

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

Facultad de Ciencias Económicas y Negocios

Escuela de Comercio Exterior, Integración y Aduanas



Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero en
Comercio Exterior, Integración y Aduanas

Tema:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACIÓN DESDE EE.UU. DE
CASCO DE CICLISMO ELABORADOS CON FIBRA DE CARBONO

Autor:

Jorge Alfredo Salinas Chiquin

Director:

Ingeniero Nelson Cerda M.B.A.

Quito, 2015

INDICE ANALITICO

ÍNDICE DE FIGURAS	<i>iv</i>
ÍNDICE DE TABLAS	<i>vi</i>
CAPITULO 1	8
ESTRUCTURA METODOLÓGICA	8
1.1 Planteamiento del Problema	8
1.1.1 Diagnóstico del Problema	9
1.1.5 Pronostico del Problema	11
1.1.6 Control de Pronóstico	11
1.2 Formulación del Problema	12
1.3 Objetivos	12
1.4 General	12
1.5 Específicos	13
1.6 Justificación e Importancia	13
1.7 Idea a Defender	14
1.8 Marco Referencial	14
1.8.1 Marco Teórico	14
1.9 Metodología General	17
1.9.1 Nivel de estudio:	17
1.9.2 Modalidad de Investigación:	18
1.9.3 Método:	19
1.9.4 Población y muestra	20
CAPÍTULO 2	22
EL MERCADO	24
2 Investigación de Mercados	24
2.1 Objetivos del Estudio de mercado	24
2.2 Análisis de los casos de ciclismo (Comportamiento Histórico)	24
2.3 La Demanda (Consumidor)	32
2.3.1 Definición del grupo objetivo	32

2.3.2	Perfil del consumidor	33
2.3.3	Segmentación	34
2.3.4	Tabulación y Análisis de los resultados de la encuesta	36
2.3.5	Cuantificación y proyección de la demanda	61
2.4	La Oferta (Competencia)	64
2.4.1	Determinación del perfil de la competencia	64
2.5	Identificación y Ubicación de los Proveedores	67
2.6	Análisis de la Disponibilidad de cascos de ciclismo elaborados con Fibra de Carbono	67
2.6.1	Identificación de precios de cascos de ciclismo, en función de sus proveedores.	68
2.7	Análisis de Canales de Distribución	68
CAPÍTULO 3		70
LA OPERACIÓN DEL NEGOCIO		70
3	<i>La Operación del Negocio</i>	70
3.1	Definición de capacidad de Operación del Negocio	70
3.2	Determinación de la Ubicación del Negocio	72
3.3	Descripción de los Procesos de Operación	76
3.4	Determinación de necesidades de Infraestructura.	77
CAPÍTULO 4		78
LOGÍSTICA DE LAS IMPORTACIONES		78
4	<i>La Logística Internacional de Importaciones</i>	78
4.1	Requisitos para importar	78
4.1.1	La Importación	78
4.1.2	Importación a Consumo	79
4.1.3	Registro de Importador	80
4.2	Trámites en la Aduana y en otras Instituciones Conexas	80
4.2.1	Procedimiento para Nacionalización	83
4.3	Legislación	84
4.4	Términos de venta: Incoterm	84
4.5	Vía de Transporte, Seguros, Embalajes	85
4.5.1	Vía de Transporte	85
4.5.4	Seguros	90
4.5.5	Embalajes	90

4.6	Certificados y otros documentos	92
4.6.1	Certificados	92
4.7	Mecanismos de pago.	92
4.7.1	Giros Bancarios	92
4.8	Gastos Totales de Importación	93
CAPÍTULO 5		94
LA ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA JURÍDICA		94
5	<i>La Organización</i>	94
5.1	Análisis Organizacional	94
5.2	Estructura Organizacional	95
5.3	Estructura Legal	96
CAPÍTULO 6		98
ANÁLISIS FINANCIERO DEL NEGOCIO		98
6	<i>Análisis Financiero</i>	98
6.1	Determinación de Inversiones	98
6.1.2	Inversiones Tangibles	99
6.1.4	Inversiones Intangibles	99
6.1.5	Capital de Trabajo (Capital de Trabajo Operacional, Administración y Ventas)	100
6.1.6	Estado de Fuentes y Usos	101
6.2	Determinación de Costos, Gastos e Ingreso	102
6.2.2	Costos de Operación	102
6.2.3	Gastos de Administración	104
6.2.4	Gastos de Ventas	107
6.2.5	Gastos Financieros	108
6.3	Evaluación Financiera	110
6.3.1	Estado de Situación Inicial	110
6.3.2	Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	112
6.3.3	Flujo de Caja Proyectado	114
6.4	Índices Financieros	116
6.4.1	Costo de Oportunidad	116
6.4.2	Valor Actual Neto	117
6.4.3	Tasa Interna de Retorno	119
6.4.4	Periodo de Recuperación de la Inversión	120
6.4.5	Punto de Equilibrio	121

CAPÍTULO 7	125
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	125
7 Conclusiones	125
7.1 Recomendaciones	126
Bibliografía	127
ANEXOS	131
ANEXO A	131
ANEXO B	135

ÍNDICE DE FIGURAS

CAPITULO 1	8
ESTRUCTURA METODOLÓGICA	8
1.1.2 FIGURA 0.1 DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA CAUSAS Y EFECTOS	9
CAPÍTULO 2	22
EL MERCADO	24
2.2.1 FIGURA 0.2 CASCO DE INICIOS DE 1900	25
2.2.2 FIGURA 0.3 CASCO SNELL INICIOS DE 1970	25
2.2.3 FIGURA 0.4 CASCO BELL 1974	26
2.2.4 FIGURA 0.5 CASCO BAILLEN DE 1980	26
2.2.5 FIGURA 0.6 CASCO GIRO 1986	27
2.2.6 FIGURA 0.7 CASCO INNOVACIÓN 1990	27
2.2.7 FIGURA 0.8 CASCO CON ESTABILIZADOR 2001	28
2.2.8 FIGURA 0.9 CASCO PLEGABLE 2012	28
2.2.9 FIGURA 0.10 CASCO CON ORIFICIOS DE VENTILACIÓN	29
2.2.10 FIGURA 0.11 CASCO CON CAJA NEGRA 2014	30
2.2.11 FIGURA 0.12 CASCOS ELABORADOS CON FIBRA DE CARBONO	31
2.3.1.2 FIGURA 0.13 IMPORTACIÓN DE BICICLETAS	33

