenes Juan el Juri	15%
Cadena Marcimex	15%
Créditos Económicos	10%
Comandato	10%
Total	100 %

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Ilustración 3: Porcentajes de Proveedores



Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Análisis:

Como podemos ver en las gráficas Expomotos cuenta con un número de cinco proveedores los cuales se encuentran distribuidos en algunas ciudades del país, el mayor proveedor es UNOPARTS el mismo que provee a Expomotos con el 50% de la mercadería total de la empresa debido a que ofrece una muy buena vitrina de repuestos y accesorios de las mayoría de marcas de motos como los repuestos de alta rotación y de baja rotación.

El segundo proveedor es Almacenes Juan el Juri provee el 15% del total de mercadería debido a que se le compra una cantidad más baja de productos como los repuestos para las motos Honda, Yamaha, Bajaj esta última con una gran variedad de repuestos y accesorios.

El tercer proveedor es la Cadena Marcimex esta con un gran posicionamiento en el mercado debido a su gran trayectoria como empresa, con un porcentaje del 15% del total de la mercadería provee la línea de repuestos y accesorios de motos de la marca Pegasso, Sheneray esta última con un gran venta en el mercado debido a su historial. El cuarto proveedor es Créditos Económicos que provee con el 10% del total de la mercadería de la empresa en lo que respecta a los repuestos de la marca Dukare.

El quinto proveedor es Comandato que provee con el 10% del total de la mercadería en lo que es repuesto de la marca Lamborhini, una nueva marca de moto que se lanzó recientemente esta empresa con una amplia gama de repuestos y accesorios.

Intermediarios:

Son aquellas empresas que ayudan a la compañía a promover, vender y distribuir sus bienes y recursos hasta que llegan al comprador final.

Los únicos intermediarios que nos ayudan a llegar al cliente son:

- 1. Canales de distribución.-** son aquellos mediante los cuales nuestro producto llegara al consumidor final, estos pueden ser locales dedicados a la venta de motos en pequeñas cantidades para los cuales nosotros seriamos los proveedores.
- 2. Intermediarios Financieros:** Como algunas instituciones financieras en este caso Expomotos ha venido trabajando y teniendo acuerdos como el Banco de Pichincha, Cooperativa CoopMego, los mismos que han prestado diferentes apalancamientos financieros para que la empresa pueda solventar con los gastos que se presenten día a día.

Clientes:

Expomotos trabaja un mercado específico que es:

Mercado del Consumidor: son aquellas personas, familias que adquieren repuestos y accesorios de Expomotos al por menor para su consumo personal y familiar, entre ellos tenemos personas cercanas a nuestra empresa, también hemos abierto un poco nuestro mercado trasladándonos a lugares como Malacatos y Vilcabamba donde realizamos publicidad y hemos hecho una gran cantidad de clientes.

Pero ahora quisiéramos ir un poco más allá y buscar nuevos mercados, nuevas plazas como podría ser lugares cercanos a nuestra ciudad como podría ser Zamora Yantzaza, Zumbi, el Pangui, Zumba, QuilangaPalanda, Saraguro, aquí encontraríamos nuevos clientes podríamos posicionarnos de mejor manera y ampliar mucho más nuestro mercado

Oportunidad: es una oportunidad para que se valla expandiendo el mercado a otros cantones de la provincia y así podernos posicionar mejor.

Competencia:

EXPOMOTOS es una empresa exitosa y con una gran demanda ya que satisface las necesidades y los deseos de los consumidores mejor que la competencia, Además de esto Expomotos compite con los demás en cuanto a un factor importante como es el costo, también el buen servicio que se le pueda brindar al cliente aparte de lo que es la amabilidad, el buen trato, la calidad y sobre todo lo que podría ser más factible es la post venta que se le haga al cliente.

Su competencia es su mayor amenaza ya que es muy alta, pero hasta el momento es una empresa con estabilidad y con un gran posicionamiento en el mercado su competencia a nivel local es:

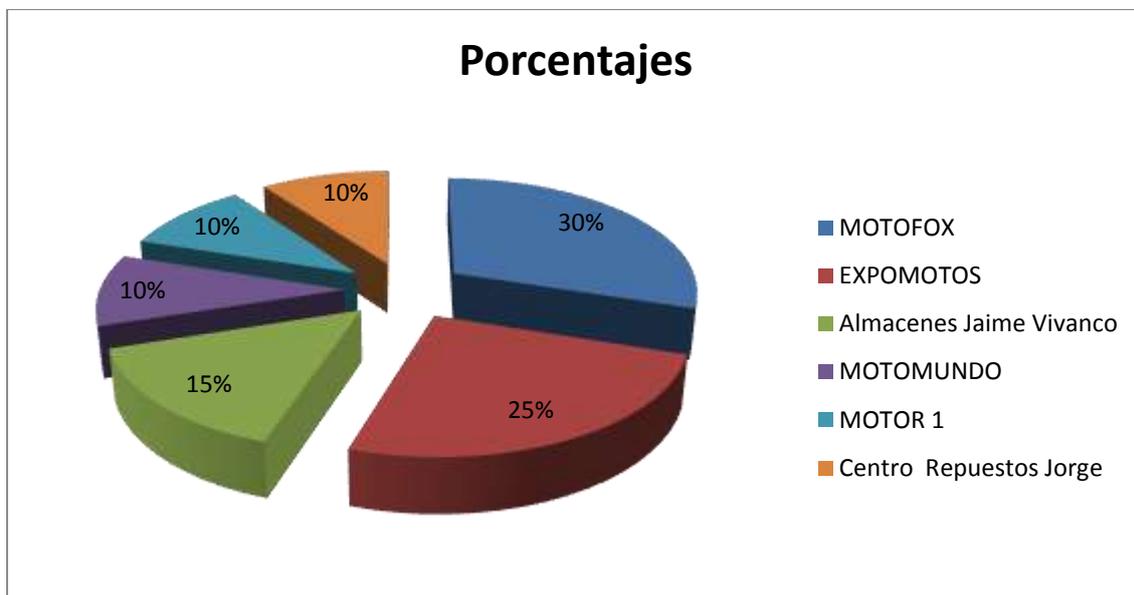
Tabla 10: Porcentajes de Competidores

COMPETENCIA	PORCENTAJE
MOTOFOX	30%
Expomotos	25%
Almacenes Jaime Vivanco	15%
MOTOMUNDO	10%
MOTOR 1	10%
Centro de Repuestos Jorge	10%
TOTAL	100 %

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Ilustración 4: Porcentajes de Competidores



Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Análisis:

La competencia de Expomotos es muy grande y fuerte a nivel local debido a que existen un gran número de negocios en el sector motriz, entre ellos tenemos MOTOFOX que es una importadora grande y reconocida a nivel local y gracias a sus dos locales en la ciudad de Loja abarca el 30% del mercado de motos ofrece variedad de productos de toda clase referente a este mercado, después vendría Almacenes Jaime Vivanco con el 15% ofrece un número medio de productos pero con una gran trayectoria y clientela y por ultimo vienen tres empresas con el mismo porcentaje MOTOMUNDO, MOTOR 1, Centro de Repuestos Jorge competidores locales con 10% también ofrecen productos pero en menor cantidad debido a su poco marketing y publicidad

Para conocer la competencia a la cual se enfrenta Expomotos se hizo una visita a un 70% de empresas locales que se dedican a la venta de motos, quienes coinciden y confirman los porcentajes mencionados anteriormente en la tabla.

Esta fuerte competencia se debe a que estos locales competentes están establecidos en el mercado desde hace unos 15 años lo que los convierte en competidores potenciales; que a su vez adquieren fuertes cantidades de productos lo que abarca más del 70% del mercado local.

2.11 Análisis Interno:

Diagnóstico:

En cuanto a la Estructura la empresa EXPOMOTOS funciona en su local propio, en un área de 375m² los mismos que están divididos de la siguiente manera, el área se divide en 2 almacenes, 2 oficinas, en la parte posterior tenemos un taller de servicio.

El espacio en el cual funciona la empresa es lo suficientemente grande para su funcionamiento pero para la implementación de la mercancía a importar es necesario incrementar una bodega más para el almacenamiento de los repuestos y accesorios, para así poder tener un mejor stock de repuestos y accesorios de motos.

EXPOMOTOS se encuentra ubicado en un buen lugar que tiene una gran visibilidad, es necesario hacer publicidad a través de medios de comunicación, vallas, prensa hojas volantes que hagan conocer a la empresa y atraer clientes.

Gestión de Comercialización:

En cuanto a la gestión de la empresa actualmente se encuentran laborando 9 empleados entre ellos, gerente, secretaria, jefe de ventas, jefe operativo, contadora, 2 vendedores y 2 mecánicos. Los mismos que llevan a cabo sus funciones designadas de una excelente manera. Al momento el personal que labora en EXPOMOTOS es suficiente y necesario, ya que sus funciones están distribuidas correctamente y se ejecutan de la mejor manera.

Respecto a la facturación de la empresa esta se encuentra trabajando con un sistema CIFA que es un sistema de fácil acceso, claro y de bajo costo. El mismo que fue implementado desde inicios de existencia de la empresa, Y que hasta el momento a dado excelentes resultados lo cual garantiza un buen trabajo.

Proceso de Comercialización:

La comercialización de los productos que ofrece la empresa se da de la siguiente manera, el gerente propietario de la empresa se encarga de realizar el contacto directamente con los proveedores de la mercancía los mismos que se encuentran ubicados en las provincias de Guayas, Pichincha y Azuay.

Una vez que se realiza la negociación con los proveedores, se procede a incorporar la mercancía a los locales de la empresa, para luego comercializarlos a nuestros clientes en el mercado meta. Las mismas que satisfacen las necesidades de nuestros consumidores como la calidad, garantía, facilidad de pago, fácil adquisición y servicio post venta.

En lo que respecta a la situación financiera podemos señalar que actualmente la empresa se encuentra en un buen estado, tiene estabilidad financiera, debido a que es una empresa joven mantiene sus ingresos en aumento debido al crecimiento de su mercado meta.

Actualmente en Expomotos se encuentran laborando 7 personas mencionadas anteriormente: Gerente, Secretaria, Contadora, 2 vendedores y 2 mecánicos, Las cuales son suficientes para que laboren en la empresa ya que son personas que realizan sus funciones de manera exitosa dando un servicio de calidad y satisfacción a los clientes.

Es una empresa joven con una corta trayectoria lo cual la ubica en una empresa líder dentro del mercado local.

Su mercado actualmente está enfocado a clientes de las parroquias vecinas como lo son Vilcabamba, Malacatos, y en la ciudad de Loja especialmente aquellas empresas que ofrecen servicio a domicilio.

Las ventas en relación al inicio de la empresa han aumentado considerablemente en un 50% lo que comprueba la acogida que ha tenido la empresa en el mercado local.

La situación económica de la empresa es netamente buena debido a que existe un gran aumento de clientes en relación a años anteriores. Esperamos ampliar nuestro mercado y por ende nuestra gama de productos para lo cual estamos en la necesidad de realizar importaciones directas de países vecinos debido a sus bajos costos y calidad, de manera que nuestros nuevos productos nos ayuden a enganchar nuevos y más clientes.

En cuanto a sus clientes tuvo un crecimiento en aumento anualmente empezando en el año 2009 con un número de clientes de 300, el mismo que fue en un aumento del 50% anual hasta el presente año. En el 2010 sus clientes están representados por un número de 450 en el 2011 por 600 clientes. Y en el presente año esperamos finalizar con un

aumento similar a los años anteriores.

En cuanto a la gama de productos que se van incrementar en la empresa tenemos una gran ventaja en cuanto a precios debido al comercio directo desde el país productor hasta Expomotos que es el lugar de destino

Ofreciendo productos a un precio menor respecto de la competencia, hablamos de un precio menor al 5 % del que lo ofrece la competencia.

El producto a importar es una moto con las siguientes características:

La moto es marca Sukida, modelo enduro tiene una cilindrada de 200cc, con freno de disco delantero y freno de tambor en la parte posterior, tiene cadencia, los amortiguadores reforzados, llantas semipantaneras, asiento acolchonado producto que en el mercado local los encontramos a un precio de \$1900 a diferencia de nosotros que la ofreceremos a un precio de \$1800, ya que nuestros proveedores nos ayudan con un precio más cómodo y además tratamos de ganar menos para poder ganar clientes y posicionarnos en el mercado.

Tabla 11: FODA

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES	POSIBLES CONSECUENCIAS
Diversidad de stock para las diferentes edades y gustos. Entrega más rápida del repuesto. La influencia de carros en la ciudad de Loja. Nuestro proveedor esta mejor posicionado en el mercado.	Mayor acogida de ventas de motos. Expandir el mercado a otros cantones de la provincia de Loja. Disminuir contaminación en la ciudad adquiriendo motos. Los precios serán mejores que los competidores.	Más variedad de repuestos y accesorios. Tocaría ir en busca de más personal. Abría mayor competencia de precios. Las utilidades se las verán a largo plazo.
Debilidades	Amenazas	Posibles Consecuencias
Infraestructura no adecuada. La abrumada competencia en la ciudad de Loja.	Mala atención a los clientes. La pérdida de mercado. Cambios constantes en los impuestos. Inestabilidad Política.	Pérdida de clientes. Reducir precios. Inestabilidad de Precios en los repuestos.

Tabla 12: Matriz Foda

	FORTALEZAS	DEBILIDADES
MATRIZ FODA	<ul style="list-style-type: none"> - Importador Directo. - Precios accesibles. - Diversidad de stock. - Entrega inmediata del producto. 	<ul style="list-style-type: none"> - Recursos humanos poco capacitados. - Falta de publicidad - Local poco visible. - Infraestructura no adecuada.
OPORTUNIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> - Publicidad. - Interrelación entre importador y exportador. - Incremento de la demanda - Segmento de mercado meta creciente. 	<ul style="list-style-type: none"> - Realizar convenios con instituciones - Incrementar la participación de mercado - Incrementar publicidad - Capacitación permanente al personal 	<ul style="list-style-type: none"> - Promocionar descuentos para instituciones aliadas - Realizar una campaña de medios publicitarios. - Crear un reglamento de funciones interno - Adquirir un local adecuado.
AMENAZAS		
<ul style="list-style-type: none"> - Presencia de nuevos competidores - Cambio en las necesidades y gustos de los compradores - Riesgo en transporte de productos. - Pérdida de posicionamiento en el mercado 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer productos innovadores y nuevos - Mejorar el PVP respecto a la competencia - Apalancamiento financiero - Ofrecer productos de calidad 	<ul style="list-style-type: none"> - Actualizar al personal para atención al cliente - Ofrecer productos bajo estándares de calidad - Implementar campañas publicitarias - Crear nuevas estrategias para captar clientes.

CONCLUSIÓN:

Como se pudo ver en este capítulo lo que trato de profundizar es el análisis interno y externo de la empresa, analizamos los factores políticos, la inversión social del país observamos los posibles competidores que tendremos, esto nos conlleva a revisar minuciosamente la competencia y las estrategias que podríamos utilizar para posicionarnos mejor ante la competencia también pudimos analizar los posibles proveedores que tendríamos y ver quien nos ayuda con los mejores costos para nosotros poder sacar mejores precios y poder diferenciarnos a la competencia y el cliente vea que la empresa Expomotos se maneja con los precios si es posible más bajo del mercado.

CAPÍTULO III

NEGOCIOS INTERNACIONALES

Introducción:

En este capítulo hablaremos específicamente sobre la negociación internacional, primero veremos como esta la Economía Internacional como las empresas crean ventajas competitivas en una industria en particular, veremos también los diferentes patrones de comercio y cuan útil es la interacción de los recursos nacionales como es el capital, el trabajo y la tierra.

También hablaremos sobre el Mercado Internacional de Capitales aquí podremos conocer los diversos acuerdos por lo que los individuos y empresas intercambian dinero presente por promesas de pago a futuro; veremos también las transacciones internacionales tanto la transacción deudora, transacción acreedora; pero la parte mas importante de este capítulo es el comercio exterior aquí veremos cuan beneficioso será el importar productos de otro lado, analizaremos que tipos de importador nos beneficiaran mas para las importaciones de nuestros productos y los requisitos que necesitaremos para poder importar los repuestos y accesorios para nuestra empresa Expomotos, analizaremos los diferentes Incoterms pero con las obligaciones del vendedor y del comprador.

3.1 Economía Internacional

Cuando hablamos de Economía internacional hacemos referencia a las relaciones económicas entre países en donde cada país está obligado a participar en un constante intercambio de productos para así poder crear una economía fuerte, en aumento para que cada día aporte una mejor estabilidad al país, a medida que crece desarrolla también aspectos sociales y económicos¹⁶.

Se habla también de economía internacional, cuando estudiamos las transacciones que realiza un país con el resto del mundo las mismas pueden ser:

¹⁶ www.todocomercioexterior.com

Comerciales, financieras, tecnológicas y turísticas.

La economía también se encarga de los aspectos monetarios, la política comercial y los mercados en constante evolución.

Actualmente se está viviendo una economía que se caracteriza por la integración de los mercados financieros nacionales los mismos que buscan obtener una alta rentabilidad entre los mercados financieros, para eso hay que tener en cuenta el riesgo de cada mercado ya que el capital es un factor completamente móvil en la medida en que tienen unos costes bajos de transacción. Dando como resultado esta integración que los tipos de interés no puedan distanciarse entre los países sin provocar movimientos de capitales entre ellos

A continuación mencionaremos algunas tendencias de economía internacional

1. Presencia de tres polos fuertes, dinámicos y competitivos: el tratado de libre comercio de América del Norte, La Unión Europea y el Bloque Asiático.
2. Proceso de disolución de las economías socialistas: entre ellas: República Checa, Hungría, Polonia, Rumania, Eslovenia entre otras.
3. La existencia de grupos cada día más rezagados: algunas regiones asiáticas, América Latina y sobre todo África, sufren de niveles de miseria terrible y desigualdad inmensa en términos de riqueza y distribución.
4. La presencia de un nuevo eje económico Asiático: cuyo desempeño se ha convertido en un desafío hacia los países del centro y un modelo para los países de la periferia.

Dentro del análisis que hacemos a la economía internacional cabe destacar temas como la economía política internacional, la economía comercial de los países y sus políticas comerciales estratégicas las mismas ayudan a coordinar los principios básicos de la misma.

De igual forma definimos al proteccionismo como uno de los temas más importantes dentro de la economía internacional el cual se define como una política económica que se caracteriza justamente por la protección de las economías nacionales ante la amenaza de la importación de productos y bienes de otras economías que actúan como competencias.

Hablamos de balanzas de pagos cuando nos referimos al registro de transacciones que un país hace con el resto del mundo, haciendo referencia a los valores de mercancías de servicios o pagos en general que un país recibe y envía a otros.´

Se puede dividir en:

- Balanza de pagos que es el registro de todas las transacciones que tiene un país con los que comercian.
- Balanza comercial es el resultado de comparar el total de importaciones con el total de exportaciones de un país en un momento determinado.

Cuando hablamos de mercado internacional de capitales hablamos de las necesidades de financiación de inversión de los países en cuanto a temas relacionados con los acuerdos de capitales.

Ventajas del comercio Internacional.

El comercio internacional es potencialmente beneficioso ya que permite la movilidad de los factores de la producción; y provocar una especialización de los países y en consecuencia aumentar la dependencia del exterior.