2.3.4.1	FIGURA 0.14 EDAD DE LOS ENCUESTADOS.....	36
2.3.4.2	FIGURA 0.15 GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS.....	37
2.3.4.3	FIGURA 0.16 LUGAR HABITUAL DONDE ACUDEN A CICLEAR	38
2.3.4.4	FIGURA 0.17 OCASIONES EN QUE PRACTICAN CICLISMO	39
2.3.4.5	FIGURA 0.18 TIPO DE PROTECCIÓN QUE UTILIZA AL CICLEAR.....	40
2.3.4.6	FIGURA 0.19 RAZÓN POR LA CUAL NO USA PROTECCIÓN AL CICLEAR.....	41
2.3.4.7	FIGURA 0.20. CRITERIO SOBRE USO DE CHALECO REFLECTANTE	42
2.3.4.8	FIGURA 0.21. CRITERIO SOBRE USO DE CASCO.....	43
2.3.4.9	FIGURA 0.22. CRITERIO SOBRE USO DE ROPA BRILLANTE O LEDS	44
2.3.4.10	FIGURA 0.23. CRITERIO SOBRE USO DE REFLECTORES EN LOS LADOS DE LOS PEDALES 45	
2.3.4.11	FIGURA 0.24. CRITERIO SOBRE REFLECTORES EN PARTE FRONTAL Y POSTERIOR DE LA BICICLETA.	46
2.3.4.12	FIGURA 0.25. MARCA FAVORITA DE CASCO	47
2.3.4.13	FIGURA 0.26. RAZÓN PARA NO USAR CASCO.....	48
2.3.4.14	FIGURA 0.27. RAZÓN POR LA QUE COMPRA UNA MARCA DE CASCO	49
2.3.4.15	FIGURA 0.28. OTRAS CARACTERÍSTICAS	50
2.3.4.16	FIGURA 0.29. COLOR PREFERIDO PARA COMPRAR UN CASCO.....	51
2.3.4.17	FIGURA 0.30. MATERIAL CONSIDERADO MÁS ADECUADO PARA UN CASCO.....	52
2.3.4.18	FIGURA 0.31. DECISIÓN DE COMPRA DE UN CASCO ELABORADO CON FIBRA DE CARBONO.....	53
2.3.4.19	FIGURA 0.32. CALIFICACIONES SOBRE LA PROTECCIÓN QUE BRINDA UN CASCO.....	54
2.3.4.20	FIGURA 0.33. CALIFICACIONES SOBRE LA ESTÉTICA QUE BRINDA UN CASCO.....	55
2.3.4.21	FIGURA 0.34. CALIFICACIONES SOBRE LA VENTILACIÓN QUE BRINDA UN CASCO.....	56
2.3.4.22	FIGURA 0.35. CALIFICACIONES SOBRE EL PESO EN UN CASCO.....	57
2.3.4.23	FIGURA 0.36. PREFERENCIAS SOBRE ADORNOS EN UN CASCO	58
2.3.4.24	FIGURA 0.37. SUGERENCIAS MÁS COMUNES SOBRE LA ENCUESTA DE CASCOS DE CICLISMO.....	59
2.7.1	FIGURA 0.38. CANAL DE DISTRIBUCIÓN.....	69
<i>CAPÍTULO 3</i>		<i>70</i>
<i>LA OPERACIÓN DEL NEGOCIO</i>		<i>70</i>
3.3.1	FIGURA 39 DIAGRAMA DE FLUJO DE IMPORTACIÓN.....	76
3.3.2	FIGURA 0.40. DIAGRAMA DE FLUJO LOCAL UNA VEZ NACIONALIZADOS LOS CASCOS DE CICLISMO.....	77
<i>CAPÍTULO 4</i>		<i>78</i>
<i>LOGÍSTICA DE LAS IMPORTACIONES</i>		<i>78</i>
4.5.2	FIGURA 41 CUBICAJE DE CONTENEDOR DE 20 PIES MARÍTIMO.....	86
4.5.3	FIGURA 42 CUBICAJE DE LA MERCADERÍA	88
4.5.4.1	FIGURA 0.43. RESPONSABILIDAD DEL SEGURO	90
4.5.5.1	FIGURA 0.44. EMBALAJE EXTERIOR.....	91

4.5.5.2 FIGURA 0.45. EMBALAJE DE POLIETILENO.	91
<i>CAPÍTULO 5</i>	94
<i>LA ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA JURÍDICA</i>	94
5.2.1 FIGURA 0.46. ORGANIGRAMA.....	95
<i>CAPÍTULO 6</i>	98
<i>ANÁLISIS FINANCIERO DEL NEGOCIO</i>	98
6.2.6 FIGURA 47 GASTOS FINANCIEROS.....	108
6.4.5.2 FIGURA 0.48. PUNTO DE EQUILIBRIO.	123

ÍNDICE DE TABLAS

<i>CAPITULO 1</i>	8
<i>ESTRUCTURA METODOLÓGICA</i>	8
1.1.3 TABLA 1 RELACIÓN ENTRE LAS CAUSAS PRINCIPALES Y EVIDENCIAS.	10
1.1.4 TABLA 2 RELACIÓN EFECTOS PRINCIPALES, SECUNDARIOS Y EVIDENCIAS.....	10
<i>CAPÍTULO 2</i>	22
<i>EL MERCADO</i>	24
2.3.1.1 TABLA 3 BICICLETAS IMPORTADAS DESDE 1990 HASTA 2013.....	33
2.3.4.25 TABLA 4. TABLA DE RESUMEN DE LA ENCUESTA.....	60
2.3.5.1 TABLA 5. DEMANDA DE CASCOS DE CICLISMO PERIODO 2009-2013.....	62
2.3.5.2 TABLA 6. PROYECCIÓN Y CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA DE CASCOS DE CICLISMO ELABORADOS CON FIBRA DE CARBONO (2015-2023).	63
2.4.2 TABLA 7 . MARCAS DE CASCO FAVORITAS.....	64
<i>CAPÍTULO 3</i>	70

LA OPERACIÓN DEL NEGOCIO	70
3.2.1 TABLA 8. PONDERACIÓN DE FACTORES RELEVANTES PARA LA LOCALIZACIÓN.	74
CAPÍTULO 4	78
LOGÍSTICA DE LAS IMPORTACIONES	78
4.1.1.1 TABLA 9. CLASIFICACIÓN ARANCELARIA.	79
4.1.1.2 TABLA 10. FICHA TÉCNICA DE LA IMPORTACIÓN.	79
4.5.3.1 TABLA 11. FLETE DESDE NEW YORK A GUAYAQUIL CONTENEDOR DE 20 PIES.	89
4.8.1 TABLA 12. GASTOS TOTALES DE IMPORTACIÓN.	93
CAPÍTULO 6	98
ANÁLISIS FINANCIERO DEL NEGOCIO	98
6.1.1 TABLA 13. RESUMEN DE INVERSIONES EN USD.	98
6.1.3 TABLA 14. INVERSIONES TANGIBLES.	99
6.1.4.1 TABLA 15. INVERSIONES INTANGIBLES.	100
6.1.5.1 TABLA 16. DETERMINACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO.	101
6.1.6.1 TABLA 17. ESTADO DE FUENTES Y USOS.	101
6.2.1 TABLA 18. RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS.	102
6.2.2.1 TABLA 19. DETERMINACIÓN DE COSTOS DE OPERACIÓN.	103
6.2.3.1 TABLA 20. DETERMINACIÓN DE GASTOS DE ADMINISTRACIÓN.	104
6.2.3.2 TABLA 21 . DEPRECIACIONES.	105
6.2.3.3 TABLA 22. ANÁLISIS SALARIAL.	106
6.2.4.1 TABLA 23. GASTOS NECESARIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO.	107
6.2.7 TABLA 24. DETERMINACIÓN DE LOS INGRESOS, GASTOS Y SU PROYECCIÓN.	109
6.3.1.1 TABLA 25. ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.	111
6.3.2.1 TABLA 26. ESTADO DE RESULTADOS.	113
6.3.3.1 TABLA 27. FLUJO DE CAJA PROYECTADO EN USD.	115
6.4.1.1 TABLA 28. CÁLCULO DE COSTO DE OPORTUNIDAD.	116
6.4.2.1 TABLA 29. CÁLCULO DEL VAN.	118
6.4.3.1 TABLA 30. CÁLCULO DE LA TIR.	119
6.4.4.1 TABLA 31. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN.	120
6.4.5.1 TABLA 32. CÁLCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO.	122

CAPITULO 1

ESTRUCTURA METODOLÓGICA

1.1 Planteamiento del Problema

La presente investigación se enmarca dentro de un Plan de negocios de importación de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono desde los Estados Unidos; debido a la ausencia de un estudio para efectuar un plan de negocios para la importación de cascos de ciclismo elaborados con Fibra de Carbono.

Otro motivo fundamental para desarrollar el presente plan de negocio es que en nuestro país existen ciclistas de élite regional con proyección mundial, los mismos que si cuentan localmente con oferta de accesorios de vanguardia tecnológica de reconocida calidad como el producto que se estudia en este plan de negocio, pueden llegar a ser más competitivos.

El presente plan de negocio de ser llevado a cabo, evitaría que emprendedores de nuestros países vecinos Colombia y Perú que ya lo comercializan respectiva e individualmente en sus territorios, ingresen a distribuirlo en nuestro país, pues a lo largo de esta investigación, se detalla la forma de realizarlo directamente de su productor en los Estados Unidos, hacia el territorio de la República del Ecuador.

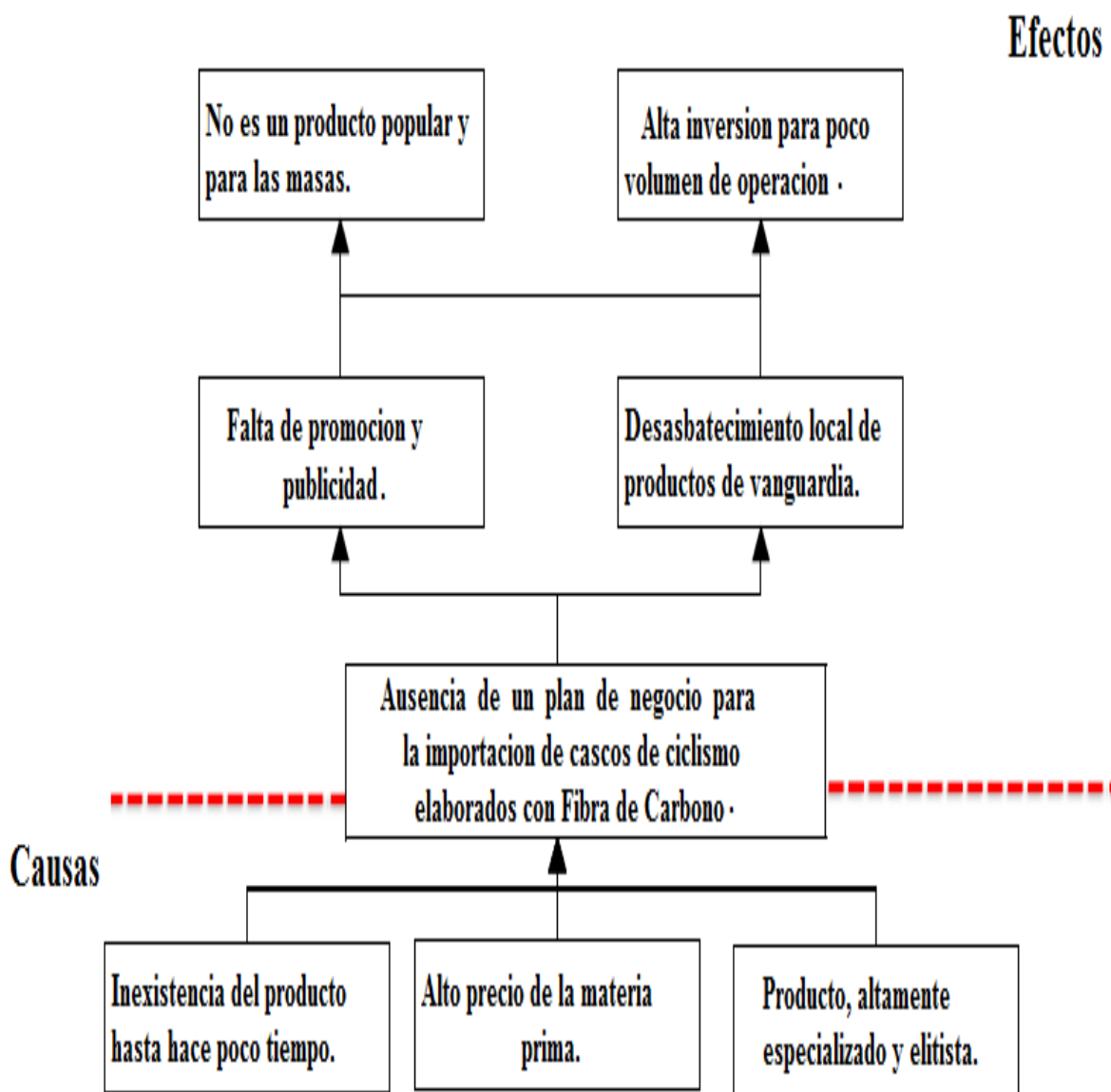
Con este plan de negocio, se contribuye a la formación de una idea clara de importación de productos tecnológicos que están dando resultados positivos en otros países y la disposición para el consumo y aprovechamiento de dichas cualidades en el territorio nacional.

En deportes de alta competencia como el ciclismo se realizan investigaciones tecnológicas periódicamente, se requieren más tiempo y recursos para llegar a un mayor grado de competitividad y los cascos elaborados con fibra de carbono cumplen a cabalidad con estos altos estándares competitivos a nivel global.

1.1.1 Diagnóstico del Problema

La descripción gráfica se considera la mejor opción para describir el planteamiento del problema, como se lo detalla a continuación:

1.1.2 Figura 0.1 Diagnóstico del problema causas y efectos



Fuente: (Andino Sosa, 2014)

Elaboración: Jorge Salinas

1.1.3 Tabla 1 Relación entre las causas principales y evidencias.

Causas Principales	Evidencias
Inexistencia del producto Hasta hace poco tiempo	(Components, 2014) (cyclopaedia.es, 2013)
Alto precio de la materia Prima.	(bellhelmets.com) (spiuk) (Components, 2014)
Producto altamente especializado y elitista	(bernunlimited, 2014)

1.1.4 Tabla 2 Relación efectos principales, secundarios y evidencias

Efectos principales	Efectos secundarios	Evidencias
Falta de promoción y publicidad	No es un producto popular Y para las masas. Relativa desmotivación para los Importadores.	(Components, 2014) (spiuk), (bellhelmets.com), (bernunlimited, 2014)
Desabastecimiento local de Productos de vanguardia	Alta inversión para poco Volumen de operación. Desactualización de procesos Comerciales con empresas de investigación tecnológica y comercial.	Tabla 20. De este plan de negocio. (bernunlimited, 2014)

Relación entre causas y evidencias

Una de las causas primordiales para la ausencia de un plan de negocios para la importación de cascos de ciclismo, es lógicamente la inexistencia del producto en los stocks de la mayoría de fabricantes, pues la producción de cascos ha estado centrada principalmente en el motociclismo (Components, 2014); a excepción de la marca BERN que se especializa en brindar protección para deportes no motorizados.

Relación entre causas y evidencias

Actualmente otra de las causas primordiales para la ausencia de un plan de negocios para la importación de cascos de ciclismo, es que el producto es altamente especializado y elitista, tal es así que ni aun en los Estados Unidos es popular el uso para ciclismo, siendo sola una empresa la que lo fabrica actualmente (bernunlimited, 2014)

1.1.5 Pronóstico del Problema

Si bien el ahorro, es importante para todos los ámbitos económicos de las personas, no es menos cierto que se deben efectuar inversiones cada cierto tiempo, con el objeto de obtener beneficios, ese es el caso de inversiones en productos que han sido desarrollados, luego de un arduo trabajo de investigación, como son los productos elaborados con fibra de carbono.