Los países construyen la posibilidad de competir ya que esto les generara las ventajas necesarias para fortalecer su economía, teniendo en cuenta que en la mayoría de los países subdesarrollados esta competitividad se ve afectada por los grandes sistemas económicos de las potencias mundiales.

Es decir, el poder concentrarse en aquellos bienes en que se tiene la mayor eficiencia permitirá a cada país utilizar mejor sus recursos productivos y en consecuencia elevar el nivel de vida de sus trabajadores.

El principio de esta ley radica en el aumento global de la producción que se deriva de la especialización y libre comercio cuando la relación de costos en la producción de dos bienes es diferente en distintos países.

Dos países pueden comerciar con ventajas mutuas cuando uno de ellos es más eficiente que el otro en la producción de todos los bienes y el menos eficiente compite solo pagando salarios inferiores.

El nivel de competencia y los factores que generan ventajas competitivas difieren ampliamente de industria a industria inclusive entre los distintos segmentos industriales.

Las empresas generan y conservan sus ventajas competitivas a través de la innovación.

Las empresas que crean ventajas competitivas en una industria en particular, son las que consistentemente mantienen un enfoque innovador, oportuno y agresivo explotan los beneficios que esto genera.

Las empresas globales internacionalmente competitivas, realizan parte de sus actividades de la cadena de valor fuera de sus países de origen, capitalizando así los beneficios que derivan del hecho de disponer de una red internacional.

Con esto deducimos que el comercio aporta beneficios al permitir a los países exportar bienes cuya producción se realiza con una relativa intensidad de recursos que son abundantes en el país mientras que importan aquellos bienes cuya producción requiere una intensidad en la utilización de los recursos que son relativamente escasos en el país. Además el comercio internacional permite la especialización en la producción de gamas de productos más reducidos permitiendo a los países obtener mayor eficiencia con la producción a gran escala.

Las migraciones internacionales y el endeudamiento internacional son también formas de comercio que resultan mutuamente beneficiosas, el primero al intercambiar trabajo por bienes y servicios, el segundo a través del intercambio de bienes presentes por promesas sobre bienes futuros.

Finalmente los intercambios internacionales de activos con riesgo, como las acciones y los bonos resultan también beneficiosos a todos los países al permitir que cada uno de ellos diversifique sus riquezas y reduzca la volatilidad de su renta.

3.2 Ganancias del Comercio

El comercio internacional es beneficioso. Aunque muchas personas duden de los beneficios que se pueden lograr intercambiando productos que un país puede producir por sí mismo.

Hablamos de ganancias de comercio cuando los países se venden mutuamente bienes y servicios se produce casi siempre un beneficio mutuo, de manera que ambos países ganan incluso cuando uno de ellos es más eficiente que el otro en la producción de todos los bienes y el menos eficiente solo compite generando trabajo.

El conjunto de circunstancias bajo las cuales el comercio internacional es beneficioso es mucho más amplio de lo que suponemos.

Sin embargo, dos o más países pueden comerciar con ventajas mutuas, incluso cuando uno de ellos es más eficiente que el otro en la producción de todos los bienes, y el menos eficiente sólo puede competir, pagando salarios inferiores.

Podemos deducir que las ganancias del comercio se dan cuando los países venden bienes y servicios entre ellos siempre se produce un beneficio mutuo.

Probablemente la reflexión más importante de toda la economía internacional es que existen ganancias del comercio es decir, que cuando los países venden bienes y servicios entre ellos, se produce casi siempre un beneficio mutuo.

El comercio internacional, también permite especialización en la producción de gamas de productos más reducidas, permitiendo a los países obtener mayor eficiencia con la producción a gran escala.

El comercio aporta beneficios al permitir a los países exportar bienes cuya producción se realiza con una intensidad de recursos que son abundantes en el país, mientras que importa aquellos bienes cuya producción requiere una intensidad en la utilización de los recursos que son relativamente escasos en el mismo país.

Entre los beneficios del comercio tenemos:

- Primero, se intercambia trabajo por bienes y servicios.
- Segundo, a través del intercambio de bienes presentes por promesas sobre bienes futuros.

3.3 Patrones del Comercio

Hablamos de los lazos entre los patrones del comercio y la interacción de los recursos nacionales como el capital, el trabajo y la tierra por un lado, y el uso relativo de estos factores en la producción de los diferentes productos, por el otro.

Una de la explicación entre los patrones del comercio y la interacción de la oferta de recursos nacionales como el capital el trabajo y la tierra por un lado, y el uso relativo de estos factores en la producción de los diferentes productos por el otro son los esfuerzos para contrastar las implicaciones referentes al comercio.

Podemos darnos cuenta que el comercio no sólo ha crecido, sino que también ha experimentado un notable cambio en su composición. De modo que del tradicional intercambio de materias primas por bienes industriales se ha pasado a una situación bien distinta.

En la actualidad, el comercio de manufacturas representa más del 80% del total, quedando el resto repartido en forma similar entre los productos agrícolas y los Extractivos.

Por lo tanto los países desarrollados o industrializados son los que concentran la mayor parte de la producción de manufacturas, y siendo éstos los bienes más comercializados, resulta racional que sean ellos quienes intervienen en la mayor parte de las transacciones comerciales, tanto nacionales como internacionales

3.4 GATT

Mencionamos al GATT porque fue un proceso de negociación sobre las restricciones al comercio de algunos productos o, si se quiere, una serie de acuerdos parciales sobre comercio internacional.

Globalización de la producción:

Los principales avances comerciales de los dos últimos siglos no hubiesen sido posibles sin las innovaciones técnicas que permitieron su aplicación.

Estos redundan en innovaciones, en procesos, productos y servicios con menores costes, mayor rapidez y reducción de las distancias virtuales.

La tecnología permitió, no sólo introducir nuevos productos y procesos, sino también, acortar distancias y tiempos e incorporar e integrar nuevas áreas en la economía internacional.

3.5 Mercado Internacional de Capitales

En cualquier economía tergiversada, el mercado de capitales hace referencia a un conjunto de acuerdos por los que los individuos y empresas intercambian dinero presente por promesas de pago en el futuro.

Ahora bien el mercado monetario está regulado por la Superintendencia de Bancos y Otras Instituciones Financieras, mediante la Ley General de Bancos.

En cuanto a los mercados de capitales están integrados por una serie de participantes que, compra y vende acciones e instrumentos de crédito con la finalidad de que los financistas cubran sus necesidades de capital y los inversionistas coloquen su exceso de capital en negocios que generen rendimiento.

Como es de conocimiento de todo el mercado de capitales está regulado por la Comisión Nacional de Valores, a través de la Ley de Mercado de Capitales. Esta Ley regula la oferta pública de valores, cualquiera que éstos sean, estableciendo a tal fin los principios de organización y funcionamiento, las normas rectoras de la actividad de cuantos sujetos y entidades intervienen en ellos y su régimen de control.

El Mercado de Capitales en cualquier mercado internacional, está conformado por una serie de participantes que, compra y vende acciones e instrumentos de crédito con la finalidad de ofrecer una gama de productos financieros que promuevan el ahorro interno y fuentes de capital para las empresas. Los mercados de capitales son una fuente ideal

de financiamiento por medio de la emisión de acciones, con el fin de mantener balanceada la estructura de capital de la empresa.

Los mercados de dinero son tan antiguos como el dinero mismo ya que en la historia de todas las sociedades, los prestamistas han cobrado a los prestatarios una tasa de interés, la cual equivale al costo del dinero por unidad de tiempo. Sin embargo en muchos países, tanto en la antigüedad como en el presente, se ha considerado que son excesivas las tasas de interés cobradas por los prestamistas.

Desde mi punto de vista, los mercados de dinero internacionales son, ante todo aquellos que no son propios del país, pero que están abiertos a la participación de los mismos.

3.6 De la Internacionalización de la Economía a la Globalización

Los debates causa y consecuencia de la creciente internacionalización de la economía, han alcanzado, con la problemática de la globalización, un grado de controversia.

La globalización es aquella que supone un grado de internacionalización de la actividad económica.

La globalización está presente en todas las actividades que diariamente ejerce aquí se puede admirar en el cuadro las principales actividades que se fomentan:

Tabla 13: Principales actividades que se fomentan en el Ecuador

COMERCIO	SERVICIOS	VIAJES	INFORMACIÓN EXTERNA	EVOLUCIONES
Las mercancías que vienen del exterior.	Los diferentes servicios financieros y las transacciones que se dan.	El conocimiento en otros países.	Lo que se puede encontrar en el internet.	Las evoluciones que se van dando dentro del grado de apertura de las diversas economías.

Globalización de la producción mundial:

Podemos decir que no solo por la ampliación de mercados, sino por el flujo de inversiones extranjeras y estrategias de empresas multinacionales ha crecido la globalización de la producción mundial.

La Innovación en transporte, comunicaciones, telecomunicaciones, tecnología, está conduciendo a una segmentación de los procesos de producción que permite localizar las distintas partes del proceso productivo en distintos países.

Así mismo la Internacionalización de la economía, ha creado desequilibrio entre lo económico y lo político.

Por un lado, las economías nacionales, se ven desprovistas de medidas de protección.

En el ámbito internacional, aparecen preocupaciones como las migraciones, desplazamientos de personas.

Cuando se han alcanzado niveles importantes en la movilidad internacional de mercancías, capitales, conocimientos, parece que las principales restricciones van encaminadas hacia las personas.

Hay una verdad que frecuentemente se olvida incluirla en el análisis, lo que origina que algunos actúen con sorpresa frente a la globalización y es que el capitalismo surge, como proceso histórico, con una vocación de internacionalización; no se puede concebir el capital sin esa vocación, dejando de lado su innata tendencia globalizadora¹⁷.

Un análisis más detallado de la estructura misma del cambio tecnológico actual permite determinar más interrelaciones entre globalización y regionalismo. Esta tiene su base en la revolución de las tecnologías de procesamiento de la información que permite conectar una gran cantidad de sistemas sobre una base lógica común.

Por último habría que señalar que el actual proceso de globalización económica debe ser visto como el eje de un Nuevo Orden Mundial en proceso de conformación. A pesar de la extrema inestabilidad que caracteriza el actual momento histórico, hay elementos que

¹⁷ www.exportaweb.com

explican la sustitución de una determinada racionalidad, lógica y forma de regular las relaciones internacionales por una nueva. Esta transición de la institucionalidad internacional se ha concretado en el particular grado de concentración del poder en un reducido grupo de naciones y de entidades internacionales y supranacionales.

3.7 Transacciones Internacionales

Es una negociación que se realiza entre las personas naturales y jurídicas residentes de un país con todos los demás países. Estas transacciones pueden ser en forma de exportaciones o importaciones. Por lo que respecta a cada transacción, el pago correspondiente se recibe de un extranjero en el caso de una exportación o se le hace a un extranjero en el de una importación

3.8 Transacción Deudora

En el ámbito internacional, se la define como aquella que registra el pago de una cantidad de dinero para adquirir bienes o servicios desde otro país, el deudor es quien recibe el dinero o servicio.

3.9 Transacción Acreedora

En cambio es la que registra el recibo de una cantidad de dinero que puede ser en calidad de préstamo o por haber efectuado una exportación de bienes o servicios. El comercio tiene lugar habitualmente entre agentes económicos consumidores, empresas, y no entre países en sí.

Una transacción internacional, se diferencia de una nacional, en principio por dos causas:

1. Una transacción internacional implica que la mercancía atraviese la frontera, no sólo en sentido político, sino en sentido económico. Dificultades para comerciar, por trabas arancelarias, y no arancelarias.
2. Una transacción internacional implica pluralidad de monedas mecanismos para el intercambio de monedas transformar una moneda en otra.

Existe una caracterización de la economía internacional: Relación entre los nuestros y los otros. Relaciones marcadas por la divisoria entre los nuestros y los otros.

Haciendo consideración, las relaciones económicas internacionales son aquellas en las que sólo se pueden obtener ganancias a expensas de alguien que salga perdiendo; por lo que se justifica, tratar de desplazar las pérdidas hacia los otros, para que los nuestros obtengan beneficios.

3.10 Comercio Exterior

Como podemos ver cada país fabrica sus propios bienes y servicios. Cuando existe intercambio entre los diferentes países para poder exportar e importar sus productos es lo que llamamos Comercio Exterior.

Todos los países practican Comercio, porque ni los países más ricos y productivos son autosuficientes y por consiguiente lo que se busca es que cada uno de los diferentes países del mundo pueda ofrecer al otro lo que no posee, buscando el bienestar y satisfacción de cada país.

La comercialización entre los países se logra promoviendo acuerdos de cooperación entre las partes, llevando a cabo reuniones frecuentes entre los diplomáticos de las regiones, intercambiando conocimientos mutuos. Las empresas de cada país deben impulsar las relaciones comerciales y suscribir proyectos enmarcados en el bien de la comunidad.

La política comercial común es uno de los pilares de las relaciones exteriores de la Unión Europea.

Se basa en un conjunto de normas uniformes en virtud de la unión aduanera y del arancel aduanero común y regula las relaciones comerciales de los Estados miembros con terceros países. Los instrumentos de defensa comercial y de acceso a los mercados están dirigidos, en particular, a proteger a las empresas europeas contra los obstáculos al comercio.

La Unión Europea ha cambiado con la globalización; ahora su objetivo es garantizar el desarrollo armónico del comercio mundial y promover su carácter equitativo y sostenible. Asimismo, fomenta activamente la apertura de los mercados y el desarrollo de los intercambios en el marco multilateral de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Al mismo tiempo, apoya a los países y las regiones en desarrollo en el marco de

sus relaciones bilaterales, con objeto de integrarlos en el comercio mundial a través de medidas preferenciales.

Por medio del Comercio Exterior se logra el mejoramiento de la competitividad, promover las cadenas productivas, fortalecer las medianas y pequeñas empresas, pero también es importante dejar de lado las diferencias sociales, políticas y culturales de los países, para aprovechar las oportunidades que ellos poseen.

3.10.1 Beneficios del comercio exterior

- Impulso del bienestar económico y social
- Estabilidad de los precios
- Disminución de la tasa de desempleo
- Aumento de la productividad y competitividad
- Menor riesgo de pérdidas económicas

3.11 Importaciones

Las importaciones son un régimen aduanero el cual permite el ingreso legal de mercancías provenientes del exterior para ser destinadas al consumo dicha importación es definitiva cuando previo cumplimiento de las formalidades aduaneras son nacionalizadas y quedan a libre disposición del dueño o consignatario de la mercancía.

Las importaciones permiten a los ciudadanos adquirir diferentes productos que en su país no se producen, o que sean más baratos o de mayor calidad, beneficiándolos como consumidores.

Al realizarse importaciones de productos más económicos, automáticamente se está librando dinero para que los ciudadanos ahorren, inviertan o gasten en nuevos productos, aumentando las herramientas para la producción y la riqueza de la población; pero por otro lado, también esto pone en competencia a la industria local, con industrias extranjeras que podrían tener mejores condiciones de producción.

Como cuando una población laboral altamente calificada, mayor desarrollo tecnológico y mejor infraestructura o costos menores por el pago de bajos salarios, según algunos economistas, perjudicando la economía interna en su mercado laboral.

3.11.1 Tipos de importador:

Tabla 14: Tipos de importador

IMPORTADOR OCASIONAL	IMPORTADOR FRECUENTE
✓ Cualquier persona puede importar a consumo si lo hace ocasionalmente.	✓ Se requiere ser afiliado a la cámara de producción.
✓ Se necesita copia de cedula y la declaración aduanera del bien importado.	✓ Se necesita obtener el ruc, obtener el registro de firmas del banco corresponsal.

Fuente: www.aduana.gob.ec

Elaborado: Mauricio Álvarez

3.11.2 Requisitos para importar

Los requisitos para nosotros poder importar repuestos y accesorios para motos serian básicamente los siguientes:

- Tener número de RUC y que este habilitado por el SRI.
- Los importadores y exportadores deberán consignar sus datos en la tarjeta de identificación Importador- Exportador, proporcionada por el BCE y los bancos corresponsales, y ser presentada en el banco en el que el cliente disponga de una cuenta corriente o de ahorros.
- Para el ingreso en el sistema de Comercio Exterior, los bancos corresponsales solicitaran documentos personales adicionales, según sus políticas de gestión.
- Es importante señalar que el trámite de registro de Importador-Exportador se realiza una sola vez.
- El Documento Único de Importación se adquiere en los bancos corresponsales.
- En el DUI se deberán consignar los datos de la Importación en original y copias, al que acompañará una copia de nota de pedido y para el caso de mercancías sujetas a licencia previa, el trámite deberá realizarse solamente vía electrónica¹⁸.

¹⁸ www.aduana.gob.ec

3.12 Proceso de importación

3.12.1 Nota de pedido

Es la que se debe entregar a la aduana, a la verificadora y al banco, como podemos ver contiene lo siguiente:

- Fecha
- Número pre impreso
- Nombre y dirección del importador
- Nombre y dirección del exportador
- País de origen
- Lugar de embarque
- Lugar de destino
- Vía aérea. Marítima o terrestre
- Término de negociación – CID- FOB
- Moneda
- Forma de pago
- Fecha de inicio de negociación

Ver Anexo A: Nota de Pedido

3.12.2 Autorización

Cuando se procede a entregarla a la aduana y al banco con la nota de pedido, si el tipo de mercancía así lo exige se procederá a obtener las autorizaciones en el ministerio o entidad pública.

3.12.3 Póliza de seguro

Se la debe entregar a la aduana, incluyendo siempre en la documentación la póliza al entregar. La ley general de seguros señala que se debe adquirir el seguro de una aseguradora radicada en el país.

El seguro se presenta en la actualidad como una estrategia o medida para cubrir el riesgo que pueda acaecer sobre cualquier elemento que sea transportable. Dicho riesgo puede repercutir sobre los bienes, el medio de transporte o, en el caso de la cobertura por responsabilidad civil, sobre el patrimonio del asegurado con el que tendría que hacer frente a eventuales indemnizaciones.

Tipos de seguro

1. Libre de avería
2. Libre de avería particular
3. Contra todo riesgo por: fenómenos naturales, choques, humedad, contaminación.

El seguro cubre de bodega a bodega y los valores asegurados pueden ser:

FOB – CYF, CYF + U (utilidades que es el 10 % del CYF). La suma asegurada es la máxima que nos reconoce la aseguradora.

En un seguro se paga:

Primero, la prima, es decir el porcentaje sobre la suma asegurada que vamos a pagar; además existe la contribución a la súper intendencia de bancos, que constituye el 3.5 de la prima, también hay que pagar el derecho de emisión que constituye los valores que establece cada aseguradora por los papeles que nos llena y nos entrega. Ahora existe:

1. Franquicia deducible.- que consiste en el valor absoluto o relativo en el que se establece un piso; si el robo es menor a los 300.000 dólares solo nos dan el pésame y si es por ejemplo 400.000, solo nos pagan la diferencia es decir 100.000
2. Franquicia no deducible.- Esta franquicia consiste en el pago del valor total del robo, pero esto en nuestro país no existe. Obligatoriamente debemos pagar el IVA el 12 % y su base imponible es prima.

Hay dos tipos de seguro de transporte.

1. Una póliza que se tramita para cada importación
2. Una póliza madre con un monto grande y preestablecido como suma asegurada de la cual se desprenden las hijas o aplicaciones para cada importación esta póliza se llama Seguro Flotante. Una póliza de transporte debe contener la siguiente información.

- ✓ Número de la póliza
- ✓ Número de la aplicación
- ✓ Nombre del asegurado
- ✓ Ruta de viaje

- ✓ Tipo de transporte
- ✓ Nombre de la compañía transportadora
- ✓ Fecha de arribo
- ✓ En algunos casos se señala consignatario quien es el beneficiario de la póliza por ejemplo: el banco corresponsal para que de esta manera la póliza sirva como garantía financiera
- ✓ Marcas (que son las iniciales del importador) y número (que indica la cantidad de paquetes que se transportan) por ejemplo: 1/300 que significa d una a 300 cajas
- ✓ Embalaje
- ✓ Peso kilo neto
- ✓ Peso kilo bruto
- ✓ Subpartida arancelaria
- ✓ Descripción
- ✓ Cantidad de bultos y contenidos
- ✓ Valor unitario
- ✓ Valor FOB
- ✓ Valor Total
- ✓ Lugar y Fecha
- ✓ Firma del Importador

Fuente: www.todocomercioexterior.com.ec

Elaborado: Mauricio Álvarez

3.12.4. Solicitud de importación

Solicitud de verificación de Importación (SVI)

Se la entrega a la verificadora, solo para la mercadería cuyo valor FOB es mayor a \$ 4000. Se llena esta solicitud y se la entrega a la Verificadora (SGS). Se debe pagar hasta el 1% del valor FOB, con un mínimo de \$ 180 valor que suele pagarse 50% al presentar la solicitud y el 50% restante cuando la verificadora entrega el certificado de inspección.

Ver Anexo D: Solicitud de Importación.

3.12.5 Certificado de inspección

Debe ser entregado a la aduana, este certificado lo proporciona la verificadora luego de haber entregado previamente el SVI, y solo si la mercancía tiene en valor FOB mayor a

\$ 4000. Según la Ley Orgánica de Aduanas si una mercancía ingresa al Ecuador sin el CI no se puede nacionalizar.

Ver Anexo E: Certificado de Inspección

3.12.6 Certificado de origen

Es entregado a la Aduana, en este momento si la mercancía así lo exige, se procede a conseguir un certificado de origen.

3.12.7 Manifiesto de carga

Viene con la mercancía que llega a la aduana, e indica el medio de transporte, el lugar determinado y fecha establecida, la fecha de embarque la misma que es necesaria para saber si el DUI fue aprobado por el Banco corresponsal antes de esa fecha, caso contrario la mercancía deberá ser rembarcada.

Si el manifiesto de carga llega con la mercancía, no hay inconveniente y los funcionarios aduaneros declaran que la mercancía esta manifestada, si el manifiesto de carga no consta con la mercancía se considera este acto como un Delito Aduanero.

Si llega menor cantidad de la mercancía manifestada el importador tributara solo por la mercancía que ha llegado y él se arregla con el exportador. Pero si llega mayor cantidad existen 2 casos:

1. Si el margen excedente es menor del 10% de lo que dice el manifiesto es una falta no un delito y puede ser aceptable.
2. Si el margen excedente es superior del 10% de lo que dice el manifiesto, se considera un delito aduanero.

El transportista o su representante deberá entregar a la CAE el manifiesto de carga vía transferencia electrónica de datos. Para el caso de medio marítimo y aéreo antes de arribo del medio de transporte. El Manifiesto deberá contener los siguientes datos:

- a. Nombre del medio de transporte.
- b. Nombre de la empresa transportadora.
- c. Número de registro, matrícula o placa del medio de transporte.
- d. Nombre de puerto o aeropuerto, o lugar de salida o destino.
- e. Fecha de salida.
- f. Número del conocimiento de embarque.
- g. Nombre del remitente y consignatario.
- h. Marcas, número de bultos.
- i. Almacén temporal al que se consigna la carga o régimen al que se la declara.
- j. Firma de responsabilidad del agente del medio de transporte.

3.128. Conocimiento de embarque

Hay que entregarlo a la Aduana, este documento es entregado al importador, quien a su vez debe entregar original o copia de la Aduana. Dependiendo de la vía de transporte se llamará conocimiento de embarque marítimo, guía aérea, o carta de porte terrestre. Si la mercancía viaja en contenedores estos tienen un sello de seguridad llamado precinto, el mismo que tiene un código el que debe constar en el conocimiento del embarque.

3.12.9. Factura comercial

Hay que entregarla a la Aduana ya que es aquella que servirá de base para la declaración aduanera.

Es el documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial. En una factura deben figurar los siguientes datos: fecha de emisión, nombre y dirección del exportador y del importador extranjero, descripción de la mercancía, condiciones de pago y términos de entrega.

Ver Anexo G: Factura Comercial.

3.12.10 DAU Declaración Aduanera Única

Como resultado de la importación, el Agente de Aduana debe realizar la Declaración Aduanera Única (DAU); enviarla electrónicamente a través del SICE, y presentarla físicamente en el Distrito de Llegada de las mercancías.

Este documento se utiliza para solicitar que las mercancías sean sometidas a los regímenes y operaciones aduaneros de: importación Definitiva, Importación Temporal, Admisión Temporal, Depósito, Tránsito, Reembarque, Reimportación, Exportación Definitiva, Exportación Temporal y Reexportación, según se trate. Está dirigido a los Operadores de Comercio Exterior que intervienen en los regímenes y operaciones aduaneros antes mencionados.

Ver Anexo H: Declaración de Aduana.

3.13 Incoterms

Los Incoterms son reglas internacionales regidas por la Cámara de Comercio Internacional, que sirven para la interpretación de los diferentes términos comerciales más utilizados en las transacciones internacionales, cuyo alcance se limita a los derechos y obligaciones de las partes en un contrato de compraventa, y a la relación entre vendedores y compradores en dicho contrato con respecto a la entrega de las mercancías vendidas.

Los Incoterms también se los conoce como cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.

El propósito de los Incoterms es el de proveer un grupo de reglas internacionales para la interpretación de los términos más usados en el Comercio internacional.

Los Incoterms determinan:

- ✓ El alcance del precio.
- ✓ En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- ✓ El lugar de entrega de la mercadería.
- ✓ Quién contrata y paga el transporte
- ✓ Quién contrata y paga el seguro
- ✓ Qué documentos tramita cada parte y su costo.

Después de analizar los Incoterms se puede decir que estos dan respuesta a cuatro problemas que se plantean en todas las ventas internacionales de mercancía que se dan:

- ✓ El primero es en la ENTREGA, cuando parte la obligación jurídica de entrega de la mercancía por parte de vendedor.

- ✓ En segundo están los GASTOS, es el quien corre con todos los gastos con que respecta a la logística como es el transporte, la manipulación, seguros y aduanas.
- ✓ En tercero están los RIESGOS como son el robo, el deterioro o pérdida del documento.
- ✓ El cuarto tiene que ver con la DOCUMENTACIÓN, es la que proporciona los documentos principalmente de aquellos que se necesitan para cumplir las formalidades aduaneras al paso de la mercancía.

3.13.1EXW (Ex Work–en Fábrica) (lugar convenido)

En este incoterm el vendedor considera realizada la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del comprador en su local comercial (taller, fábrica, etc.) o en el lugar convenido en el contrato, sin despacharla para la exportación ni cargarla en un vehículo receptor.

Este término implica las menores obligaciones del vendedor en un contrato de compraventa.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa.
- b) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta su entrega al comprador según lo convenido.
- c) Pagar todos los gastos relativos a la mercancía hasta el momento de su entrega de conformidad con lo pactado
- d) Prestar, a expensas del comprador, la ayuda para obtener, cuando sea pertinente, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial para la exportación.
- e) Poner a disposición del comprador la mercancía en el punto específico

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación e importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías.

- c) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- d) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- e) Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que ésta se entrega de conformidad con el contrato.

3.13.2 FAS (Free alongside Ship-Franco al costado del buque) (puerto de carga convenido)

En este incoterm el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando ésta es colocada al costado del buque, en el puerto de embarque convenido. Sólo puede usarse para el transporte por mar o por vías de navegación interiores.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir dicho contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías.
- c) Poner la mercancía al costado del buque designado por el comprador, en el lugar de carga fijado por el comprador en el puerto de embarque convenido, en la fecha o dentro del plazo acordado y en la forma acostumbrada en el puerto.
- d) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta su entrega de conformidad con el apartado anterior.
- e) Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía hasta el momento en que ésta se entrega de conformidad con el contrato.

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la importación de las mercancías y para su tránsito por cualquier país.

- c) Contratar, a sus propias expensas, el transporte de la mercancía desde el puerto de embarque convenido.
- d) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- e) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.

3.13.3. FCA (Free Carrier-Franco Transportista) (lugar convenido)

En este incoterm el vendedor entrega la mercancía despachada para la exportación al transportista nombrado por el comprador, en el lugar convenido en el contrato. Este término admite cualquier modo de transporte, incluyendo el multimodal.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías.
- c) Entregar la mercancía al transportista designado por el comprador, en el lugar convenido y en la fecha o dentro del período acordado para la entrega.
- d) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta su entrega.

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la importación de las mercancías y para su tránsito por cualquier país.
- c) Contratar a sus propias expensas el transporte de la mercancía desde el lugar convenido, excepto si el transporte es contratado por el vendedor de conformidad con el literal c anterior.
- d) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.

- e) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.

3.13. 4CFR (Cost and Freight–Costo y Flete) (... puerto de destino convenido)

Aquí el vendedor concreta la entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

Sólo puede usarse para el transporte por mar o por vías de navegación interiores.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir dicho contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías.
- c) Contratar, en las condiciones usuales y a sus propias expensas, el transporte de la mercancía al puerto de destino convenido, por la ruta usual, en un buque de navegación marítima del tipo normalmente empleado para el transporte de la mercancía.
- d) Entregar la mercancía a bordo del buque en el puerto de embarque convenido, en la fecha o dentro del plazo acordado.
- e) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sobrepasado la borda del buque, en el puerto de embarque convenido.

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la importación de las mercancías y para su tránsito por cualquier país.
- c) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.

- d) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- e) Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que ésta se entrega de conformidad con el contrato.

3.13.5 FOB (Free onBoard–Franco a Bordo) (puerto de carga convenido)

En este incoterm el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando ésta sobrepasa la borda del buque, en el puerto de embarque convenido. Sólo puede usarse para el transporte por mar o por vías de navegación interiores.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir dicho contrato.
- b) c) Entregar la mercancía a bordo del buque designado por el comprador en el puerto de embarque convenido, en la fecha o dentro del plazo acordado, y en la forma acostumbrada en el puerto.
- c) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sobrepasado la borda del buque, en el puerto de embarque convenido.
- d) Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía hasta el momento en que ésta se entrega de conformidad con el contrato.

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la importación de las mercancías y para su tránsito por cualquier país.
- c) Contratar, a sus propias expensas, el transporte de la mercancía desde el puerto de embarque convenido.
- d) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- e) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.

3.13.6 CIF (Cost, Insurance and Freight– Costo, Seguro y Flete) (puerto de destino convenido)

Aquí el vendedor cumple su obligación de entrega cuando la mercancía sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.

Sólo puede usarse para el transporte por mar o por vías de navegación interiores.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir dicho contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías.
- c) Contratar en las condiciones usuales y a sus propias expensas, el transporte de la mercancía al puerto de destino convenido, por la ruta usual, en un buque de navegación marítima del tipo normalmente empleado para el transporte de la mercancía.
- d) Obtener, a sus propias expensas, un seguro de la carga según lo acordado en el contrato, que faculte al comprador, o a cualquier otra persona que tenga un interés asegurable sobre la mercancía, para reclamar directamente al asegurador y proporcionar al comprador la póliza de seguro u otra prueba de la cobertura del seguro.

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la importación de las mercancías y para su tránsito por cualquier país.
- c) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- d) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.

- e) Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que ésta se entrega de conformidad con el contrato.

3.13.7 CIP (Carrier and Insurance Paid To-Transporte y Seguro Pagado hasta) (lugar de destino convenido)

En este incoterm el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del transportista designado por él mismo. Este término admite cualquier modo de transporte, incluyendo el multimodal.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir dicho contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías.
- c) Contratar, en las condiciones usuales y a sus propias expensas, el transporte de la mercancía al punto de destino convenido, por la ruta usual y en la forma convenida.
- d) Obtener, a sus propias expensas, un seguro de la carga según lo acordado en el contrato, que faculte al comprador, o a cualquier otra persona que tenga un interés asegurable sobre la mercancía, para reclamar directamente al asegurador y proporcionar al comprador la póliza de seguro u otra prueba de la cobertura del seguro.
- e) Entregar la mercancía al transportista contratado o, si hay porteadores sucesivos, al primer porteador, para el transporte hasta el punto acordado en el lugar convenido y en la fecha o dentro del período acordados.
- f) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada al transportista contratado o, si hay porteadores sucesivos, al primer porteador.

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.

- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la importación de las mercancías y para su tránsito por cualquier país.
- c) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- d) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada al transportista contratado o, si hay porteadores sucesivos, al primer porteador, según lo pactado.
- e) Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que ésta se entrega de conformidad con el contrato.
- f)

3.13.8 CPT (CarrierPaidTo–Transporte pagado hasta) (lugar de destino convenido)

Al igual en este incoterm el vendedor realiza la entrega de la mercancía cuando la pone a disposición del transportista designado por él.

Este término admite cualquier modo de transporte, incluyendo el multimodal.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir dicho contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías.
- c) Contratar, en las condiciones usuales y a sus propias expensas, el transporte de la mercancía al punto de destino convenido, por la ruta usual y en la forma convenida.
- d) Entregar la mercancía al transportista contratado o, si hay porteadores sucesivos, al primer porteador, para el transporte hasta el punto acordado en el lugar convenido y en la fecha o dentro del período acordados.
- e) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada al transportista contratado o, si hay porteadores sucesivos, al primer porteador.

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.

- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la importación de las mercancías y para su tránsito por cualquier país.
- c) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- d) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada al transportista contratado o, si hay porteadores sucesivos, al primer porteador, según lo pactado.
- e) Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que ésta se entrega de conformidad con el contrato.

3.13.9 DAF (Delivered at Frontier–Entregada en frontera) (lugar convenido)

En este incoterm el vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador sobre los medios de transporte utilizados y no descargados, en el punto y lugar de la frontera convenida, pero antes de la aduana fronteriza del país colindante. Este término puede ser utilizado con independencia del modo de transporte, cuando la mercancía deba entregarse en una frontera terrestre.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir dicho contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial, así como cualquier otro documento necesario para poner la mercancía a disposición del comprador.
- c) Contratar, a sus propias expensas, el transporte de la mercancía al punto convenido, si lo hay, en el lugar de entrega en la frontera.
- d) Poner a disposición del comprador la mercancía en los medios de transporte utilizado y no descargado, en el lugar de entrega convenido en la frontera y en la fecha o dentro del período acordados.
- e) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada de conformidad con lo pactado.

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.

- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la importación de las mercancías y para su transporte posterior.
- c) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- d) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada según lo acordado.
- e) Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que ésta se entrega de conformidad con el contrato.

3.13.10 DES (Delivered Ex Ship–Entregada sobre buque) (puerto de destino convenido)

El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador a bordo del buque, no despachada de aduana para la importación, en el puerto de destino convenido.

Este término puede ser utilizado sólo cuando la mercancía deba entregarse a bordo de un buque en el puerto de destino, después de un transporte por mar, por vía de navegación interior o por un transporte multimodal.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir dicho contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial, así como cualquier otro documento necesario para poner la mercancía a disposición del comprador, y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías hasta el lugar de entrega convenido en la frontera y para su tránsito a través de cualquier país.
- c) Contratar, por su propia cuenta, el transporte de la mercancía al punto convenido, si lo hay, en el puerto de destino convenido.
- d) Poner a disposición del comprador la mercancía a bordo del buque, en el punto de descarga del puerto de destino convenido, en la fecha o dentro del período acordados, de modo que puedan ser levantadas del buque por medios de descarga apropiados a la naturaleza de la mercancía.

- e) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada de conformidad con lo pactado.

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la importación de las mercancías.
- c) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- d) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada según lo acordado.
- e) Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que ésta se entrega de conformidad con el contrato.

3.13.11 DDU (DeliveredDutyUnpaid–Entregada, derechos no pagados) (lugar de destino convenido)

El vendedor realiza la entrega cuando la mercancía es puesta a disposición del comprador, no despachada de aduana para la importación y no descargada de los medios de transporte, a su llegada al lugar de destino convenido.

Este término puede ser utilizado con independencia del modo de transporte.

Obligaciones del Vendedor:

- a) Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa, así como cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir dicho contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación u otra autorización oficial o documento, y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías y para su tránsito a través de cualquier país.
- c) Contratar, a sus propias expensas, el transporte de la mercancía al punto concreto, si lo hay, del lugar de destino convenido.

- d) Poner la mercancía a disposición del comprador o de otra persona designada por éste, sobre los medios de transporte utilizado y no descargado, a su llegada al lugar de destino convenido, en la fecha o dentro del período acordados para la entrega.

Obligaciones del Comprador:

- a) Pagar el precio de la mercancía, según lo previsto en el contrato.
- b) Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de importación u otra autorización oficial y realizar, cuando sea pertinente, los trámites aduaneros para la importación de las mercancías.
- c) Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.
- d) Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada según lo acordado.

Para realizar el trámite de importación e necesario cumplir con algunos requisitos los cuales son fundamentales para el proceso entre ellos tenemos:

- ✓ Poseer Ruc, obtener una tarjeta de importador que la concede el BCE, disponer de una cuenta corriente en un banco corresponsal, Ingresar al sistema de comercio exterior, adquirir el DUI documento Único de importación. El proceso de importación se lo realiza una vez que tengamos los requisitos necesarios para ser Importador. El proceso consta de:
- ✓ Nota de pedido, autorización, póliza de seguro, solicitud de importación, certificado de inspección, certificado de origen, manifiesto de carga, conocimiento de embarque, factura comercial, DAU declaración aduanera única, Incoterms en el cual se establece las condiciones de compra del producto y las obligaciones del vendedor como del comprador. Las mismas que especificaremos más adelante.

Una vez realizado todo este proceso de importación el producto queda legalmente importado y nacionalizado listo para comercializar.

Este tema es de vital importancia tanto dentro del ámbito de comercio internacional como en este proyecto ya que gracias a él podemos definir y determinar precios en una

negociación de tipo internacional como lo es la que estamos llevando a cabo al momento en que la empresa Expo motos realiza el trámite de importación a consumo para nacionalizar los productos y comercializarlos libremente en el segmento de mercado meta en la ciudad de Loja. En el caso de expo motos negociaremos bajo el incoterm FCA (Free Carrier Franco Transportista) lugar convenido:

En este proceso intervienen dos partes el importador que es Expomotos en Loja Ecuador y el exportador que es **Autopartes** en Iquique Chile. Estas partes negocian bajo los siguientes términos:

Obligaciones del Vendedor:

Suministrar la mercancía y la factura comercial de acuerdo con el contrato de compraventa.