Si no se desarrolla un plan de negocio para esta importación, no se tendrá un referente para investigaciones futuras en las que se puede especificar mejor todos los procesos, y además se puede definir incluso estrategias para la futura producción nacional de algún tipo de relación con la fibra de carbono.

1.1.6 Control de Pronóstico

Con la adecuada formulación y resolución de un plan de negocio de importación de cascos de ciclismo elaborados en los Estados Unidos se puede crear precedente para un potencial nexo comercial en áreas no explotadas, y abrir el camino hacia nuevas fuentes de empleo. Resultando favorecido un segmento de la población local que busca nuevas alternativas de emprendimiento.

1.2 Formulación del Problema

El presente tema investigativo en su contexto responderá a las siguientes interrogantes:

¿Contribuirá este tipo de importación al desarrollo local de actividades comerciales que desconocen los beneficios de un producto tan versátil y a la vez de características superiores al acero?

¿Se fomentará la investigación de factibilidad de producción nacional del mismo en un mediano o largo plazo?

¿Se detallará claramente beneficios y características únicas del producto de tal forma que se pueda promocionar el producto para que tenga una imagen o apariencia positiva en el mercado local?

¿Cómo influye el beneficio que se obtendrá al realizar una importación de cascos elaborados con fibra de carbono?

¿Serán entendibles las características de la fibra de carbono ya sean tangibles como lo es el peso, forma, color, textura etc., e intangibles como imagen de la marca, garantía, servicios?

Por lo anterior el problema central de la investigación será: ¿Cómo debería efectuarse un plan de negocios de Importación de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono hacia la República del Ecuador?

1.3 Objetivos

(García Ferrer, 2012) sostiene que "una buena comprensión del problema se debe plasmar en la determinación de los objetivos, los que a su vez determinarán la selección de un diseño de Investigación u otro" (p. 29)

1.4 General

Elaborar un plan de negocios para la importación desde Estados Unidos de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono.

1.5 Específicos

- (1) Desarrollar un estudio de mercado para la importación de cascos elaborados con fibra de carbono al mercado ecuatoriano.
- (2) Realizar el estudio técnico a través del cual se determinará la localización, tamaño óptimo del negocio y que personal es necesario para la ejecución del plan.
- (3) Ejecutar un estudio del proceso logístico para la importación de cascos elaborados con fibra de carbono al mercado ecuatoriano.
- (4) Determinar el marco legal, así como organizacional pertinentes para el desarrollo e implementación del negocio.
- (5) Realizar el respectivo estudio económico financiero para la importación de cascos elaborados con fibra de carbono al mercado ecuatoriano.

1.6 Justificación e Importancia

Ante la constante actualización e innovación en la producción de insumos así como de Procesos Productivos en la economía mundial, se considera que el Ecuador y su gente cuenta con acceso a información: reportajes internacionales, revistas especializadas y herramientas tecnológicas básicas (dispositivos con acceso a internet) que junto a los recursos humanos idóneos con los cuales se puede investigar lo que se está haciendo localmente, se determina que no es difícil descubrir la nula actividad relacionada con la producción nacional de fibra de carbono (siendo este un problema); y a la vez constituyéndose en la justificación para el motivo de estudio de la importación de productos elaborados a partir de la misma.

En relación a este producto se reitera que es de uso vital contemporáneamente para la industria y comercio teniendo una interesante proyección artesanal, por lo cual fomenta el desarrollo profesional de los negocios que ya están establecidos así como para generación inédita de nuevas alternativas en procesos productivos y comerciales, en este sentido está dirigido el plan de importación de los cascos de fibra de carbono para el Ecuador, lo que necesariamente está íntimamente ligado con actividades productivas de paz, situación que no se da en el caso de

países relacionados con cierto peligro mundial como Irán, Corea del norte, solo por citar dos ejemplos, de países que le dan a la fibra de carbono aplicaciones con fines bélicos.

1.7 Idea a Defender

La importación de cascos elaborados con fibra de carbono desde los Estados Unidos al mercado ecuatoriano es factible y viable para su ejecución.

1.8 Marco Referencial

(Calderón , 2010) Lo define “Es importante señalar que en un proyecto, existe una estrecha relación entre teoría, el proceso de investigación, la realidad y el entorno. La investigación puede iniciar una teoría nueva, reformar una existente o simplemente definir con más claridad, conceptos o variables ya existentes. El marco referencial abarca todo lo pertinente a la literatura que se tiene sobre el tema a investigar”. (p. 57).

1.8.1 Marco Teórico

(Rodríguez , 2005) Sostiene que “el marco teórico y conceptual es la exposición resumida, concisa y pertinente del conocimiento científico y de hechos empíricamente acumulados acerca de nuestro objeto de estudio; se elabora desde la perspectiva de una ideología y un marco de referencia determinados” (p. 57).

(Canta Izaguirre, 2014) define “La importación es una compra de mercadería que está gravada con tributos; esto crea la necesidad de contar con métodos y sistemas que permitan la pronta disponibilidad de lo adquirido y al mismo tiempo protejan la renta fiscal” (, p. 39)

Materiales compuestos

Se designa como Materiales Compuestos los formados por la unión íntima de dos o más componentes para optimizar las propiedades de la combinación. Los materiales compuestos así definidos se emplean desde la antigüedad. Es el caso de los adobes: unión de arcilla y fibras de paja o el yeso reforzado con crines de caballo, etc. Actualmente se tiene el uso de materiales compuestos formados por resinas poliméricas o plásticos, reforzados con fibras de vidrio, de carbono o fibras de aramida, que alcanzan grandes resistencias, del mismo orden que la de los aceros, con una densidad mucho menor, algo más que la de la madera. (Escudero Lopez, (2001)).

Fibras Químicas

(Feliu Marsal , 1997) Manifiesta “Las fibras químicas fabricadas por el hombre, al igual que las naturales, son polímeros textiles formados por grandes macromoléculas con disposición normalmente lineal. Las macromoléculas se agrupan para dar lugar a las fibrillas, y la agrupación de estas constituye la fibra textil.” (p. 65).

Fibra de carbono

Los tejidos fabricados con fibras minerales son relativamente recientes. De todas las fibras de origen mineral existentes, las que tienen un uso más generalizado son las de vidrio y de carbono. Las que se utilizan como refuerzo en numerosas aplicaciones industriales. Estos tejidos, combinados con resinas de poliéster y epoxi, posibilitan la fabricación de estructuras de una gran resistencia y ligereza, razón por la cual se emplean profusamente en campos tan exigentes como la industria aeronáutica, naval y automovilística entre otros. (Huertas Torrejón, 2010)

Aplicaciones de la fibra de carbono

En la construcción y como refuerzo, el tejido se extiende sobre la superficie de hormigón y se adhiere con resinas epoxi fluidas. Esta fluidez permite a la resina penetrar entre las fibras del tejido, impregnarlas y formar el material compuesto.

Tiene muchas aplicaciones en la industria del transporte donde sus propiedades mecánicas y ligereza son muy importantes. También se está haciendo cada vez más común en otros artículos como prótesis, raquetas de tenis, ordenadores portátiles, trípodes y cañas de pescar e incluso en joyería entre otra amplia gama de componentes donde es necesario un material ligero y de alta resistencia.

Características de la fibra de carbono

(Miravete, 2007) Manifiesta “Algunas de las características más representativas de las fibras de carbono son la elevada resistencia específica y rigidez, permeabilidad a los rayos x y a las ondas electromagnéticas, elevada amortiguación, elevada resistencia a la corrosión y alta conductibilidad eléctrica, su resistencia al roce es muy baja, lo que condiciona su manipulación” (p. 283).

Comercio Internacional

(Canta Izaguirre, 2014) Lo conceptualiza así: “Hoy en día definimos como comercio internacional al intercambio de bienes, productos y servicios entre dos o más países o regiones económicas” (p. 13)

Importación

De acuerdo a lo dispuesto en el CODIGO ORGANICO DE LA PRODUCCION, COMERCIO E INVERSIONES, (COPCI, 2011) sostiene “ Importación para el consumo.- Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin

de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.” (Art. 147)

Que es un plan de negocios

Planear es un proceso que consiste en fijar objetivos y establecer el camino para alcanzarlos, desde el punto de vista de una empresa o negocio, esta planeación se ve plasmada en lo que se conoce como un plan de negocios, el cual no es otra cosa que la planeación de una empresa o negocio en su conjunto, considerando cada una de sus partes o áreas esenciales (administración, finanzas, mercadotecnia, operaciones, etc.) y la interacción de cada una de estas con las demás. (Viniegra, 2007).

1.9 Metodología General

La metodología científica es el estudio de la actividad científica y constituye un conocimiento general del proceso de investigación científica, de su estructura, de sus elementos y de sus métodos.

Cada ciencia tiene que elaborar los principios metodológicos que orientan su proceso de investigación en los niveles empírico y teórico, así como el uso de los métodos y medios especiales del conocimiento. Los fundamentos metodológicos proporcionan la estrategia a seguir en la investigación, dan el enfoque general que enfoca el planteamiento del problema científico y su proceso de estudio y solución. (Díaz Narváez, 2009, p. 34)

1.9.1 Nivel de estudio:

(Andino Sosa, 2014) Sostiene que “es importante señalar el tipo de estudio, ya que su adecuada selección, influirá en la estrategia que diseñemos para la investigación.

Los tipos de investigaciones, según su nivel son: Exploratorios, descriptivos, correlacionales, explicativos.” (p. 240).

Descriptivo

(Muchos expertos), citado por (Augusto Bernal, 2006) , sostiene que la investigación descriptiva es un nivel básico de investigación, el cual se convierte en la base de otros tipos de investigación; además, agregan que la mayoría de los tipos de estudio tienen, de una u otra formas, aspectos de carácter descriptivo.

La investigación descriptiva se soporta principalmente en técnicas como la encuesta, la entrevista, la observación y la revisión documental. Un ejemplo de tema de investigación descriptiva es el Estudio de Mercado.

1.9.2 Modalidad de Investigación:

Para la investigación realizada se determina que debe ser de carácter mixto para que cubra las fases del proceso de investigación siendo de dos clases:

De campo

La investigación de campo es aquella que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto del estudio. En este caso el investigador entra en contacto directo con la realidad explorada.

Documental

Se realiza a través de la consulta de documentos, El análisis de la información de la investigación documental consiste en la identificación de los criterios obtenidos durante el trabajo planeado, con el propósito de detectar sus relaciones y arribar a razonamientos lógicos. (Elizondo Lopez, 2002)

1.9.3 Método:

El método (del griego: métodos; meta = hacia; hodos = camino) es un conjunto de acciones desarrolladas según un plan preestablecido con el fin de lograr un objetivo. También se puede considerar como la estrategia que emplean diferentes áreas del conocimiento para resolver sus problemas específicos. En un sentido más amplio, designa las operaciones generales (deducción, inducción, análisis y síntesis) que son comunes a todas las disciplinas. Por métodos entendemos toda una variedad de enfoques utilizados para la investigación para recoger datos que se emplearan como base para la: inferencia, interpretación, explicación y predicción. (Icart Isern, 2012).

Inductivo

(Galileo Galilei): razonamiento que, partiendo de casos particulares, se eleva a conocimientos generales. Distingue cuatro pasos esenciales: la observación de los hechos para su registro; la clasificación y el estudio de estos hechos; la derivación inductiva que parte de los hechos y permite llegar a una generalización: y la contrastación.

Deductivo

(Descartes): razonamiento que nos lleva de lo general a lo particular, de lo complejo a lo simple, muestra como un principio general (ley), descansa en un grupo de hechos que son los que lo constituyen como un todo. Considera que las conclusiones son una consecuencia necesaria de las premisas. Logra inferir algo observado a partir de una ley general. (Mardones, 2001).

1.9.4 Población y muestra

Población

Debido a que en primera instancia no se tuvo información exacta y específica sobre el número exacto de ciclistas o personas que necesitan usar un casco de ciclismo elaborado con fibra de carbono, por lo tanto se utilizó los datos para calcular el tamaño de la muestra población infinita. (La definición del grupo objetivo, así como el perfil del consumidor se detalla en el capítulo 2)

Muestra

Existen distintas fórmulas para calcular el tamaño de la muestra, según la población sea finita o infinita, es decir, si conocemos el número de individuos que la componen o si lo desconocemos. Algunos de los programas utilizados para el cálculo incorporan una casilla para incluir el tamaño de la población, otros la calculan basándose en poblaciones infinitas sin advertirlo, ya que, en la práctica, esta diferenciación no es importante, pues el número calculado con un método u otro no varía significativamente, en este caso, por “tamaño de la muestra” se entiende el número de ciclistas que deben incluirse en la encuesta pues este plan de negocio está dirigido a este segmento específicamente.

La determinación de la muestra se la realizará a través de la técnica de muestreo aleatorio simple, donde cada elemento de la población antes mencionada tiene igual probabilidad de ser elegido. Se ha establecido un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, obteniendo como resultado un valor de Z correspondiente a 1.96 de acuerdo a una tabla de distribución normal. Por otro lado, se ha determinado una probabilidad de ocurrencia (P) del 50% dado que, no se tiene ninguna información previa que permita estimar en forma exacta el porcentaje de personas que consumirán el producto.

El tamaño de la muestra para un diseño de encuesta basado en una muestra aleatoria simple, puede calcularse mediante la siguiente fórmula:

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

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = 1.96

P = 0.5

Q = (1 - P) = (1 - 0.5) = 0.5

e = Nivel aceptable de tolerancia de error = 0.05

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * (0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384.16$$

El número de 384 encuestas fue el que se realizó y del mismo se obtuvieron los resultados que se analizan a continuación.

Selección de instrumentos de investigación

La selección del instrumento utilizado para la medición de las variables está condicionada por su adecuación a los objetivos y a los participantes, quienes deben satisfacer la demanda implícita en el propio instrumento.

De los sujetos que componen la muestra, se tendrán en cuenta las características que, de algún modo, pueden condicionar la respuesta (edad, sexo, niveles social y cultural, etc.). Por ejemplo un cuestionario auto administrado exige del encuestado, capacidades de lectura y comprensión.

Los instrumentos se deben adaptar al contexto donde vayan a ser utilizados, por este motivo la simple traducción de un cuestionario, no garantiza que los datos obtenidos sean comparables con los del estudio para los que fue elaborado y validado. En este sentido sería desaconsejable que un estudio realizado y aún empleado con éxito en una ciudad, fuera realizado sin más en otro país. (Icart Isern, 2012).