Obtener, a su propio riesgo y expensas, cualquier licencia de exportación y realizar los trámites aduaneros para la exportación de las mercancías.

Entregar la mercancía al transportista designado por Expomotos, en el lugar convenido y en la fecha o dentro del período acordado para la entrega.

Obligaciones del Comprador Expomotos:

Pagar el precio de la mercancía según lo establecido en el contrato.

Contratar a sus propias expensas el transporte de la mercancía desde el lugar convenido.

Recibir la entrega de la mercancía cuando ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.

Soportar todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que ésta haya sido entregada de conformidad con lo pactado.

CONCLUSIÓN:

En este capítulo concluyo analizando que es el Comercio Exterior y lo hemos definido como el intercambio que existe entre los diferentes países al exportar e importar un determinado producto. A través de este comercio se logra una alta competitividad entre los diferentes países de modo que se aprovechen sus diferentes oportunidades para convertirlas en nuevas entradas del sistema económico del país.

Este comercio nos beneficia en varios aspectos entre ellos bienestar económico y social, estabilidad, productividad y competitividad, la cual debemos aprovecharla para que nuestra economía tanto local como nacional tenga un superávit y así aportar al país.

Hacemos un breve análisis sobre las importaciones y su proceso. Como es de conocimiento una importación es un régimen aduanero que permite el ingreso legal de mercancías provenientes de otro país para ser destinadas al consumo en el país importador.

Para el caso de Expomotos será un Importador de tipo Frecuente. Debido a que importará cada seis meses una cantidad de 120 motos para ser comercializadas dentro y fuera de la ciudad de Loja.

CAPÍTULO IV

REGÍMENES ADUANEROS

Introducción:

El capítulo 4 es un capítulo corto estaré revisando de una forma rápida se trata de todos los regímenes aduaneros y los regímenes comunes, los regímenes particulares, especiales, esto nos ayudaría a ver que nuestra mercancía rijan las normas aduaneras vigentes.

Veremos que es una zona franca y cuáles son las mismas y que tanto nos servirían están zonas con lo que nosotros vamos a importar.

4.1. Regímenes Aduaneros

Por régimen se entiende el tratamiento que se aplica a las mercancías de acuerdo con las normas aduaneras vigentes dependiendo de su destino: ingreso al territorio nacional o salida hacia el exterior.

Régimen aduanero es el conjunto de operaciones orientadas a darle un destino aduanero específico a una mercancía, de acuerdo con la declaración presentada por el interesado en la forma prescrita por las normas.

Además es el conjunto de formalidades previstas en las legislaciones aduaneras nacionales que guardan relación con los regímenes aduaneros, cuyo cumplimiento se considera indispensable para permitir el desaduana miento de las mercancías.

Un régimen aduanero es una modalidad de importación o exportación orientada a darle un destino aduanero específico a una mercancía, de acuerdo a la Declaración Aduanera presentada.

Los regímenes aduaneros se clasifican en:

4.1.1. Regímenes Comunes

Son las importaciones y exportaciones que se hacen para su consumo y uso

Inmediato, luego de cumplir las formalidades, y que tienen carácter definitivo.

Tipos de Regímenes Comunes:

Importación a Consumo- (Régimen 10)

Es el régimen por el cual las mercancías extranjeras son nacionalizadas y puestas a libre disposición para uso o consumo definitivo, luego de haber pagado los correspondientes tributos de comercio exterior y cumplir con las obligaciones en materia de restricciones arancelarias, así como las demás formalidades establecidas en la Ley Orgánica de Aduanas (LOA).

Exportación a Consumo - (Régimen 40)

Es el régimen por el cual las mercancías, nacionales o nacionalizadas, salen del territorio aduanero, para uso o consumo definitivo en el exterior. Las exportaciones no generan tributos o impuestos. Para que las mercancías salgan del país, se requiere la presentación de una Orden de Embarque (Código 15) y posteriormente se presenta la Declaración Aduanera de Exportación (40), teniendo como plazo para presentar la Declaración Aduanera Única (DAU) 15 días hábiles a partir del ingreso a Zona Primaria. (Art. 43 LOA).

4.1.2. Regímenes Particulares o de Excepción

Son las importaciones y exportaciones que por sus operaciones aduaneras particulares están sujetas a regulaciones especiales, comprende el tráfico postal internacional y courier y la zona de libre comercio, la ejecución de las operaciones bajo un determinado régimen de los enunciados supone el cumplimiento de formalidades que varían de uno a otro caso, aunque muchas de ellas sean comunes a todos los regímenes.

Tipos de Regímenes Particulares:

Tráfico postal Internacional y Correos rápidos – (Régimen 91)

Es la importación o exportación a consumo de los envíos o paquetes postales, transportados por cualquier clase de correo, sea éste público o privado. Los paquetes o bultos se sujetarán a las categorías expedidas en el Reglamento de Correos Rápidos o Courier, según su valor y peso establecidos. En caso de envíos que ingresen y superen los límites permitidos, deberán ser trasladados a un Almacén Temporal para ser manejados como una importación a consumo.

Tráfico fronterizo– (Régimen 92)

Es el régimen que, con base en los compromisos internacionales, permite el intercambio de mercancías destinadas al uso o consumo doméstico entre poblaciones fronterizas. Estos artículos están libres de formalidades y del pago de impuestos aduaneros, y sólo se aplica en favor de las personas residentes en las poblaciones fronterizas delimitadas por la Aduana del Ecuador. Fuera del límite, las mercancías deberán ser nacionalizadas.

Zona de libre comercio– (Régimen 93)

Es el régimen que permite el intercambio de mercancías libres de impuestos aduaneros, entre países integrantes de una zona o territorio delimitado, y de mercancías originarias de los mismos. Está sujeto a las formalidades aduaneras previstas en convenios internacionales.

4.1.3. Regímenes Especiales

Son modalidades de importación o exportación que según corresponda se caracterizan por ser suspensivos, liberatorios o devolutivos de tributos aduaneros.

Tipos de Regímenes Especiales:

Tránsito Aduanero - (Régimen 80)

Es el régimen por el cual las mercancías son transportadas entre Distritos Aduaneros (llegada al país y destino final), bajo custodia y control de la Aduana del Ecuador. El

tránsito puede ser nacional e internacional, según si su destino es en el país o el extranjero.

El plazo máximo para realizar el tránsito no será mayor de 3 días.

Cuando se moviliza mercancía hacia Quito, Latacunga y Cuenca, se utiliza una Guía de Movilización Interna (Código 82), la cual se debe gestionar en la Aduana de destino. Para movilizar hacia las demás ciudades, debe presentar una Declaración Aduanera Única (DAU) y hacer los trámites en el Distrito de Partida Llegada.

Importación Temporal con Reexportación en el mismo estado. - (Régimen 20)

Es el régimen con el cual se suspende temporalmente el pago de impuestos a la importación de mercancías destinadas a un fin específico (Art. 76 RLOA), plazo determinado, y bajo requisitos y fines admisibles dispuestos en la LOA y su Reglamento; para luego ser reexportadas sin modificación alguna.

Este tipo de mercancías podrán permanecer en el país hasta por un plazo de 180 días hábiles, salvo las mercancías para la ejecución de obras y prestación de servicios públicos, el plazo será la duración del contrato.

Importación Temporal para perfeccionamiento Activo - (Régimen 21)

Es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite recibir mercancías extranjeras en el territorio aduanero, durante un plazo determinado para ser reexportadas, lo cual se hará luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación. Las mercancías podrán permanecer en el país por un plazo de hasta 90 días hábiles, prorrogables por una sola vez y por igual periodo.

Devolución condicionada de Tributos (Drawback) - (Régimen 53)

El Drawback es el régimen mediante el cual las empresas exportadoras pueden obtener la devolución de los impuestos de importación pagados sobre insumos o materias primas que formen parte del bien a exportar, dentro de plazos establecidos.

4.2 Depósitos Aduaneros:

Es el régimen suspensivo del pago de impuestos por el cual las mercancías permanecen almacenadas por un plazo determinado dentro del Depósito Aduanero autorizado y bajo el control de la Administración Aduanera. Los Depósitos Aduaneros son: Comerciales (públicos o privados) e Industriales. El plazo de permanencia de las mercancías dentro de los Depósitos Aduaneros es de 6 meses, prorrogables por el mismo periodo. Antes del vencimiento del plazo, las mercancías deberán nacionalizarse, reexportarse o destinarse a otro régimen especial.

- **DEPÓSITOS ADUANEROS COMERCIALES - (Régimen Código 70 público y 71 privado)** En los Depósitos Comerciales, tanto públicos como privados, las mercancías importadas se almacenan sin transformación alguna. El Depósito Comercial es público, cuando las mercancías depositadas son propiedad de terceros. El Depósito Comercial es privado cuando las mercancías almacenadas son exclusivamente propiedad del concesionario del depósito.
- **DEPÓSITOS ADUANEROS INDUSTRIALES - (Régimen Código 72)** Para este tipo de depósitos las mercancías importadas, de propiedad del concesionario, se almacenan para su transformación. Es decir, éstas cambian su forma y/o naturaleza, convirtiéndose en un producto diferente al ingresado.

Almacenes libres y Especiales - (Régimen 73)

El Almacén Libre, conocido como Duty Free, es el régimen liberatorio de tributos que permite, en puertos y aeropuertos internacionales, el almacenamiento y venta de mercancías nacionales o extranjeras a pasajeros que salen del país (DAU Código 88).

El Almacén Especial, es el régimen liberatorio de tributos destinado al aprovisionamiento, reparación y mantenimiento de naves, aeronaves y vehículos (de transporte terrestre) internacionales.

Las mercancías dentro de los Almacenes Libres y Especiales podrán permanecer hasta 1 año dentro del país, luego de lo cual deberán reexportarse o nacionalizarse.

Exportación Temporal para perfeccionamiento Activo - (Régimen 51)

Es el régimen suspensivo del pago de impuestos que permite la salida del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas, durante cierto plazo para ser reimportadas luego de un proceso de transformación, elaboración o reparación.

El plazo para la reimportación no será mayor a 1 año, prorrogable por igual periodo

Exportación Temporal con Reimportación en el mismo Estado - (Régimen 50)

Este tipo de régimen suspensivo del pago de impuestos, permite la salida del territorio aduanero, de mercancías nacionales o nacionalizadas para ser utilizadas en el extranjero durante cierto plazo, con un fin determinado y ser reimportadas sin modificación alguna, con excepción de la depreciación normal por el uso.

El plazo de permanencia de las mercancías en el exterior no será mayor a un año.

Reposición con Franquicia Arancelaria - (Régimen 11)

La Reposición con Franquicia Arancelaria es un régimen con el cual se permite importar mercancías idénticas o similares sin el pago de impuestos, como compensación a aquellas mercancías importadas anteriormente y que retornaron al exterior después de haber sido sometidas a un proceso de transformación dentro del país, o que también pudieron ser utilizadas para producir, acondicionar o envasar mercancías exportadas.

La importación para Reposición con Franquicia Arancelaria deberá efectuarse dentro del plazo de seis meses, contados desde la fecha de la aceptación de la Declaración Aduanera original de la importación de las mercancías a reponer.

4.3 Zona Franca:

Es un régimen que libera de impuestos a las mercancías que ingresan a espacios autorizados y delimitados en el país, los cuales están basados en el principio de extraterritorialidad. Las mercancías nacionales o nacionalizadas que ingresan a

La Zona Franca también es un territorio delimitado de un país donde se goza de algunos beneficios tributarios, como la exención del pago de derechos de importación de mercancías, de algunos impuestos o la regulación de estos.

Zona Franca, deberán cumplir con requisitos y formalidades como si fueran destinadas al exterior. Así mismo, la salida de mercancías de dichas Zonas será considerada como importaciones, debiendo cumplir con todas sus formalidades aduaneras.

4.3.1 Las Zonas Francas son:

- a) **Comerciales:** En estas Zonas Francas las mercancías admitidas permanecen sin transformación alguna, en espera de su destino posterior.
- b) **Industriales:** Las mercaderías que se admiten en las Zonas Francas Industriales deben someterse a operaciones autorizadas de transformación y perfeccionamiento en espera de su destino posterior.

Las operaciones bajo este régimen especial están reguladas por la Ley de Zonas Francas y su Reglamento

Hay algunas zonas francas industriales como por ejemplo:

- ✓ **Zona franca industrial de bienes y servicios:** tiene por objeto principal promover y desarrollar el proceso de industrialización de bienes y de prestación de servicios, destinados a mercados externos y de manera subsidiaria al mercado nacional.
- ✓ **Zona franca industrial de servicios turísticos:** su objetivo primordial es promover la prestación de servicios de la actividad turística y alojamiento, agencias de viajes, restaurantes, servicios de transporte; destinados al turismo receptivo y de manera subsidiaria al nacional.
- ✓ **Zona franca industrial de servicios tecnológicos:** debe promover y desarrollar como mínimo diez empresas de base tecnológica, cuya producción se destine al mercado internacional y de manera subsidiaria al nacional.

Régimen de Maquila - (Régimen 74)

Es el régimen que suspende temporalmente el pago de impuestos y permite el ingreso de mercancías por un plazo determinado, para que luego de un proceso de transformación éstas sean reexportadas.

Las operaciones bajo este régimen especial están reguladas por la Ley de Maquila y su Reglamento.

Régimen De Ferias Internacionales - (Régimen 24)

Este régimen es suspensivo de tributos y permite el ingreso de mercancías de permitida importación no consideradas en cantidades comerciales y que estén destinadas a exhibición por un tiempo determinado para degustación, promoción y decoración en recintos, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley Orgánica de Aduanas y su Reglamento General.

El plazo de permanencia de las mercancías será de la duración del evento, más 15 días, luego de haber finalizado el mismo.

Este régimen es suspensivo de tributos y permite el ingreso de mercancías de permitida importación (no consideradas en cantidades comerciales) y que estén destinadas a exhibición por un tiempo determinado para degustación, promoción y decoración en recintos, previo cumplimiento de los requisitos establecidos en la Ley Orgánica de Aduanas y su Reglamento General.

CONCLUSIÓN:

- ✓ En este capítulo hago referencia a los Regímenes Aduaneros que son un conjunto de operaciones orientadas a darle un destino aduanero a la mercancía. Estos Regímenes pueden ser Comunes, Particulares o de Excepción y Especiales.
- ✓ Los regímenes comunes sirven para importar o exportar un producto el mismo que luego de haber cumplido con las formalidades del proceso de importación pueden ser consumidas en el lugar de destino.
- ✓ En el caso de Expomotos importaremos bajo el Régimen Común de Importación a consumo Régimen 10.
- ✓ Este régimen es aquel por el cual las mercancías provenientes de otros países son nacionalizadas y puestas para la libre comercialización.
- ✓ Tiene una gran importancia saber bajo qué régimen Aduanero se va a proceder a importar, debido a que existen varios regímenes y cada uno de ellos sirve para la importación de diferentes mercancías

CAPITULO V

ESTUDIO DE MERCADO

Introducción:

En este capítulo se trata del estudio de mercado, analizare detenidamente a que mercado voy adentrarme y para eso utilizare las encuestas; el objetivo de la misma será ver a que personas va dirigido la venta de nuestros productos, y también vamos a poder saber de mejor manera el stock necesario para que el cliente pueda conseguir lo más rápido el repuesto o accesorio que necesita.

También buscaremos analizar el objeto de estudio de este mercado como es el producto, el cliente, tanto la oferta y demanda que vallamos a tener, la oferta porque esta nos ayuda a determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien y servicio, de igual manera la demanda nos ayuda a saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a que precios que es lo que más nos interesa.

Por otro lado en este capítulo describiremos los repuestos y accesorios que vamos a importar con su respectiva marca, realizaremos también el estudio de pre factibilidad ahí conoceremos la cotización, la tabla de valores y ahí ya tendremos lo que es la liquidación aduanera, detallaremos los gastos de importación para dejar en el último capítulo todo lo relacionado a lo financiero.

5.1 Investigación de Mercado

5.1.1 Mercado

El mercado es el lugar en que asisten las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacción de bienes y servicios a un determinado precio.

Comprende todas las personas, hogares, empresas e instituciones que tiene necesidades a ser satisfechas con los productos de los ofertantes.

Se pueden identificar y definir los mercados en función de los segmentos que los conforman esto es, los grupos específicos compuestos por entes con características homogéneas. El mercado está en todas partes donde quiera que las personas cambien bienes o servicios por dinero.

5.2 Estimación de la población y muestra

En nuestro caso el mercado se dirigirá a la población de los habitantes que poseen motos de la ciudad de Loja la misma que posee de 2.667 motos

Formula:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Desarrollo:

$$n = \frac{2.667}{1 + 2.667(0,05)^2}$$
$$n = \frac{2.667}{8}$$

$$n = 333 \text{ encuestas}$$

n = tamaño de la muestra

N = población universo

e = nivel de confianza (error permitido 0,05)

Objetivo de la Encuesta:

Como podemos ver el objetivo primordial porque se ha realizado la encuesta es para que la empresa se dé cuenta en que mercado vamos a trabajar mejor y a quienes va ir dirigido en específico la venta tanto de motos como de repuestos y accesorios, esta encuesta nos ayuda a ver qué edad es la que más frecuenta las personas para la compra de las motos, también el nivel de ingresos y cuanto pagarían por moto por los repuestos y en qué tiempo harían su mantenimiento esto nos ayuda a tener el stock necesario para que el cliente pueda conseguir su repuesto lo más rápido posible.

También esta encuesta nos ayuda a saber que marcas son las que más utilizan y agradan al consumidor tanto para motos como para los diferentes modelos de accesorios que tendremos, en cuanto a los repuestos nos ayudara a saber si la gente en verdad compra un repuesto si gasta por el mismo o si prefiere un repuesto usado.

Y por último también podremos saber si la compra de la moto es por diversión o por necesidad, buscaremos que el cliente sepa también que ahora en nuestra ciudad el trafico cada vez es más intenso y que más que un lujo es en verdad una necesidad tener una moto para que su traslado por la ciudad sea mucho más rápido y seguro.

ENCUESTA

1. Sexo

Masculino ()

Femenino ()

2. ¿Qué edad tiene?

Entre 18 – 25 ()

26 – 30 ()

31 – 35 ()

36 – 40 ()

41 – 45 ()

46 – 50 ()

3. ¿Indique su nivel de ingresos?

De 200 a 300 ()

301 a 400 ()

401 a 500 ()

501 a 600 ()

601 a 700 ()

701 a 800 ()

801 a 1000 ()

Más de 1000 ()

4. ¿Posee moto?

Si ()

No ()

5. ¿Con qué frecuencia compra repuestos para su moto?

Cada 6 meses ()

Cada 12 meses ()

Cada año ()

6. ¿Cuánto gasta en mantenimiento de su moto?

Entre 30 a 50 dólares ()

51 a 80 dólares ()

81 a 100 dólares ()

Más de 100 dólares ()

7. ¿Qué marca de accesorios utiliza para su moto?

Alpinestar ()

Fox ()

Acerbis ()

8. ¿Qué tipo de repuestos utiliza?

Nuevos ()

de segunda ()

9. ¿Posee moto por diversión o necesidad?

Diversión ()

Necesidad ()

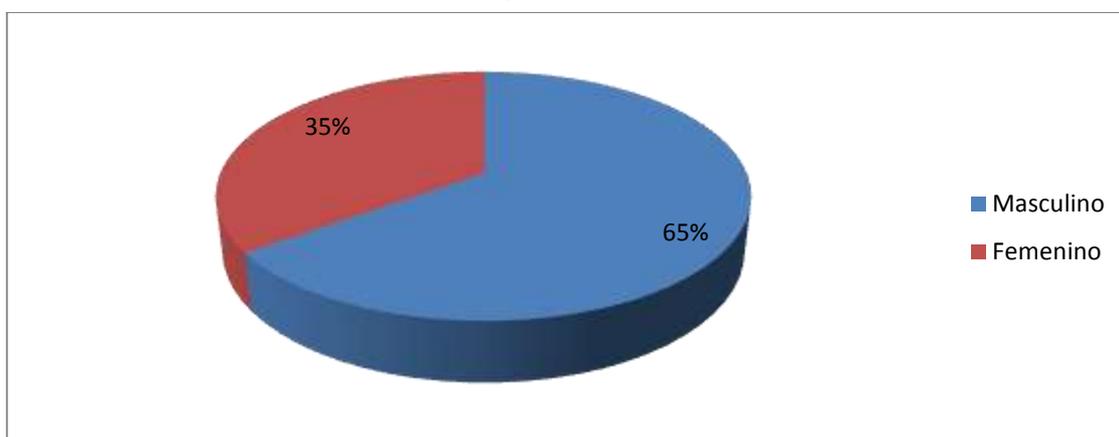
1.3 Análisis de los datos obtenidos:

1. Sexo:

Cuadro # 1

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	259	65%
Femenino	140	35%
Total	399	100%

Gráfico # 1



Fuente: Aplicación de Encuestas 2012

Elaborado: Mauricio Álvarez

ANÁLISIS:

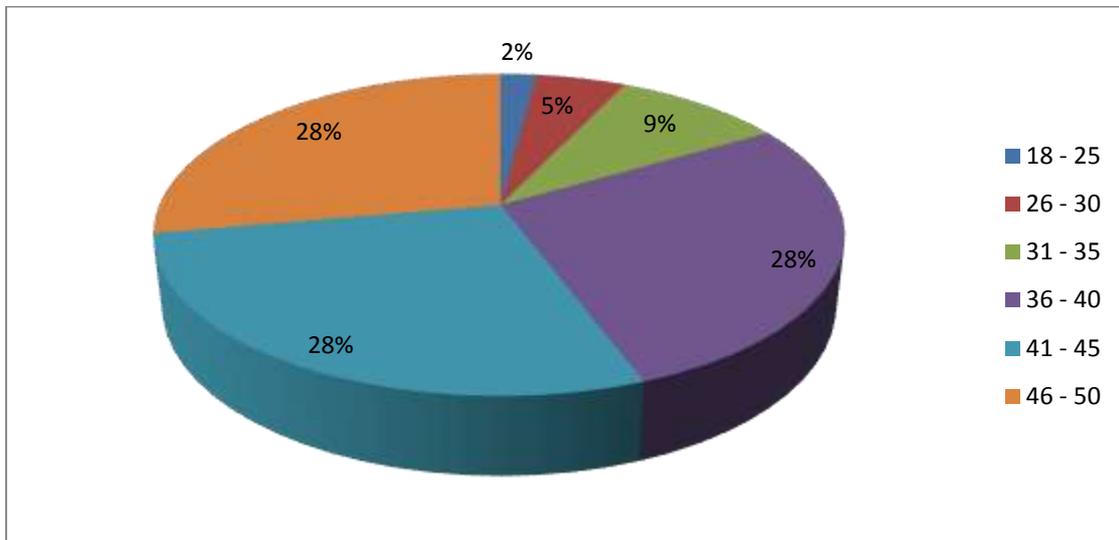
De las 399 encuestas aplicadas el sexo masculino representa un 65% mientras que el sexo femenino representa el 35% del total de la muestra.

2.- ¿Qué edad tiene?

Cuadro # 2

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 - 25	8	2%
26 - 30	20	5%
31 - 35	38	9%
36 - 40	111	28%
41 - 45	111	28%
46 - 50	111	28%
TOTAL	399	100%

Gráfico # 2



Fuente: Aplicación de Encuestas 2012
Elaborado: Mauricio Álvarez

ANÁLISIS:

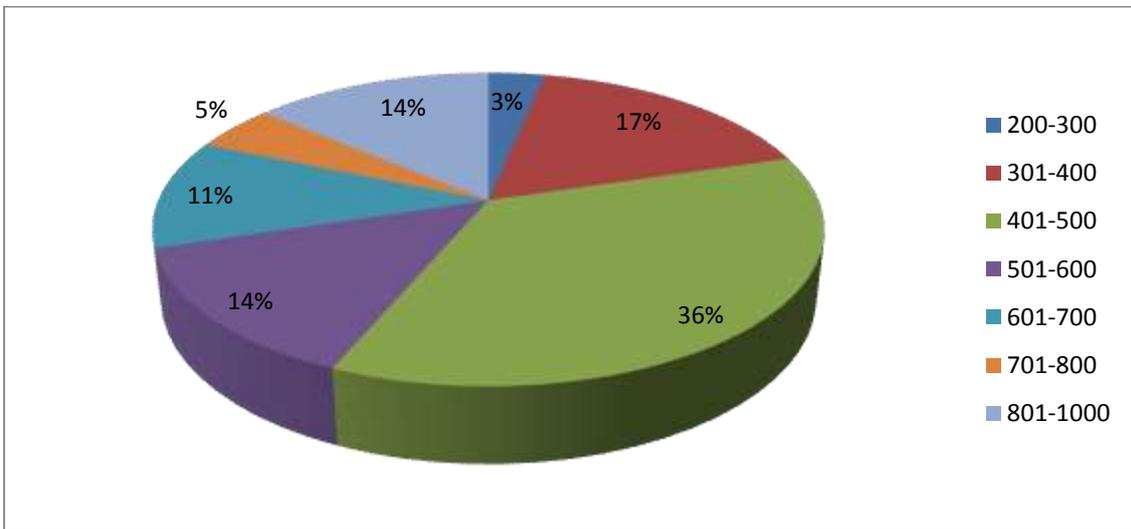
De las 399 encuestas aplicadas el 2% del total de la muestra tiene una edad que oscila entre 18 y 25 años, el 5% entre 26 y 30 años, el 9% entre 31 y 35 años, el 28% entre 36 y 40 años, el 28% entre 41 y 45 años, el 28% restante entre 46 y 50 años de edad.

3.- ¿Indique su nivel de ingresos?

Cuadro # 3

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
200-300	13	3%
301-400	68	17%
401-500	144	36%
501-600	55	14%
601-700	45	11%
701-800	19	5%
801-1000	55	14%
total	399	100%

Gráfico # 3



Fuente: Aplicación de Encuestas 2013

Elaborado: Mauricio Álvarez

ANÁLISIS:

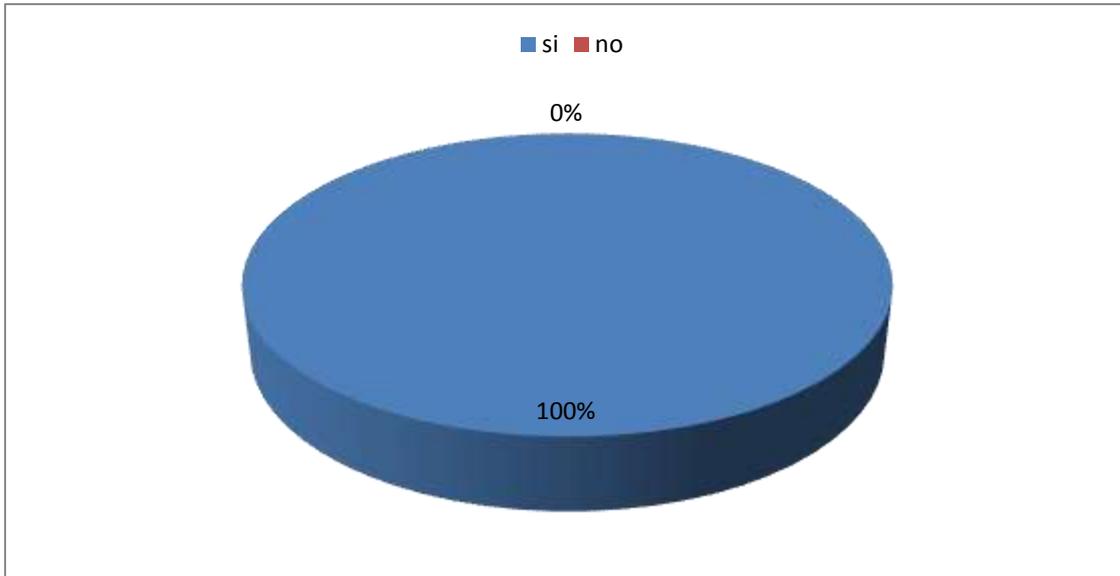
De las 399 encuestas aplicadas el 3% del total de la muestra percibe un salario que varía entre 200 y 300 dólares, el 17% percibe un salario que varía entre 301 y 400 dólares, el 36% percibe un salario que varía entre 401 y 500 dólares, el 14% percibe un salario que varía entre 501 y 600 dólares, el 11% percibe un salario que varía entre 601 y 700 dólares, el 5% percibe un salario que varía entre 701 y 800 dólares, el 14% percibe un salario que varía entre 801 y 1000 dólares,

4.- ¿Posee moto?

Cuadro # 4

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	399	100%
no	0	0%
Total	399	100%

Gráfico # 4



Fuente: Aplicación de Encuestas 2013

Elaborado: Mauricio Álvarez

ANÁLISIS:

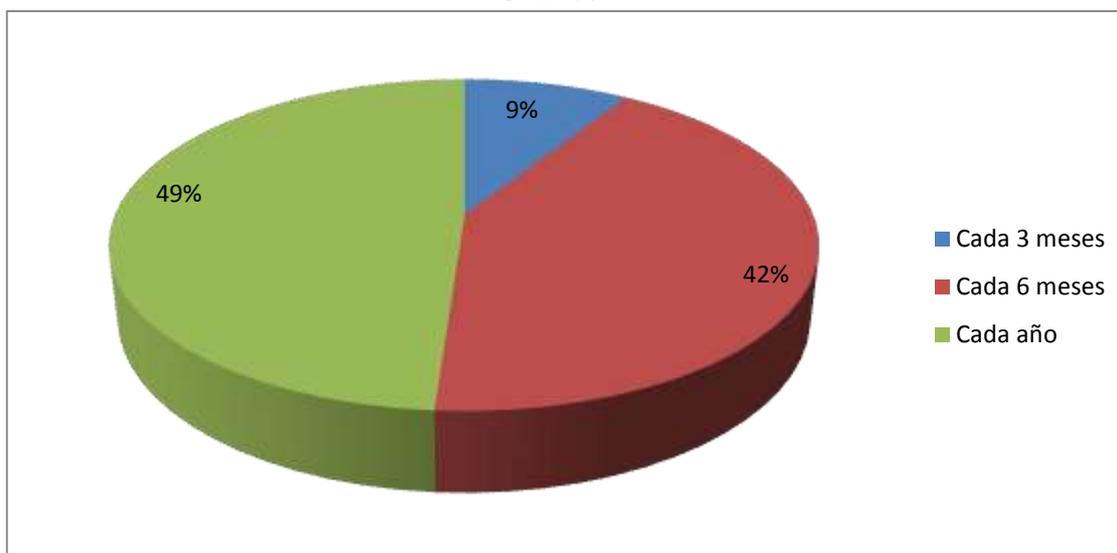
De las 399 encuestas aplicadas el 100% del total de encuestados poseen moto.

5.- ¿Con qué frecuencia compra repuestos para su moto?

Cuadro # 5

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Cada 3 meses	36	9%
Cada 6 meses	168	42%
Cada año	195	49%
Total	399	100%

Gráfico # 5



Fuente: Aplicación de Encuestas 2013

Elaboración: Mauricio Álvarez

ANÁLISIS:

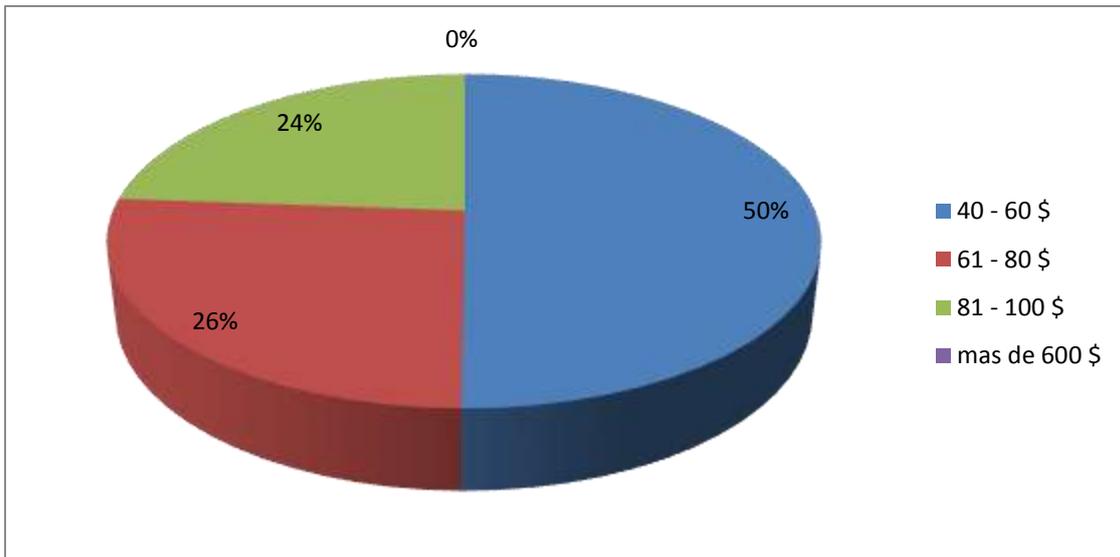
De las 399 encuestas aplicadas tenemos que el 9% del total de la muestra adquieren repuestos para su moto cada 3 meses, el 42% cada 6 meses y el 49% cada año.

6.- ¿Cuánto gasta en mantenimiento de su moto?

Cuadro # 6

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
40 - 60 \$	200	50%
61 - 80 \$	104	26%
81 - 100 \$	95	24%
más de 600 \$	0	0%
Total	399	100%

Gráfico # 6



Fuente: Aplicación de Encuestas 2013

Elaboración: Mauricio Álvarez

ANÁLISIS:

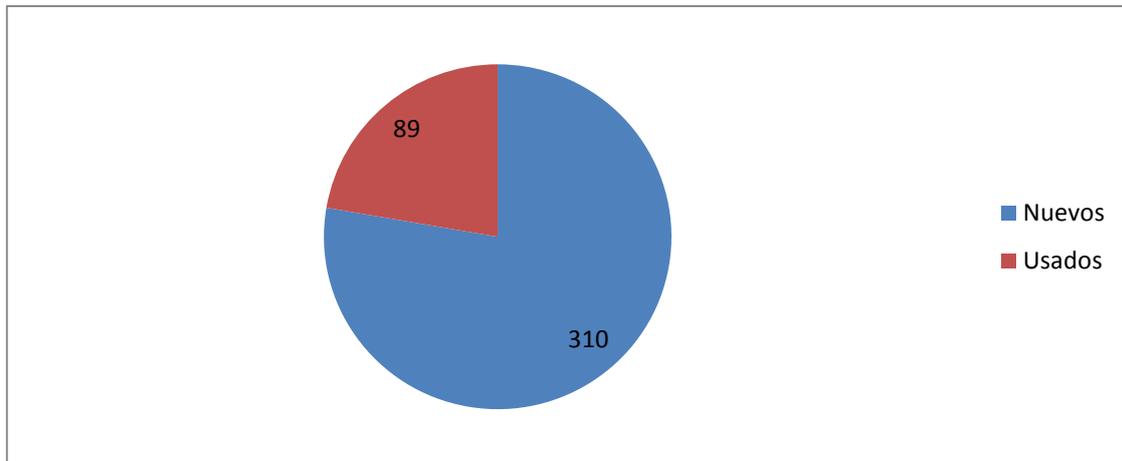
De las 399 encuestas aplicadas vemos que el 50% del total de la muestra gasta de 30 a 50 dólares en mantenimiento de su moto, el 26% gasta de 51 a 80 dólares y el 24% restante gasta de 81 a 100 dólares.

7.- ¿Qué tipo de repuestos utiliza?

Cuadro # 7

DETALLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nuevos	310	78%
Usados	89	22%
Total	399	100%

Gráfico # 7



Fuente: Aplicación de Encuestas 2013

Elaboración: Mauricio Álvarez

ANÁLISIS:

De las 399 encuestas aplicadas vemos que el 78% del total de la muestra utiliza repuestos nuevos, y el 22% restante utiliza repuestos usados lo que nos indica que existe una gran demanda del producto en el mercado automotriz local.

Perfil de mi posible Cliente:

El posible cliente con el que yo trabajara para la mayor venta de motos repuestos y demás cosas claramente son a personas de sexo masculino para la compra de repuestos la edad de personas serian 36 a 50 años porque son personas de mayor ingresos económicos, al mercado que me dirigiría es claramente a las personas de clase media para arriba que puedan tener ingresos de \$300 a \$500 dólares para arriba, y sabiendo que cada 6 meses o año el cliente podrá hacer su mantenimiento normal de su moto.

5.4 Objeto de Estudio

El objetivo de un Estudio de Mercado se emplaza a analizar en el mercado la oferta y la demanda de un bien o servicio.

Este estudio sirve para tener una idea del mercado al que se orienta nuestro negocio, como es la cantidad de clientes que van adquirir el producto, dentro de un espacio

definido y durante un plazo determinado, y el precio al que están dispuestos a pagar los clientes.

De igual manera este estudio nos sirve para saber los gustos, preferencias, y características de los productos que los clientes necesitan.

Nos ayuda a conocer quiénes son nuestros consumidores potenciales, nuestro mercado meta, sus gustos y preferencias; de modo que como empresa nos enfocaremos a ofrecer un producto que brinde satisfacción completa a nuestros clientes.

El objetivo del mercado está orientado a obtener y analizar la información relacionada con la industria de motos especialmente con la comercialización de motos y accesorios para motos la mismas que nos permita establecer estrategias que nos ayuden a liderar el mercado motorizado de la ciudad de Loja.

5.4.1 Producto

El producto es aquello que comprará nuestro cliente, es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización.

Además el producto es un conjunto de beneficios que los consumidores perciben cuando compran, por ello se ha credo conveniente ofrecer al mercado Lojano una variedad de productos directamente importados que les permita obtener el mayor beneficio de ellos.

5.4.2 Cliente

Hacemos referencia al cliente cuando hablamos de la persona que accede a un producto o servicio a partir de un pago de forma voluntaria productos o servicios que necesita o desea para sí mismo, para otra persona o para una empresa u organización; por lo cual, es el motivo principal por el que se crean, producen, fabrican y comercializan productos y servicios.

5.4.3 Oferta y Demanda

La Oferta es aquella cantidad de bienes o servicios que los productores están dispuestos a vender. Además es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

El propósito que se persigue mediante el análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y las condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

La oferta al igual que la demanda está en función de una serie de factores como: los precios en el mercado del producto, los apoyos del gobierno a la producción.