El instrumento definido para la presente investigación será la encuesta, por ser considerada de mejor adaptabilidad para la obtención de los datos.

Procesamiento de datos

Para procesar la información que se obtenga de la encuesta se utilizará la hoja electrónica de Excel, la cual además permitirá elaborar los gráficos de resultados para cada respuesta.

A continuación se detallan las preguntas que forman parte de la encuesta:

1. Rangos de edad
2. Género
3. Lugar donde acude usted a cicular habitualmente

4. Frecuencia de práctica de ciclismo
5. Elementos de protección al cicular
6. Importancia de accesorios para el ciclismo

7. Uso de casco para ciclear
8. Lugares de adquisición de cascos para ciclismo
9. Preferencia de colores de cascos de ciclismo
10. Conocimiento de materiales de cascos para el ciclismo
11. Importancia del diseño de un casco
12. Clases de adornos en el casco
13. Comentarios

CAPÍTULO 2

EL MERCADO

2 Investigación de Mercados

Proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto. (Baca, 2010)

2.1 Objetivos del Estudio de mercado

Los objetivos para el presente estudio son:

Determinar y cuantificar la demanda de cascos de ciclismo elaborados a base de fibra de carbono al mercado Ecuatoriano.

Determinar y cuantificar la oferta de cascos de ciclismo elaborados a base de fibra de carbono para el mercado Ecuatoriano.

Estudiar los canales de distribución idóneos para la comercialización de cascos de ciclismo elaborados a base de fibra de carbono en el Ecuador.

Identificar los potenciales proveedores con mayores ventajas comerciales para la comercialización de cascos de ciclismo en el territorio Estadounidense.

2.2 Análisis de los cascos de ciclismo (Comportamiento Histórico)

El objeto del Análisis Histórico de la demanda es tener una idea aproximada de su evolución, con el fin de tener algún elemento de juicio serio para pronosticar su comportamiento futuro con algún grado de certidumbre. (Miranda Miranda, 2006, p. 91)

2.2.1 **Figura 0.2** Casco de inicios de 1900.



Desde los primeros días del ciclismo había lesiones en la cabeza. A inicios de 1900 los ciclistas de carreras comenzaron a utilizar "cascos" con un anillo de cuero alrededor de la cabeza y un anillo de lana dentro. Con su evolución el anillo de cuero alrededor de la cabeza se complementó con tiras de cuero dispuestas longitudinalmente en la cabeza. Mas con la desventaja que interior de la tiras eran espuma, no muy protectora y que también se podría con el paso del tiempo por el sudor.

Fuente: Bicycle Helmet Safety Institute

Elaborado por: Jorge Salinas

2.2.2 **Figura 0.3** Casco Snell inicios de 1970



1970 en los EE.UU. La Fundación Snell había promulgado la primera norma para un casco de bicicleta, pero en ese momento sólo un casco de motocicleta los podía pasar, y eso significaba dos libras de casco y sin ventilación

Fuente: Bicycle Helmet Safety Institute

Elaborado por: Jorge Salinas

2.2.3 **Figura 0.4** Casco Bell 1974



En 1974 el Área de la Asociación Ciclista Washington desesperaba por encontrar información sobre la protección relativa de las marcas de cascos formó un Comité para recopilar datos de las pruebas de paseo. WABA procuró cascos de muchas fuentes y comenzó una serie de pruebas de conducción. Descubrió que Bell era el mejor con su tecnología Poliestireno expandido (EPS)

Fuente: Bicycle Helmet Safety Institute
Elaborado por: Jorge Salinas

2.2.4 **Figura 0.5** Casco Bailen de 1980



A principios de 1980 el Dr. George Snively de la Fundación Snell acordó trabajar con el comité de casco de WABA para ejecutar una estricta investigación con pruebas de certificación de la calidad de los cascos poniendo a prueba la fuerza de la correa y la protección general. En ese momento había alrededor de 20 cascos para ser analizados, y las pruebas mostraron que un casco conocido como el Bike Bucket Bailén fue el mejor del lote.

Fuente: Bicycle Helmet Safety Institute
Elaborado por: Jorge Salinas

2.2.5 **Figura 0.6** Casco Giro 1986



1986 un diseñador llamado Jim Gentes diseño un casco de bicicleta con algunos respiraderos y sin cubierta dura, y formó Giro del diseño del deporte para comercializar el concepto. El peso ligero fue un éxito instantáneo, y el Giro comenzó a vender grandes cantidades de los cascos para pilotos y otras personas que podían pagar el alto precio.

Giro utiliza una cubierta exterior de tela lycra delgada. La cubierta fue cosida a mano en los EE.UU., y fue uno de los mayores costos de producción del casco.

Este diseño de casco todo Poliestireno expandido (EPS) pronto se distinguió como casco protector que tenía una desafortunada tendencia a una falla catastrófica en el primer golpe.

Fuente: Bicycle Helmet Safety Institute

Elaborado por: Jorge Salinas

2.2.6 **Figura 0.7** Casco innovación 1990



El diseño de 1990 fue una cubierta de plásticos duros delgados producida por separado de la espuma interior, y luego pegado.

Otra innovación de 1990, la colocación de la cubierta espuma en el molde primero, para pasar a la fundición luego de llenado el depósito completamente, sin espacios vacíos entre la espuma y la cubierta a menos que existan problemas de control de calidad, Esto permite al diseñador Adelgazar el casco hacia abajo para un estilo más atractivo y abrir más respiraderos.

Fuente: Bicycle Helmet Safety Institute

Elaborado por: Jorge Salinas

2.2.7 **Figura 0.8** Casco con estabilizador 2001



En 2001, los fabricantes añaden un estabilizador suplementario en muchos modelos en la forma de un parche de plástico o de correa de tela en la parte trasera para conectar por debajo de la protuberancia en la cabeza de los ciclistas (el hueso occipital) y sujetar mejor el casco. Muchas innovaciones en estos diseños estabilizadores han seguido, hasta la actualidad.

Fuente: Bicycle Helmet Safety Institute
Elaborado por: Jorge Salinas

2.2.8 **Figura 0.9** Casco Plegable 2012



Después de los modelos señalados previamente tenemos algunos modelos que son similares a los de años anteriores con pocas notorias diferencias como el Motorika de 1990 y el 2012 Biologic Pango, un modelo de cubierta dura que se pliega de la misma manera. Ambas partes dobladas en el medio para almacenarlo de forma compacta.

Fuente: Bicycle Helmet Safety Institute
Elaborado por: Jorge Salinas

2013 este casco camino único, con grandes orificios de ventilación y una forma compacta tiene crestas en la parte superior. Cuando cuatro grandes paneles se colocan entre las crestas, se transforma en un modelo aerodinámico redondo, suave. Cuenta además con versión europea, así como con una versión de la CPSC para los EE.UU. Está siendo comercializado como un casco urbano.

Fuente: Bicycle Helmet Safety Institute
Elaborado por: Jorge Salinas

2.2.9 Figura 0.10 Casco con orificios de ventilación



Octubre 2014 este casco de bicicleta incluye un micrófono para capturar los comentarios del usuario y una grabadora "caja negra" para la recolección de datos.

A lo largo de la historia los cascos de bicicleta han demostrado su valor al ayudar a prevenir lesiones en la cabeza. Ahora, un equipo de OSU estudiantes internos que trabajaban en Intel el pasado verano ha convertido las cascos de plástico resistente en un dispositivo electrónico que puede detectar y analizar un accidente, el casco puede enviar mensajes a los contactos designados con detalles acerca de la ubicación y el estado del ciclista. al igual que la caja negra de un avión, que almacena datos de accidentes que pueden arrojar luz sobre las intersecciones peligrosas y las condiciones del camino. El casco se deriva de un proyecto dirigida por el profesor de ingeniería OSU Don Heer.

Fuente: Fundación Tektronix.
Elaborado por: Jorge Salinas

2.2.10 Figura 0.11 Casco con caja negra 2014



2014 La marca Bern que se especializa en deportes de alto riesgo no motorizado brinda este modelo de casco de ciclismo elaborado completamente con fibra de carbono con un revestimiento de espuma EPS tradicional con un acabado satinado elegante.

Fuente: bernunlimited
Elaborado por: Jorge Salinas

2.2.11 **Figura 0.12** Cascos elaborados con Fibra de Carbono



2.3 La Demanda (Consumidor)

(Kotler, 2009) sostiene “La demanda está representada por los deseos de bienes y servicios específicos que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica, que están respaldados por una capacidad de pago” (p. 24)

2.3.1 Definición del grupo objetivo

En principio no se dispuso de estadísticas, lo cual es frecuente en muchos productos, recurriendo a la investigación de campo personal para conocer determinados gustos y preferencias de los ciclistas encuestados con el cual se procedió a la obtención de datos y cuantificación de la demanda. Una vez que hubo información estadística resultó menos complejo conocer cuál es el monto y el comportamiento histórico de la demanda.

Por otra parte al contar con información estadística del Banco Central sobre las importaciones de bicicletas se dispuso de fuentes denominadas secundarias que fueron complementarias a la investigación realizada.

Para la determinación del grupo objetivo para la venta de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono se considera al número de usuarios que practican ciclismo en la República del Ecuador que son alrededor de 3'110.055, esto se deduce del número de bicicletas importadas de acuerdo al Registro del Banco Central, de los cuales a partir de la encuesta particular realizada el 57% si utiliza casco de protección, es decir 1'772.731 ciclistas dentro de este segmento un 37% muestra interés de compra por el producto siendo 655.910 deportistas el mercado objetivo para el presente estudio.

Los pasos utilizados para la presente deducción del mercado objetivo fueron de esta manera:

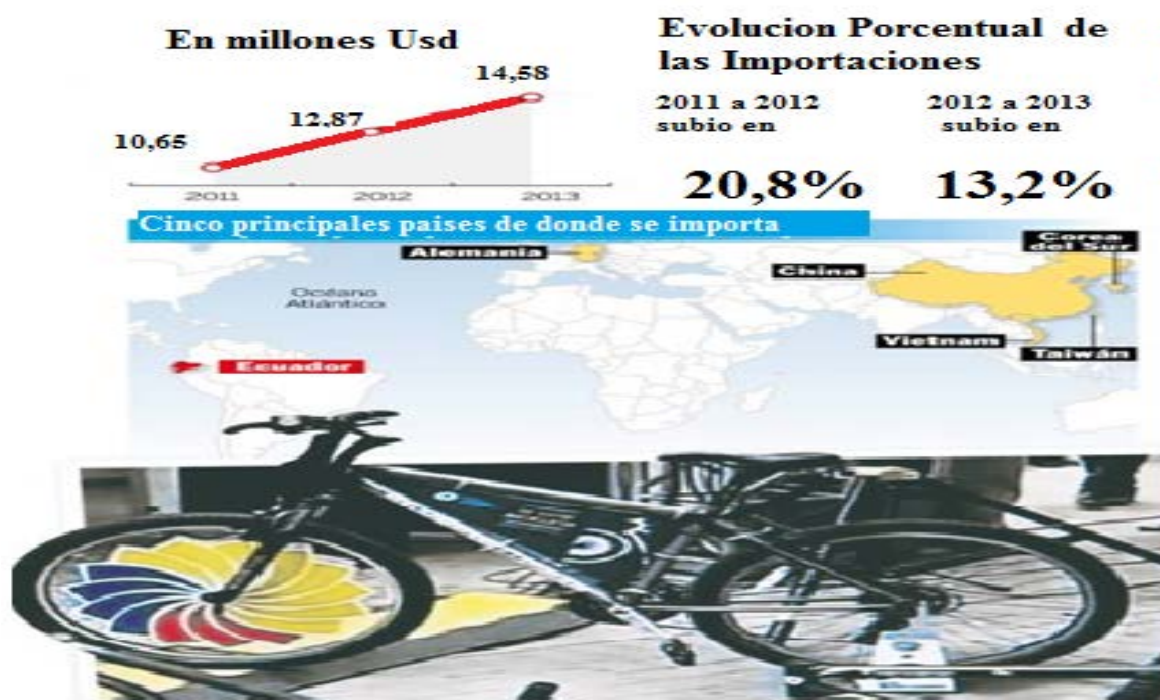
2.3.1.1 **Tabla 3** Bicicletas importadas desde 1990 hasta 2013

Importación de bicicletas en la República del Ecuador Durante el Período.	Peso total Importaciones en toneladas	Peso total importaciones en kilos	Peso promedio 1 bicicleta Kilos.	Número de bicicletas
1990- 2013	46.650,83	46'650.830	15	3'110.055

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Jorge Salinas

2.3.1.2 **Figura 0.13** Importación de bicicletas



Fuente: Banco Central del Ecuador y metaltronic.

Elaborado por: Jorge Salinas

2.3.2 **Perfil del consumidor**

En la República del Ecuador con una población de 15'745.418 de acuerdo a estadísticas consultadas (INEC, 2015), para quienes la habitamos así como para quien viene de paseo o para realizar otras actividades con cierta frecuencia, le será muy fácil apreciar el auge del ciclismo que en los últimos 15 años, va teniendo mayor acogida en Quito, por ejemplo y de acuerdo a informes de las autoridades correspondientes en los informes públicos a sus mandantes se han

construido y habilitado 63,6 km de vías para el tránsito de ciclistas. De estos, el 20% (12,7 km) de la red es utilitaria, el 57% (36,3) es de tipo mixto y el 23% (14,6 km) es recreativa. La red vial de Quito está formada por 4 148 km.

Además resulta innegable que en los últimos años el uso de la bicicleta se ha ido posicionando como uno de los medios de transporte y deporte que más adeptos va consolidando a su adopción y práctica, especialmente sucede en las rutas de la Bici Q donde practican ciclismo más y más personas cada día, para lo cual hacemos referencia a la encuesta realizada por la Secretaría de Movilidad, en la cual se determinó que en el Distrito Metropolitano de Quito se realizan 5 200 000 viajes diariamente. De estos, al menos 13 000 son en bicicleta.

Además los domingos a través de un convenio establecido con el Municipio de Quito; Ciclopolis coordina el ciclo paseo en donde aproximadamente 60000 personas lo practican.

2.3.3 Segmentación

Principales variables de segmentación utilizadas para la comercialización de cascos elaborados con fibra de carbono dentro del territorio Ecuatoriano, posterior a su importación.

Segmentación geográfica

La segmentación geográfica divide el mercado en distintas unidades geográficas basándose en la proximidad física, lo que nos permite dividir el mercado en unidades geográficas diferentes.