La demanda es una de las dos fuerzas que está presente en el mercado y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

Conocer la demanda es uno de los requisitos de un Estudio de Mercado pues se debe saber cuántos compradores están dispuestos a adquirir los bienes y servicios y a que precios.

Dentro de los productos que ofrece Expomotos tenemos:

Imagen 1: Repuestos Expomotos

Accesorios:



Filtro de Aceite FLY para Cross y Enduro
\$2.30



Tubo de Escape EVR para scooters de 4 tiempos

\$23.52



Llantas Maxxis para motos de todas las medidas 275x18 350x16 300x18

\$80



Cables BICEPOINT para frenos y velocímetros de moto

\$20



Aceites Akron Multigrado para 4 tiempos Enduro y Paseo

\$6



**Guardafangos delanteros y traseros
termos plasticos**

\$11.85



**Tacómetros para motos de paseo y
enduro**

\$11.48



**Frenos de disco y tambor de todas las
dimensiones**

\$19.02



Líquido de frenos Repsol YPF tipo 3

\$12

Imagen 2: Accesorios Expomotos

Accesorios:



Stickers para moto de todas las marcas
\$5



Guantes para moto
\$10



Cascos para Enduro Akron
\$41.26



Rodilleras FOX para enduro
\$ 150



Botas para motos Alpinestars para Enduro
\$ 280



Pecheras para motos Alpinestar para Enduro
\$ 160



Gafas Scott Hustle para motos
\$ 45



Gorras Fox
\$ 30



Trajes para motos Kawasaki

\$ 110

Análisis:

Como podemos ver en los gráficos estos son algunos de los repuestos que más venderemos, ya que son los más necesarios para poder cubrir la garantía la moto y para que esta pueda tener una mayor duración, la variedad de llantas y modelos de escapes harán que la vitrina de nuestra empresa sea mucho más comerciable, además tendremos un sinnúmero de accesorios de las mejores marcas y modelos, esto hará que la gente visualice una mayor variedad y a los mejores precios es por esto que hemos tratado de ampliar la empresa para que cliente se sienta más convencido de poder comprar una moto, ya que ahí mismo va poder encontrar el repuesto que necesite.

Tabla 15: Repuestos a Importar

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	MARCA	PRECIO UNIT.	TOTAL
124	FILTOS DE ACEITE	FLY	1,55	192,20
75	TUBOS DE ESCAPE	EVR	11,76	882,00
18	ESTRIBERAS	MOUNTS	26,98	485,64
40	LLANTAS	MAXXIS	40,00	2.000,00
30	LLANTAS DE ENDURO	FULLBORE	31,81	954,32
100	CABLES	BICEPOINT	10,00	1.000,00
80	ACEITES	AKRON	3,00	300,00
80	ACEITES	MOVIL	2,80	224,00
90	ACEITES	CASTROL	3,00	270,00
60	GUARDAFANGOS DEL.	SUKIDA	5,92	355,20
60	GUARDAFANGOS TRA.	SUKIDA	4,92	295,20
30	TACOMETROS	MOVIL	5,74	172,20
40	CADENAS 428X 128	RKV NEGRA	44,20	1.768,00
50	KIT DE HERRAMIENTAS	STANLEY	12,80	640,00
50	FRENOS DE DISCO	BREMBO	9,51	475,50
40	FRENOS DE TAMBOR	BREMBO	7,55	57,00
70	LIQUIDO DE FRENOS	TIPO 3	6,00	420,00
60	LIQUIDO DE FRENOS	TIPO 1	5,00	300,00
6	ASIENTOS CON PANEL	ESPIRIT	241,34	1.448,04
20	DISCOS DE EMBRAGUE	TORKO	6,80	136,00
30	CASCOS DE ENDURO	AXO	20,63	618,90
10	CASCOS DE ENDURO	FOX	90,00	900,00
55	CASCOS NORMALES	HJC	12,50	687,50
35	GUANTES LARGOS	SUOMY	5,00	175,00
45	GUANTES CORTOS	SUOMY	4,00	180,00
20	GUANTES	FOX	19,80	396,00
6	RODILLERAS	ALPINESTAR	75,00	450,00
6	BOTAS	ALPINESTAR	140,00	840,00
4	PECHERAS	ALPINESTAR	80,00	320,00
8	GAFAS	SCOTT HUSTLE	22,50	180,00
5	GORRAS	FOX	15,00	75,00
7	GORRAS	ALPINESTAR	13,50	94,50
9	TRAJES	KAWASAKI	55,00	495,00
			TOTAL	17.787,20

.5 Estudio de Pre factibilidad:

Tabla 16: Cotización

FECHA	12 DE JULIO DEL 2012
CLIENTE	EXPOMOTOS
CIUDAD	LOJA
TELEFONO	2576875
PRODUCTO	MOTOS Y ACCESORIOS
UNIDADES	300
PARTIDA	4011204800

Fuente: Aduana

Elaborado: Mauricio Álvarez

Tabla 17: Valores

FOB TOTAL (declarado)	15000.00
FLETE TOTAL	350.00
SEGURO 1% ECUADOR	150.00
CIF TOTAL	15500.00

Fuente: Aduana

Elaborado: Mauricio Álvarez

5.6 Liquidación Aduanera:

La liquidación aduanera es una operación que se la realiza para obtener el cálculo definitivo de la cuota tributaria que el sujeto debe pagar como resultado de la aplicación de un impuesto o gravamen.

Tabla 18: Liquidación Aduanera

0% ARANCEL ADVALOREM DEL CIF	0,00
0,1% FODINFA DEL CIF	15,50
12% IVA	1860,00
ICE	0,00
SUB-TOTAL	1875,50
CORPEI DEL FOB (mínimo \$5)	5,00
MULTAS	0,00
TOTAL DE PAGO EN LA ADUANA	1880,50

Fuente: Aduana

Elaborado: Mauricio Álvarez

El motivo por el cual Expomotos ha tomado la decisión de importar directamente desde la república de Chile se debe a que las motos y sus accesorios los encontramos a un precio cómodo y la cantidad se debe a la inversión inicial como importador debido a que es la primera importación directa que va a realizar.

Tabla 19: Detalle del Total de Gastos de la Importación

LIQUIDACIÓN DE ADUANA APROXIMADAMENTE	1880,50
TRANSPORTE	350,00
SEGURO	150,00
VERIFICACIÓN COMERCIAL	130,00
DESCONSOLIDACIÓN	0,00
BODEGAJE	0,00
APERTURA DE D.U.I.	0,00
APERTURA D.A.U.	12,50
APERTURA D.A.V.	12,50
Estibada, montacarga o cuadrilla (aproximado)	50,00
Seguridad	0,00
Gastos del Agente Fredy Torres	201,70
TOTAL DE GASTOS DE LA IMPORTACIÓN APROXIMADO	2787,20

Fuente: Aduana

Elaborado: Mauricio Álvarez

El coste total de la importación sería de \$ 18.287,20 ya que sumamos el valor FOB declarado más los gastos de importación.

CONCLUSIÓN:

ANÁLISIS DE LA OFERTA Y DEMANDA

La oferta nos muestra las distintas cantidades de bienes que Expomotos ofrece al mercado a los distintos precios alternativos.

Todos estos productos que Expomotos ofrece durante todos estos años de vida en el mercado se han posicionado siendo competentes los unos a otros ya sea por precios, por los servicios

En cuanto a la demanda esta se refiere a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

La demanda está en función de una serie de factores entre ellos: la necesidad que se tiene del bien, su precio, los ingresos, entre otros.

Para hablar de la demanda he utilizado una recolección de datos a través de entrevistas dirigidas a propietarios de negocios de motos y repuestos de las mismas, de lo cual deducimos que el 80% de la población adquieren repuestos y accesorios para motos, con esta información se determina el nivel de aceptación que tienen estos en el mercado lojano.

CAPÍTULO VI: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA EMPRESA EXPOMOTOS

Introducción:

En este último capítulo me enfocare en lo que es plan de negocios para la empresa de Expomotos o mejor dicho la financiación de la empresa, lo primero que analizaremos es el estudio de factibilidad; esto nos ayudara a establecer la rentabilidad de la inversión del proyecto que es el primer paso que vamos a revisar es la inversión de los activos fijos que tenemos, las instalaciones del mismo, lo que los activos diferidos, y el capital de operación; ahí también nos adentramos a ver el financiamiento que va a tener la empresa.

Por otro lado en este capítulo analizaremos cual va a hacer el precio de venta al público, para eso vamos a necesitar determinar los gastos tanto administrativos como de ventas, realizaremos un flujo de efectivo para comparar tanto los ingresos como los egresos; y para concluir realizaremos la evaluación del proyecto juntando lo que es VAN , el TIR y lo que es la relación costo con beneficio y vamos a ver que tan beneficioso fue el proyecto realizado y la utilidad que entraría a la empresa en este año de trabajo.

6.1 Estudio de Factibilidad

El desarrollo de todo tipo de estudio de factibilidad tiene por finalidad establecer la rentabilidad de la inversión de un proyecto. En este caso vamos a trabajar en torno a los siguientes elementos:

1. Identificar una estrategia de financiación.- Esta se basa en el conocimiento del proyecto y sus necesidades de recursos, esta debe conjugar todas las fortalezas potenciales de negociación y mitigar el efecto de las debilidades detectadas con el fin de lograr una negociación equilibrada en la cual salgan ganando ambas partes.
2. Planificación Financiera.- Esta tiene sentido cuando el estudio de pre inversión se ha desarrollado a nivel de factibilidad y se tienen evidencias de que el proyecto se ejecutará.
3. Plan Financiero.- Se precisa una serie de agentes que aporten dinero asuman riesgos y se beneficien de los resultados.

6.2. Inversión y financiamiento del proyecto

6.2.1 Inversión

La inversión abarca todo un conjunto de recursos financieros que se emplean en la compra de todos los elementos para la instalación montaje y funcionamiento de la empresa que realizara la importación de repuestos desde Chile.

La inversión engloba el activo circulante que se utiliza en el periodo de funcionamiento del proyecto, también el activo fijo y otros activos utilizados en la implementación del proyecto.

En contrapeso a ello se encuentra la disminución de capital, así mismo el crecimiento de pasivos a corto y largo plazo.

En definitiva los activos de la empresa se encuentran ordenados de la siguiente manera:
Activos Fijos.- Son todos los bienes que la empresa posee para realizar su función. De acuerdo al interés del proyecto esta empresa se encuentra conformado por: instalaciones, equipos, vehículos, muebles de oficina.

Instalaciones: Se realizará la adecuación de las oficinas de gerencia, secretaria, contabilidad, sanitario y bodega por un valor de \$ 2000.

Presupuesto de equipos y muebles de oficina: se desea adquirir 2 equipos de oficina, para adecuar las oficinas establecidas esto con un valor de \$ 1800.

Activos Diferidos.- Los bienes que conforman este grupo son identificados con los costos de producción, son gastos que la empresa realiza antes que empiece el periodo de producción, es decir cuando aún no empieza su funcionamiento y por los mismo no cuenta con los correspondientes ingresos de contrapartida, sino que son amortizados en cuotas fijas de acuerdo a los intereses financieros de la empresa, entre ellos tenemos:

Tabla 20: Inversión

Investigación Previa	400.00
Patentes	110.00
Gastos organizativos	100.00
Estudio de factibilidad	130.00
Permisos y licencias	230.00
Escrituras	450.00
Capacitación de personal	700.00
Total	2120.00

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Capital de Operación.- es la disponibilidad de efectivo que la empresa requiere para poner en funcionamiento todos los activos en el primer año de producción.

6.2.2 Financiamiento:

En un proyecto es indispensable la asignación de recursos económicos propios o ajenos, con el único fin de obtener los bienes o servicios previstos en el mismo. Los recursos que posee el inversionista y los recursos de terceros son las fuentes primordiales que financian el proyecto, siguiendo los pasos que mencionaremos a continuación:

1. Obtención del capital necesario para realizar el proyecto.
2. Obtención de bienes y servicios necesarios para la ejecución del proyecto (local, adecuación del mismo).
3. Luego viene el proceso de obtención del producto, stock de productos.
4. Estos productos son comercializados vendidos y la empresa recupera su inversión mediante las ventas.

Tabla 21: Inversión de Importación

Activos fijos	
DETALLE	VALOR
Importación de repuestos	17.787,20
Equipos de Computación	2.000,00
Muebles de oficina	1.200,00
TOTAL	35.987,27

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Activos diferidos	
DETALLE	VALOR
Investigación Previa	400,00
Patentes	110,00
Gastos organizativos	100,00
Estudio de Factibilidad	130,00
Permisos y licencias	230,00
Capacitación al personal	700,00
TOTAL	1.670,00

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Capital de Trabajo	
DETALLE	VALOR
Gastos administrativos	87,12
Gastos de Ventas	1096,66
Gastos de Importaciones	1482,26
Útiles de oficina	100,00
Útiles de aseo	80,00
Instalaciones del espacio	200,00
TOTAL	3.046,04

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Tabla 22: Resumen de la Inversión

ACTIVOS FIJOS	
DETALLE	VALOR
Importación de repuestos y accesorios	17.787,20
Equipos de Computación	2.000,00
Muebles de oficina	1.200,00
Vehículos	15.000,00
TOTAL	35.987,27
ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR
Investigación Previa	400,00
Patentes	110,00
Gastos organizativos	100,00
Estudio de Factibilidad	130,00
Permisos y licencias	230,00

Capacitación al personal	700,00
TOTAL	1.670,00
CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
Gastos administrativos	87,12
Gastos de Ventas	1096,66
Gastos de Importaciones	1482,26
Útiles de oficina	100,00
Útiles de aseo	80,00
Instalaciones del espacio	200,00
TOTAL	3.046,04

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

6.3 Análisis de la demanda

6.3.1 Demanda Potencial

Es la máxima demanda posible que se podría dar para uno o varios productos en un mercado determinado. Su objetivo es ayudar a pronosticar o determinar cuál será la demanda o nivel de ventas del negocio.

Tabla 23: Demanda Potencial

DEMANDA POTENCIAL	
Población Total	448.966
Porcentaje de personas adquirentes	100%
TOTAL DE DEMANDA POTENCIAL	214.855

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

6.3.2 Demanda Real o Actual

La demanda actual o real es aquella que se la puede predecir en base a cualquier método, sin embargo su grado de importancia es relativamente bajo, porque los cambios en el mercado son frecuentes.

Tabla 24: Demanda Real Actual

DEMANDA REAL O ACTUAL	
Demanda Potencial	214.855
Porcentaje de personas adquirentes	100%
TOTAL DE DEMANDA REAL O ACTUAL	214.855

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

6.3.3 Demanda Efectiva

Es la demanda real es decir la cantidad que realmente compran las personas de un producto o servicio, cuando este ya se encuentra circulando en el mercado.

Tabla 25: Demanda Efectiva

DEMANDA EFECTIVA	
Población Total	214.855
Porcentaje de personas adquirentes	1.3%
TOTAL DE DEMANDA EFECTIVA	2667

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Tabla 26: Proyección de la Demanda

AÑOS	POBLAC. . TOTAL	DEMANDA POTENCIAL	DEMANDA REAL	DEMANDA EFECTIVA	CONSUMO PROMEDI O ANUAL	DEMANDA PROYECTADA
2008	10.800	10.800	10.800	1.944	27	52.488
2009	12.831	12.831	12.831	2.309	27	63.343
2010	16.617	16.617	16.617	2.991	27	80.757
2011	23.430	23.430	23.430	4.217	27	113.859
2012	448.966	214.855	214.855	2667	27	72.009

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Tabla 27: Determinación de Ingresos

DEMANDA PROYECTADA	P.V.P.	INGRESOS
52.488	65,00	3'411.720
63.343	70,20	4'446.678,60
80.757	73,00	5'895.261
113.859	76,00	8'658.976,95
174.204	79,00	13'814.377,20

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO

$$P.V.P.= CP + (1 + h)$$

$$= 50 (1 + 0,25\%)$$

$$= \$ 65,00$$

Tabla 28: Determinación de gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo Gerente	600,00	7200,00
Sueldo contadora	300,00	3600,00
Servicio telefónico	30,00	360,00
Internet	40,00	480,00
Luz	25,00	300,00
Agua	20,00	240,00
Subtotal de gastos administrativos	1015,00	12180,00
Imprevistos	30,45	365,40
Total de gastos Administrativos	1045,45	12545,40

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

GASTOS DE VENTAS				
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V.PARCIAL	V. MENSUAL	TOTAL ANUAL
2	Vendedores junior	300,00	600,00	7.200,00
2	Viáticos	40,00	80,00	960,00
2	Comisiones	30,00	60,00	720,00
4	Auspicios	80,00	80,00	320,00
Total		450,00	820,00	9200,00

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Tabla 29: Depreciación

DEPRECIACIÓN			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO	V. TOTAL
2	Computadores	800,00	1600,00
2	Impresoras	50,00	100,00
1	Copiadora	300,00	300,00
		SUBTOTAL	2000,00
		IVA 12%	240,00
		TOTAL	2240,00

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

DEPRECIACIÓN	
Valor Activo	2240,00
Años de vida útil	3
Porcentaje de depreciación	33%

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

AÑOS	VALOR ACTIVO	VALOR RESIDUAL	Depreciación ANUAL	VALOR EN LIBROS
0	2240,00	739,20		1500,80
1	1500,80		500,27	1000,53
2	1000,53		500,27	500,26
3	500,27		500,27	

Fuente: Expomotos

Elaborado: Mauricio Álvarez

Tabla 30: Flujo de Efectivo

CONCEPTO	AÑOS					
	0	1	2	3	4	5
Ingresos ventas		101.088	120.100	155.537	219.553	337.680
- Gastos de importación		17.787,20	35.312,59	39.825,07	46.595,33	56.846,30
- Gastos de ventas		13.160,00	14.258,50	16.080,55	18.814,24	29.953,37
- Gastos Administración		1045,45	1129,09	1264,68	1479,56	1805,06
- Depreciaciones		500,27	500,27	500,27		
- Amortización de gastos Pre operativos		140	140	140	140	140
Flujo efectivo antes trabajadores		68.455,08	68.759,55	97.726,43	152.523,87	248.935,27
- 15% de beneficio a trabajadores		10.268,26	10.313,93	14.658,96	22.878,58	37.340,29
flujo d efectivo antes de impuesto a la renta		58.186,82	58.445,62	83.067,47	129.645,29	211.594,98
- 25% impuesto a la renta		14.546,71	14.611,41	20.766,87	32.411,32	52.898,75
flujo después de impuestos		43.640,11	43.834,21	62.300,60	97.233,97	158.696,23
Readición de depreciación y amortización		640,27	640,27	640,27	140	140
Inversión						
Activo fijo	-35.987,27					
Gastos pre operativos	-1.670,00					
Capital de trabajo	-3.046,04					
Recuperación del capital de trabajo						3.046,04
FLUO EFECTIVO NETO	-40.703,31	42.999,84	43.193,94	61.660,33	97.093,97	161.882,27

TIR 122,17% **122,17%**

Costo de oportunidad 13%

VAN \$ 221.323,30 **221.323,30**

Relación Beneficio Costo = VP(Flujos Negativos)/VP(Flujos Positivos)
 Costo de oportunidad 13%

PERIODO	FEN	VA
0	-40.703,31	\$ 40.703,31
1	42.999,84	(\$ 38.052,96)
2	43.193,94	(\$ 33.827,19)
3	61.660,33	(\$ 42.733,70)
4	97.093,97	(\$ 59.549,55)
5	161.882,27	(\$ 87.863,21)

IBC \$ 6,44 Nota: En el numerador sumamos los flujos negativos para los flujos positivos. \$ 6,44

PERIODO DE RECUPERACIÓN DEL CAPITAL

PRC =(Flujo Caja - Inversión Inicial)/ Flujo Caja (último año)

Cuadro Nro. 27

FLUJO NETO	
0	\$ 40.703,31
1	\$ 42.999,84
2	\$ 43.193,94
3	\$ 61.660,33
4	\$ 97.093,97
5	\$ 161.882,27
TOTAL	\$ 447.533,66

Cuadro Nro. 28

PRC	TOTAL	PERIODO
PRC=2,5131	2,5131	2 AÑOS
PRC=2,5131	2,5131	2 AÑOS
PRC=0,5131*12	6,1572	6 MESES
PRC=0,1572*30	4,716	4 DIAS

6.4. Evaluación del proyecto

6.4.1 Valor Actual Neto

Por Valor Actual Neto se entiende la suma de valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto deducido el valor de la inversión inicial.

Si un proyecto tiene un VAN positivo, quiere decir que el proyecto es rentable.

El VAN es un índice de evaluación que consiste en determinar el valor presente de los flujos de costos e ingresos generados a través de la vida útil del proyecto.

CRITERIO DE DECISIÓN: Realizado el cálculo, el resultado es de 221.323,30 que es mayor a cero, el proyecto es rentable y estará generando mayores beneficios que se producirá a la tasa de 13%, utilizada para la actualización.

6.4.2 La Tasa Interna de Retorno

La TIR representa la rentabilidad media del dinero utilizado en el proyecto durante su vida útil, lo que significa que las utilidades adquiridas se vuelven a invertir, dicho de otra manera representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el funcionamiento de la inversión se tomaran prestados y el préstamo se pagara con las entradas de efectivo de la inversión a medida que se ofrece el servicio.

CRITERIO DE DECISIÓN: Tomando en cuenta que la TIR calculada para el proyecto es de 122,17% con este resultado el proyecto puede ser ejecutado debido al margen de rentabilidad, resulta ser muy atractivo para la inversión.

6.4.3 Relación costo beneficio

En este proyecto la relación costo beneficio es muy factible hablamos de \$ 6,44 lo que significa que por cada llanta vendida se obtiene un costo beneficio de este valor.

6.4.4 Periodo de Recuperación

Según los cálculos realizados el periodo de recuperación de capital se hará en un tiempo de 2 años 6 meses 4 días. Debido a que el proyecto es muy rentable y en corto tiempo se recupera el capital invertido.

CONCLUSIÓN:

En este capítulo se analizó el plan de negocios que la empresa tiene que tener para realizar el trabajo de la mejor manera, también la inversión y financiamiento que la empresa necesita para el nuevo proceso de trabajo y todo el análisis de la demanda que se necesita para cubrir todo el mercado en el que vamos a trabajar y los precios que se van a utilizar para la venta al público que deben ser los mejores para poder posicionarnos en nuestro mercado.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1. Conclusiones:

- En la ciudad de Loja existe una gran demanda de repuestos para motos, por lo que es importante ofrecer al consumidor este producto a un buen precio lo que nos ayudará a posicionarnos en el mercado de forma permanente.
- El mercado automotriz en la ciudad de Loja posee una gran demanda debido al creciente número de consumidores, es por ello que se toma la iniciativa de que Expomotos sea un importador directo.
- Expomotos es una empresa que importará directamente sus productos, esto le permitirá obtener un producto innovador, y con un alto estándar de calidad lo que facilitará que sea comercializado a precios accesibles para que los consumidores puedan adquirirlos con facilidad.
- En cuanto al estudio de mercado realizado podemos señalar que existe un mercado automotriz creciente el cual necesita que un producto como el que ofrece Expomotos esté disponible en el mercado.
- El producto que ofrece Expomotos será de fácil acceso para los clientes debido a que es un producto que será importado directamente lo que permite que sea ofrecido al mercado a un precio cómodo y de fácil adquisición.
- El proyecto es sumamente rentable debido a que como resultado de su costo beneficio obtenemos un valor de \$ 6,44 por cada dólar invertido.
- En cuanto al VAN obtenemos un valor de 221.323,30 lo que representa que el proyecto es factible ya que este valor es superior a 1.
- En lo que respecta a la TIR tenemos el valor de 122,17% lo que demuestra que el proyecto es factible y que su tasa interna de retorno es mayor a uno.

7.2. Recomendaciones:

- Se recomienda la implementación del proceso de importación en Expomotos, la finalidad de brindar al mercado un producto de calidad y con un precio competitivo.
- Implementar nuevas estrategias mediante las cuales Expomotos pueda incrementar las ventas y el número de clientes.
- Es necesario darse a conocer a través de medios publicitarios para que el mercado nos ubique y se promuevan los productos.
- Una vez que Expomotos se establezca como importador directo tiene que formular estrategias para mantenerse en el mercado y cubrir un segmento cada vez más grande.
- Expomotos debe ampliar su lista de clientes visitando a instituciones con las que pueda agrandar su mercado a través de alianzas y convenios con las mismas.
- En cuanto al precio Expomotos debe estar bien informado para que de acuerdo a ello establezca su precio en el producto y que este se encuentre relativo con el de la competencia.
- Se debe realizar publicidad sobre Expomotos a través de vallas, internet, radio, tv, prensa, para que la gente conozca más de Expomotos.
- Se recomienda a Expomotos ejecutar este proyecto de manera inmediata ya que se trata de una gran oportunidad de negocio, con alta rentabilidad y totalmente sostenible.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- ✓ Díaz Mier, Miguel Angel, Ediciones Pirámide, S.A. LIBRO DE LAS TÉCNICAS DEL COMERCIO EXTERIOR
- ✓ Feenstra C.Robert, Alan M. Taylor, Editorial Reverté, S.A. 2011 LIBRO INTERNATIONAL TRADE,
- ✓ Guayasamín Segovia, Fabián LIBRO DE LAS APLICACIONES DE LA LEGISLACIÓN ADUANERA EN EL COMERCIO EXTERIOR ECUATORIANO
- ✓ García Pérez, Gloria Editorial Fundación Confemetal LIBRO DE ECONOMÍA INTERNACIONAL LIBRO DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS DEL COMERCIO INTERNACIONAL
- ✓ Rojas Arturo 2008 LIBRO DEL EMPRENDEDOR, LIBRO DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL ECUADOR,
- ✓ Datos preliminares del Censo Económico Nacional, EC, 2011
- ✓ Editorial de la Cámara Ecuatoriana del libro-Núcleo de Pichincha 2011
- ✓ BCE (BANCO CENTRAL DEL ECUADOR).
<http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000974>
- ✓ INEC (INSTITUTO NACIONAL DE CENSOS Y ESTADISTICAS.)
http://www.inec.gob.ec/estadisticas/?option=com_content&view=article&id=69&TB_iframe=true&height=600&width=1309
- ✓ www.todocomercioexterior.com
- ✓ <http://www.todocomex.com/material.php?mat=4>
- ✓ http://www.aduana.gob.ec/pro/special_regimes.action.
- ✓ SUPERINTENDENCIA DE COMPANIAS, EC. Constitución de compañías

(http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf)

- ✓ CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN, COMERCIO E INVERSIONES, desde el art. 148 hasta art. 172.
- ✓ REGLAMENTO AL TÍTULO DE LA FACILITACIÓN ADUANERA PARA EL COMERCIO, DEL LIBRO V DEL COPCI, desde art. 121 hasta art. 231
- ✓ Encuestas urbanas de empleo y desempleo. EC, 2009
- ✓ Encuestas de condiciones de vida, EC, 2008

ANEXOS

ANEXOS:

Anexo # A: Nota de Pedido

Anexo # B: Documento Único de Importación

Anexo # C: Seguro de Transporte

Anexo # D: Solicitud de Importación

Anexo # E: Certificado de Inspección

Anexo # F: Guía Aérea

Anexo # G: Factura

Anexo # H: Declaración de Aduana

Anexo # J: Fotografías

NOTA DE PEDIDO ANEXO A

NOTA DE PEDIDO/PURCHASE ORDER						DOC. Nº 000	
No. <input style="width: 100px;" type="text"/>						<input style="width: 100px;" type="text"/>	
IMPORTADOR BUYER :	<input style="width: 95%;" type="text"/>	RUC:	<input style="width: 95%;" type="text"/>	TELEF:	<input style="width: 95%;" type="text"/>	FAX:	<input style="width: 95%;" type="text"/>
EXPORTADOR SUPPLIER :	<input style="width: 95%;" type="text"/>	TELEF:	<input style="width: 95%;" type="text"/>	FAX:	<input style="width: 95%;" type="text"/>	<input style="width: 95%;" type="text"/>	<input style="width: 95%;" type="text"/>
PAIS ORIGEN/COUNTRY OF	<input style="width: 95%;" type="text"/>	LUGAR ENTREGA/DELIVERY ADDRESS :	<input style="width: 95%;" type="text"/>				
PTO EMBARQUE/PORT OF SHIPMENT :	<input style="width: 95%;" type="text"/>	NEGOCIACION/NEGOTIATION :	<input style="width: 95%;" type="text"/>				
VIA TRANSPORTE /SHIP	<input style="width: 95%;" type="text"/>	MONEDA/MONEY	<input style="width: 95%;" type="text"/>				
FORMA PAGO/PAYMENT TERMS	<input style="width: 95%;" type="text"/>	No. D U I	<input style="width: 95%;" type="text"/>				

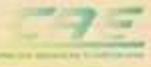
Item	CANTIDAD QUANTITY	DESCRIPCION PRODUCTO/ DESCRIPCION	PESO NETO/ NET WEIGHT (Kg)	PRECIO UNIT UNIT PRICE	PRECIO TOT TOTAL VALUE
TOTALES: <input style="width: 100px;" type="text"/>					

CANTIDAD /QUANTITY <input style="width: 95%;" type="text"/> PESO NETO /NET WEIGHT <input style="width: 95%;" type="text"/> PESO BRUTO /GROSS WEIGHT <input style="width: 95%;" type="text"/> MARCAS / MARKS. <input style="width: 95%; height: 40px;" type="text"/>	* TOTALES *	VALORES EN: VALOR EX-FABRICA / EXW : <input style="width: 95%;" type="text"/> GASTOS : <input style="width: 95%;" type="text"/> VAL. FOB/FOB VALUE : <input style="width: 95%;" type="text"/> FLETE /FREIGHT : <input style="width: 95%;" type="text"/> VALOR C&F / COST & FREIGHT : <input style="width: 95%;" type="text"/> SEGURO /INSURANCE : <input style="width: 95%;" type="text"/> VALOR CIF /TOTAL VALUE CIF : <input style="width: 95%;" type="text"/>
--	--------------------	--

IMPORTADOR/BUYER
FIRMA AUTORIZADA

DOCUMENTO ÚNICO DE IMPORTACIÓN ANEXO B

FORMULARIO CAS-A (SEGURIDAD)



**CORPORACION
ADUANERA
ECUATORIANA**

**DOCUMENTO UNICO DE IMPORTACION
DECLARACION AL BANCO CENTRAL Y VISTO BUENO
DECLARACION ADUANERA**

A

No. _____

A ADUANA / BANCO																	
01	Nº ORDEN	02	ADUANA	CODIGO	03	REGIMEN	04	CIUDAD	05	BANCO	06	OFICINA	07	FECHA PRESENTAC.			
B IMPORTADOR / AGENTE / AUTORIZACIONES / TRANSACCION																	
08	IMPORTADOR O CONSIGNATARIO				09	VISTO BUENO BANCO	10	FECHA	C REGISTRO DE ADUANA								
11	DIRECCION				FIRMA Y CODIGO												
12	TIPO DE DOCUMENTO (C) (E) (T) (R) (P) (A) (S) (P) (O) (R)		SECTOR		FIRMA Y CODIGO			10	Nº DOC.	11	FECHA RECEP.	12	FECHA NUMER.	13	SUBJETO POR:		
14	Nº AUTORIZACION PREVIA		FECHA		15	Nº AUTORIZACION PREVIA	FECHA		16	COMPR.	17	VISTAFOMADOR					
18	CIU CONTRA		DECLARANTE / AGENTE		CODIGO		18	FORMA DE PAGO	CODIGO		19	MONEDA DE TRANSACCION	CODIGO				
D EMBARCADOR / REMITENTE																	
20	NOMBRE DEL REMITENTE				21	PUERTO DE EMBARQUE	CODIGO		22	FECHA FACTURA	23	FECHA CART. CREO.					
24	DIRECCION				25	PAIS DE PROCEDENCIA	CODIGO		26	BENEFICIARIO DE DRO							
E CERTIFICADOS																	
27	Nº CERTIFICADO DE INSPECCION			28	EXON. CERT.	29	Nº CERTIFICADO DE ORIGEN	FECHA EMISION		30	OTROS	31	Nº DESP. PAR.				
F TRANSPORTE																	
32	VIA DE TRANSPORTE	CODIGO		33	FECHA EMBARQUE	34	FECHA LLEGADA	35	T. CARGA	36	BANDERA	37	Nº REGISTRO - AÑO				
38	LINEA DE TRANSPORTE		CODIGO		39	AS. CARGA / TRANSP.	CODIGO		40	Nº NAVEL. AEROSMAT. VE.	41 Nº CONVOCIO AEREA / C. PORTE						
G TRANSITO Y REGIMEN PRECEDENTE																	
42	LINEA TRANSPORTE / TRANSITO			CODIGO		43	NOM. NAVEL. MATRICE. AEROP. TRANS.	CODIGO		44	REGIMEN PRECEDENTE	CODIGO					
45	Nº DOCUMENTO		FECHA VENCIMIENTO		47 ALMACEN		CODIGO		48	DEPOSITO	CODIGO						
49	ADUANA SALIDA			CODIGO		50	ADUANA DESTINO	CODIGO		51	PAIS DESTINO	CODIGO					
H DETERMINACION DE LA BASE IMPONIBLE																	
52	TIPO DE CAMBIO USD		53 FOB		TOTAL MONEDA TRANSACCION		TOTAL EN DOLARES USD		TOTAL EN MONEDA NACIONAL								
54	Y CAMBIO USD / AAC.		55 FLETE														
56	TOTAL SERIES PARTIDAS		57 SEGURO														
58	PESO NETO EN KILOS		59 CIF														
60	PESO BRUTO EN KILOS		61 Nº TOTAL BULTOS		62 Nº TOTAL UNIDADES FRIGIAS												
I GARANTIAS																	
63	TIPO DE GARANTIA		CODIGO		64	Nº GARANTIA / PAPILETA	65	FECHA VENCIMIENTO	66	DIOSI. MONEDA	67	PLAZO SOLICITADO					
68	GARANTE : DEPOSITARIO			CODIGO		69	MONTO DE GARANTIA	70 PLAZO CONCEDIDO									
J DECLARACION DE LAS MERCANCIAS																	
71	Nº SERIE	72	ESTADO	73	PAIS DE ORIGEN	CODIGO		74	PAIS DE ADUACION	CODIGO		75	TRND	76	TRND	77	TRNE
78	CT. BULTOS	79	CLASE	80	CANT. U. FRIGIAS	81	TRND II TRND I	82	PESO NETO KILOS	83	PESO BRUTO KILOS	84	FOB MONEDA TRANSACCION				
85	SUBPARTIDA NACIONAL				86 SUBPARTIDA NACIONAL				T.M.		87 CIF MONEDA NACIONAL						
88	DESCRIPCION FRANQUELARA				89 DESCRIPCION COMERCIAL				90 MARCAS Y NUMEROS								
91																	
92																	
93																	
94																	
K FIRMAS Y OBSERVACIONES																	
FIRMA IMPORTADOR				FIRMA DECLARANTE				OBSERVACIONES		FIRMA VISTAFOMADOR							

SEGURO DE TRANSPORTE

ANEXO C



QUITO: Suiza 210 y Suiza 600 - P.O. Tel: (593) 2921-600 / 2921-620 / 2921-671
 Fax: 2921-600 - Casilla: 17-15-0094-B E-mail: atencioncliente@coopseguros.com
 GUAYAQUIL: Aguirre 2001 y Los Rios - Tel: 2411-214 / 2411-600 - Fax: 2411-600

SEGURO DE TRANSPORTE

POLIZA N°: APLICACION N°:
 La siguiente declaración se declara en aplicación a la POLIZA DE TRANSPORTE N°: emitida a favor de:
 para el viaje desde: hasta:
 sobre el: (Objeto - contenido - partes) de: (Destino - Agente - Clave) emitida para el día:
 Contratación en:

LUGAR Y FECHA:

MARCA	Nos.	PESO BRUTO kgs.	CANTIDAD BUXTOS	CONTENIDO	VALOR ASEGURADO \$	%	PRIMA	OBSERVACIONES

Emitado por: EL ASEGURADO: el EFECTO POR:
 COOPSEGUROS S.A.

De conformidad con las condiciones de la Póliza, los Asegurados o sus Entrenadores, Declaran con: Emitido en duplicado y lo notifica a Coopseguros del Ecuador S.A. o a sus Agentes autorizados antes de efectuar el embarque o despacho. La Compañía o el Agente de seguros de tal manera, sellado y firmado.

El seguro garantiza la cobertura por la Superintendencia de Bancos, con Resolución No. 0004 del 09 de 02.

SOLICITUD DE IMPORTACIÓN

ANEXO D



SGS
GENÈVE SUISSE

SGS Société Générale de Surveillance S.A.



VENDEDOR

Nombre / Razón Social: _____

Dirección: _____

Ciudad/País: _____

Persona de Contacto: _____

Tel: _____ Fax: _____

e-mail: _____

RESERVADO PARA USO DE SGS

N° de Orden / fecha de Recepción: _____

Firma de recepción: _____

SOLICITUD DE

EL IMPORTADOR DECLARA QUE HA LEIDO Y ACEPTA LAS CONDICIONES QUE CONSTAN AL REVERSO DE ESTA SOLICITUD

MERCANCIA SERA EMBARCADA EN FCL <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	DOCUMENTACION ANEXA FACTURA PROFORMA O NOTA DE PEDIDO <input type="checkbox"/>	TOTAL VALOR FOB: _____
EMBARQUE CONSOLIDADO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	POLIZA SEGURO <input type="checkbox"/>	FLETE: _____
EMBARCADA A GRANEL <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	OTRO: _____	VALOR G + F: _____
EMBARQUES PARCIALES <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	EXISTE VINCULACION ENTRE IMPORTADOR Y EXPORTADOR	SEGURO: _____
MERCANCIA USADA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	COMERCIAL <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	VALOR CIF: _____
PRODUCTO PERECIBLE <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	FINANCIERA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	_____
MERCANCIA NEGOCIADA AL PESO <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	OBSERVACIONES	
MERCANCIA ASEGURADA <input type="checkbox"/> SI <input type="checkbox"/> NO	MONEDA DE TRANSACCION	

IMPORTADOR SE ACOGE A LOS BENEFICIOS TRIBUTARIOS POR EL ORIGEN DE LA MERCANCIA SI NO

N° NOTA PEDIDO / FACT. / FACT. PROFORMA: _____

TOLERANCIAS (SENALES PORCENTAJES): _____

FORMA DE PAGO: _____

TERMINOS DE COMPRA:

FOB C+P CIF EXW OTROS

Nombre de Persona Responsable: _____

Cargo que ocupa en la empresa: _____

Firma y sello

Todas las solicitudes de inspección son aceptadas y los certificados de inspección emitidos, sujetos a las "Condiciones Generales para los Servicios de Inspección y Ensayo" que están a disposición en las oficinas de SGS.

PARTIDA ARANCELARIA	PRODUCTO	MARCA	MODELO	CARACTERISTICAS ESPECIFICAS	CANTIDAD	UNIDAD DE VENTA	PAIS DE ORIGEN	PRECIO UNITARIO	TOTALES

CERTIFICADO DE INSPECCIÓN ANEXO E


SGS SGS Société Générale de Surveillance S. A.

CERTIFICADO DE INSPECCIÓN
EMITIDO SEGUN LAS REGLAMENTACIONES DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR

Número del Certificado		Número de Orden		Registro de Aduana	
Importador/Consignatario		Ciudad			
Nombre		Dirección			
Email		R.U.C.	Telefono		
Exportador/Remitente		Ciudad		Email	
Nombre		Dirección		Telefono	
				Fax	

Información general		Montos		Marcas y Embalajes	
Pais Procedencia		Término de Entrega			
Tipo de Carga		Moneda			
Pesos Factura		Tipo de Cambio			
Neto	Bruto	Total Factura	FOB Cer. USD		

Contenedores				Facturas Comerciales		
No	Contenedor	Sello	Capacidad	No	Número de Factura	Fecha Emisión

Item	Partida	Cantidad	Unidad Fisica	Precio Factura Unitario USD	Precio FOB Unitario Certificado USD	Precio Factura Partida USD	Precio FOB Partida Certificado USD

Item	Nombre Comercial	Marca	Modelo	Año	Origen	CV

Observaciones:

Embarque		Inspección		Emisión		Totales		Firma y Sello		
Pais	Puerto	Pais	Fecha	Pais	Fecha	Items	Contenedores			Facturas

GUÍA AÉREA ANEXO F

000	1234 5678	000- 1234 5678																		
Shipper's Name and Address		Shipper's Account Number																		
		<p>Not Negotiable</p> <p>Air Waybill</p> <p>(An Air Consignment Note)</p> <p>Issued by _____</p> <p style="text-align: right;">Member of International Air Transport Association</p>																		
Consignee's Name and Address		Consignee's Account Number																		
		<p>Copies 1, 2 and 3 of this Air Waybill are original and have the same validity.</p> <p>It is agreed that the goods described herein are accepted in perfect good order and condition (except as noted) for carriage SUBJECT TO THE CONDITIONS OF CONTRACT ON THE REVERSE HEREOF. THE SHIPPER'S ATTENTION IS DRAWN TO THE NOTICE CONCERNING CARRIER'S LIMITATION OF LIABILITY. Shipper may increase such limitation of liability by declaring a higher value for carriage and paying supplemental charge if required.</p>																		
Issuing Carrier's Agent Name and City		Assuring Information																		
Agent's IATA Code	Account No.																			
Airport of Departure (Name of First Carrier and Related Holding)																				
To: By First Carrier / Routing and Destination / To: By To: By																				
Airport of Destination		Flight Date / For Carrier Use Only / Flight Date																		
		<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Amount of Insurance</td> <td>Declared Value for Carriage</td> <td>Declared Value for Customs</td> </tr> </table>	Amount of Insurance	Declared Value for Carriage	Declared Value for Customs															
Amount of Insurance	Declared Value for Carriage	Declared Value for Customs																		
Handling Information																				
No. of Pieces / P.C.P.	Gross Weight / kg / lb	Nett Class / Commodity Item No.																		
		Chargeable Weight																		
		Rate / Charge																		
		Total																		
Remarks and Quantity of Goods (incl. Dimensions or Volume)																				
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Prepaid</td> <td>Weight Charge</td> <td>Collected</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Valuation Charge</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Tax</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Total Other Charges Due Agent</td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: center;">Total Other Charges Due Carrier</td> </tr> <tr> <td colspan="2" style="text-align: center;">Total Prepaid</td> <td style="text-align: center;">Total Collected</td> </tr> </table>		Prepaid	Weight Charge	Collected	Valuation Charge			Tax			Total Other Charges Due Agent			Total Other Charges Due Carrier			Total Prepaid		Total Collected	Other Charges
Prepaid	Weight Charge	Collected																		
Valuation Charge																				
Tax																				
Total Other Charges Due Agent																				
Total Other Charges Due Carrier																				
Total Prepaid		Total Collected																		
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Current Contract Rates</td> <td>% Charges in Destination Currency</td> </tr> </table>		Current Contract Rates	% Charges in Destination Currency	<p>Shipper certifies that the particulars on this face hereof are correct and that insofar as they relate to the consignment of dangerous goods, such are properly described by name and in proper condition for carriage by air according to the applicable Dangerous Goods Regulations.</p> <p style="text-align: right;">Signature of Shipper or his Agent</p>																
Current Contract Rates	% Charges in Destination Currency																			
<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>For Carriers Use Only at Destination</td> <td>Charges at Destination</td> <td>Total Collected Charge</td> </tr> </table>		For Carriers Use Only at Destination	Charges at Destination	Total Collected Charge	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td>Declared in (US\$)</td> <td>at (place)</td> <td>Signature of Issuing Carrier or Agent</td> </tr> </table>	Declared in (US\$)	at (place)	Signature of Issuing Carrier or Agent												
For Carriers Use Only at Destination	Charges at Destination	Total Collected Charge																		
Declared in (US\$)	at (place)	Signature of Issuing Carrier or Agent																		
		000- 1234 5678																		
COPY 8 - FOR FIRST CARRIER																				

FACTURA ANEXO G

CORPORACION GRAFICA NAVARRETE S.A. <small>Dirección Fiscal: Av. Camarero Central # 783 (Km. 2) Zona Industrial - Santo Antonio Talca 382-8806 Fax: 382-8723 Lima 48 - Perú www.navarrete.com.pe e-mail: corporacion@navarrete.com.pe</small>					FECHA <input style="width: 100%;" type="text"/>	R.U.C. N° 20347258611 FACTURA 051 N°		
CODIGO NOMBRE DIRECCION N° ORD. VTA. COND. PAGO GUIA DE REMISION	<input style="width: 100%; height: 100%;" type="text"/>				VENDEDOR <input style="width: 100%;" type="text"/>			
ITEM	CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	U/V	VALOR UN.	DESC. %	I.G.V. %	PRECIO DE VENTA
TOTAL BRUTO		DESCUENTOS		VENTA NETA		QTOS. FINANCIEROS		TOTAL I.G.V.
<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>
TOTAL PRECIO VENTA								
<input style="width: 100%;" type="text"/>								
LETRA N°	IMPORTE	VCTO.	PAGO A CUENTA		V°B°		CANCELADO/CANJEADO	
<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>	<input style="width: 100%;" type="text"/>		VENTAS <input style="width: 50%;" type="text"/> CONTAB. <input style="width: 50%;" type="text"/> CREDITO <input style="width: 50%;" type="text"/>		LIMA DE _____ DEL _____	
			<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>			
			<input style="width: 100%;" type="text"/>		<input style="width: 100%;" type="text"/>			
EN CASO DE NO SER PAGADO AL VENCIMIENTO GENERARA EL INTERES COMPENSATORIO Y MORATORIO A LAS TASAS MAXIMAS QUE FIJA LA LEY.								

DECLARACIÓN DE ADUANA ANEXO H

 CORPORACION ADUANERA ECUATORIANA		DECLARACION EN ADUANA DEL VAROR DAV (1)		DAV N°.
1. ADUANAS				
Mitos Adicionales		N° Formulario DAV		Regimen
1.1 Aduana		1.2 RUC/CIC/Caeso/Paeso		2. REGISTRO DE ADUANAS
1.3 Consignatario o Importador		1.4 Nivel Comercial		1.5 Otros (especificar)
3. PROVEEDOR				
3.1 Nombre / Razón social		3.2 Continente		3.3 Dirección
3.4 Ciudad		3.5 País		3.6 Fax
				3.7 Teléfono
				E-mail
4. TRANSACCION				
4.1 Naturaleza (Cod)		4.2 Incoterms		Lugar
4.3 N° de resolución de Aduana		4.4 Fecha		4.5 N° de factura
4.6 Fecha de factura		4.7 N° contrato u otro Doc.		4.8 Fecha contrato
4.9 Tipo de cambio		4.10 Fecha de cambio		4.11 Moneda
4.12 País de origen		4.13 País de Proveniencia		4.14 Forma de envío
4.15 N° envío		4.16 Modo transporte		4.17 Puerto de Embarque
4.18 Puerto de Destino		4.19 Forma de Pago		
5. DESCRIPCION DE LA MERCANCIA				
Item	5.1. Subpartida (Nandina)	5.2. Descripción Comercial	5.3. Características / Tipo	5.4. País de origen
1				
2				
3				
4				
5				
Item	5.5. Marca Comercial	5.6. Modelo	5.7. Ate	5.8. Estado de mercancía
1				5.9. Cantidad
2				5.10. U.Cm.
3				5.11. POB unit. US\$
4				
5				
6. INTERMEDIARIO ENTRE COMPRADOR Y VENDEDOR				
6.1. Se utilizó algún intermediario en la transacción comercial?		6.2. Nombre del Intermediario		
6.3. Dirección		6.4. Ciudad		6.5. País
				6.6. Tipo de Intermediario
7. CONDICIONES DE LA TRANSACCION				
7.1. Existe vinculación con el proveedor		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
7.2. Ha influido la vinculación en el precio de las mercancías importadas		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
7.3. Existen pagos indirectos relativos a las mercancías		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
7.4. Existen cánones o derechos de licencia relativos a las mercancías importadas que Ud. esté obligado a pagar directa o indirectamente como condición de vent.		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
7.5. Está la venta condicionada por un acuerdo, según el cual una parte del producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior de las mercancías importadas se reverte directa o indirectamente a su proveedor extranjero?		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
7.6. Existen restricciones para la cesión o utilización de las mercancías por el importador, de acuerdo a lo señalado en el Art. 1 del acuerdo del valor GATT		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
7.7. Depende la venta o el precio, de condiciones o contraprestaciones en relación a las mercancías a valor		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
7.8. Puede determinarse el valor de las condiciones o contraprestaciones		SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>		
8. DETERMINACION DE LA TRANSACCION				
8.1. Base del cálculo		US\$		8.2. Adiciones e importes no incluidos en 8.1 y a cargo del comprador
8.1.1. Precio factura				8.2.1. Comisiones, Comisaje, salvo comisiones de compra
8.1.2. Pagos indirectos, descuentos retroactivos, otros				8.2.2. Encajes y embalajes
Total 8.1				8.2.3. Bienes y servicios suministrados por el importador gratuitamente o a precio reducido y utilizados en la producción y venta de las mercancías importadas
8.3. Deducciones: Importes incluidos en 8.1.		US\$		8.2.4. Cánones y derechos de licencia
8.3.1. Gastos de entrega posteriores a la importación (transporte, etc.)				8.2.5. Producto de cualquier reventa, cesión o utilización posterior que reverte al proveedor extranjero
8.3.2. Intereses				8.2.6. Gastos de entrega hasta el lugar de importación
8.3.3. Asistencia técnica, armado, montaje, instalación, entrenamiento, gastos de construcción.				8.2.7. Gastos de transacción hasta el lugar de embarque
8.3.4. Derechos de Aduana y otros impuestos				8.2.8. Gastos de aduana desde el lugar de embarque hasta el lugar de importación
8.3.5. Otros gastos				
9. DESAGREGACION DEL VALOR EN ADUANA				
9.1. FOB US\$		9.2. Flete US\$		9.3. Seguro US\$
				9.4. Otros US\$
10. IDENTIFICACION Y FIRMA DEL DECLARANTE				
10.1. Nombre del Importador		10.2. Cargo		10.3. Fecha
Declaro bajo juramento que la información aquí suministrada es correcta y ajustada a las disposiciones legales vigentes. Conozco que cualquier omisión puede dar origen a los procesos legales y acciones sancionadas en la Ley Orgánica de Aduanas.				

ANEXO J

FOTOGRAFÍAS

Imagen 3: Local Expomotos



Imagen 4: Exhidor de Motos



Imagen 5: Rótulo de Financiamiento Directo



Imagen 6: Taller Autorizado

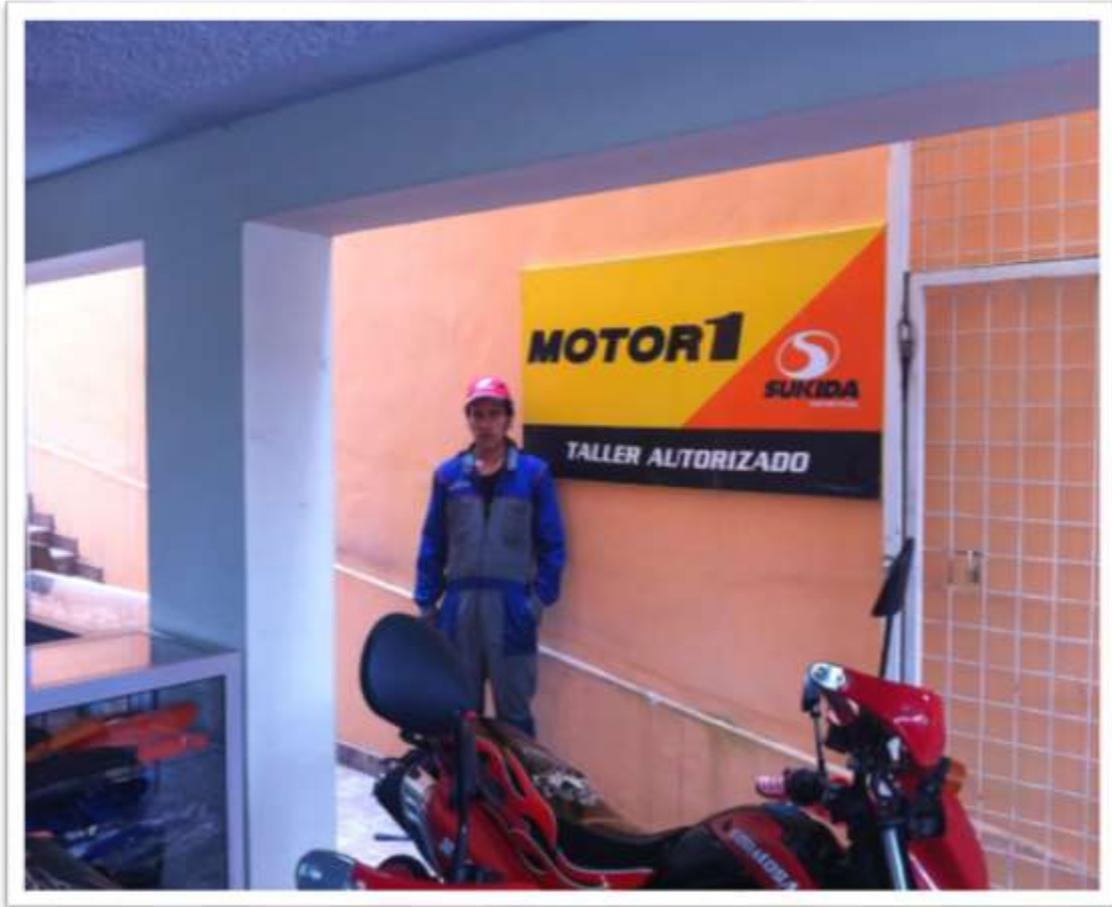


Imagen 7: Oficina de Gerencia

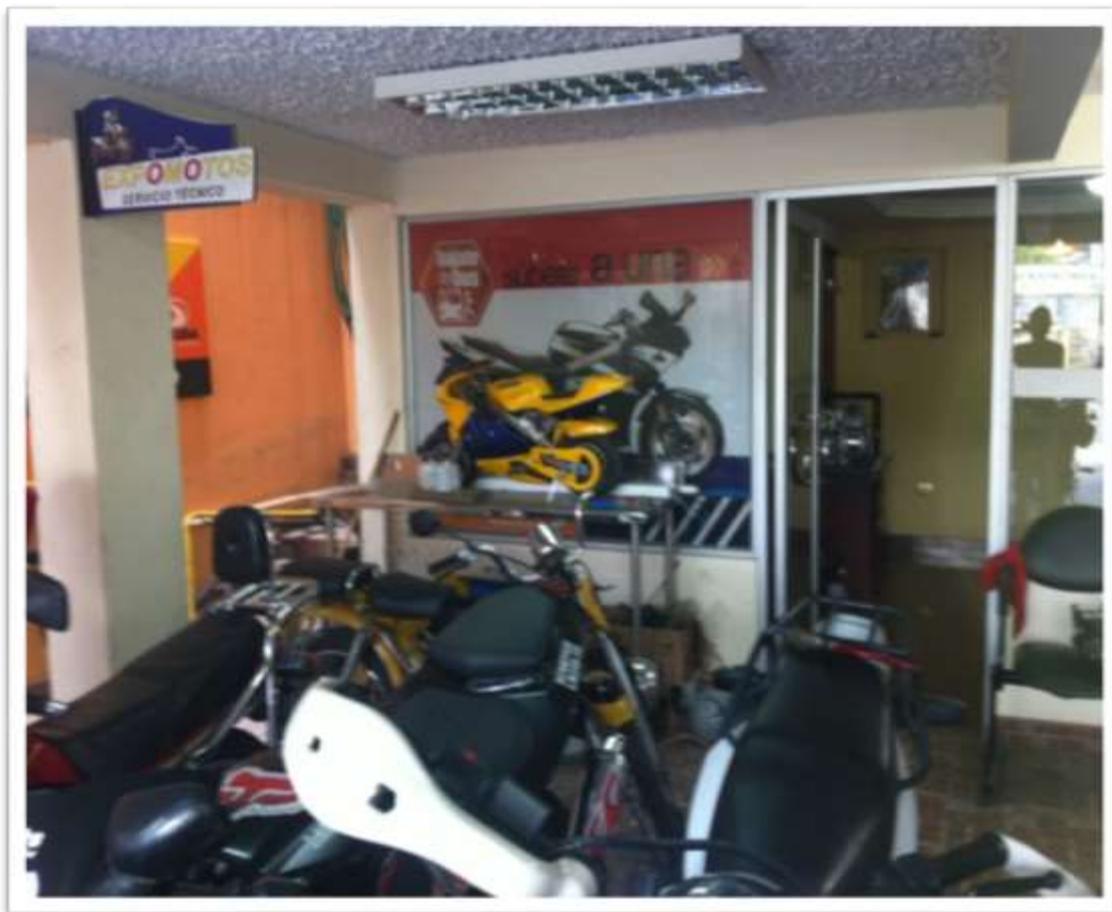


Imagen 8: Exhibidor de accesorios



Imagen 9: Rotulación del Motor 1