Variables Geográficas

Continente:	América
Nación:	Ecuador
Región:	Sierra
Provincia:	Pichincha
Ciudad:	Distrito Metropolitano Quito

Segmentación demográfica

La segmentación demográfica para el presente análisis divide el mercado en grupos atendiendo a variables como:

VARIABLES DEMOGRÁFICAS

Edad:	de 4 a 70 años
Género:	Masculino y Femenino.
Nivel de Ingreso	Medio, Medio alto, Alto
Nivel educativo	Primaria, Secundaria, Superior

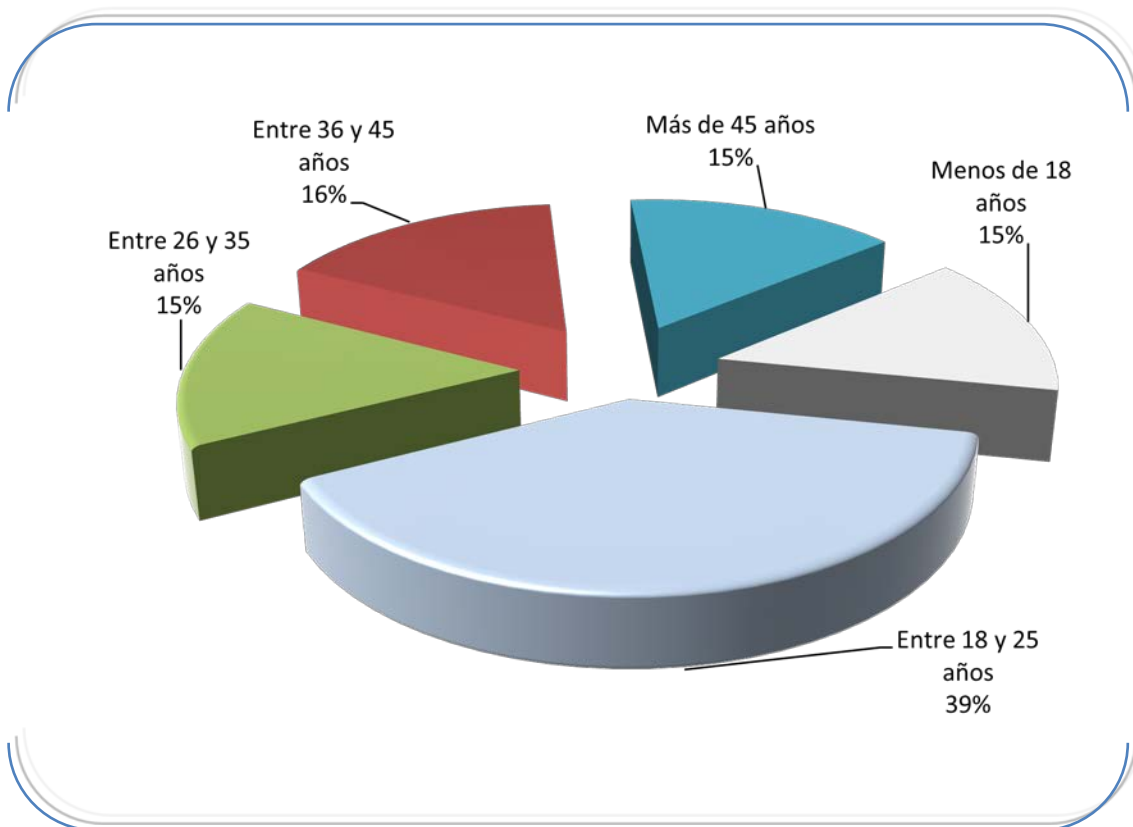
Cuando el proceso de división del mercado realizado revela la existencia de segmentos poco diferenciados y/o los recursos de la empresa son limitados, se aplicará una estrategia de segmentación indiferenciada, con una única oferta comercial para todos los grupos de compradores identificados.

La segmentación es clave para la posterior determinación de las estrategias de mercado, específicamente en cuanto se refiere a la segmentación del mercado para la importación de fibra de carbono para la ciudad de Quito y posterior elaboración de cascos de ciclismo, el tipo de personas no presenta mayor diferenciación a excepción de que deben tener un nivel de ingreso medio y alto, al igual que un adecuado conocimiento de normas básicas de seguridad y que reconozcan la importancia de utilizar casco de ciclismo al utilizar bicicleta.

2.3.4 Tabulación y Análisis de los resultados de la encuesta

Pregunta: (Edad)

2.3.4.1 Figura 0.14 Edad de los encuestados



Fuente: Investigación de campo

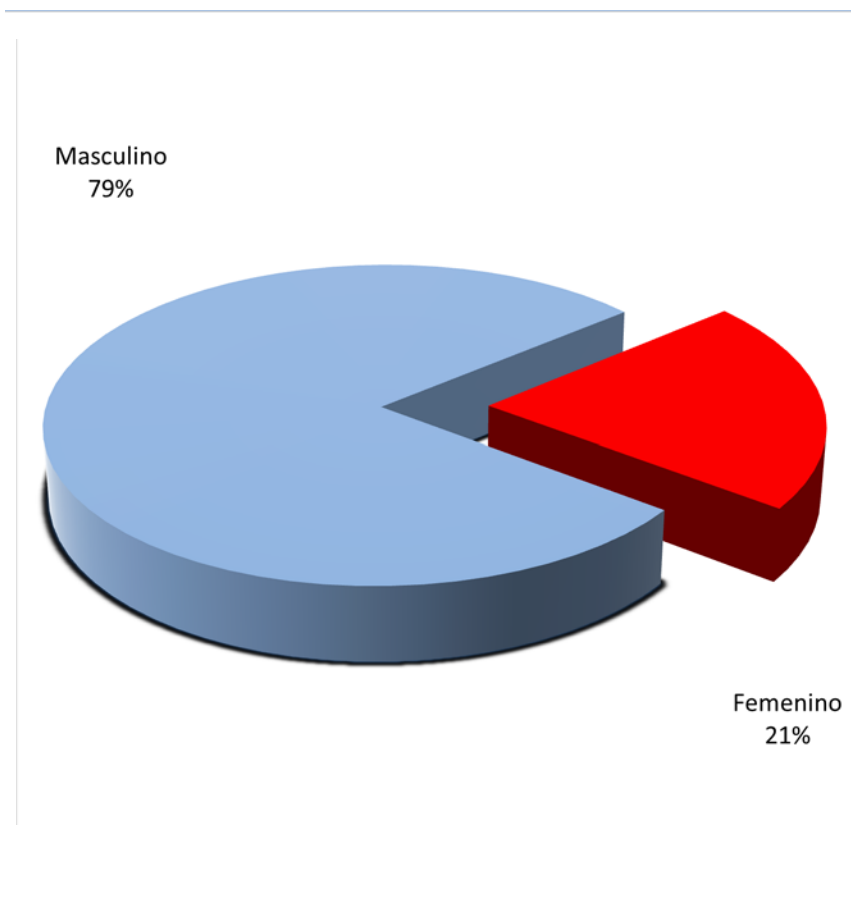
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

De la encuesta personal realizada el porcentaje más elevado es el de 39% y corresponde al de las personas que tienen una edad comprendida entre los 18 y 25 años. Además la mayoría de personas entrevistadas representa mucha Juventud incluyendo los menores de 18 años y el grupo comprendido entre los 26 y 35 años, lo que nos da un total de 69%, con lo que sumado al ciclismo como un deporte cada día más popular en Quito, al igual que un medio de transporte alternativo, nos permite estimar un mercado importante.

2. Pregunta: (Género)

2.3.4.2 **Figura 0.15** Género de los encuestados



Fuente: Investigación de campo

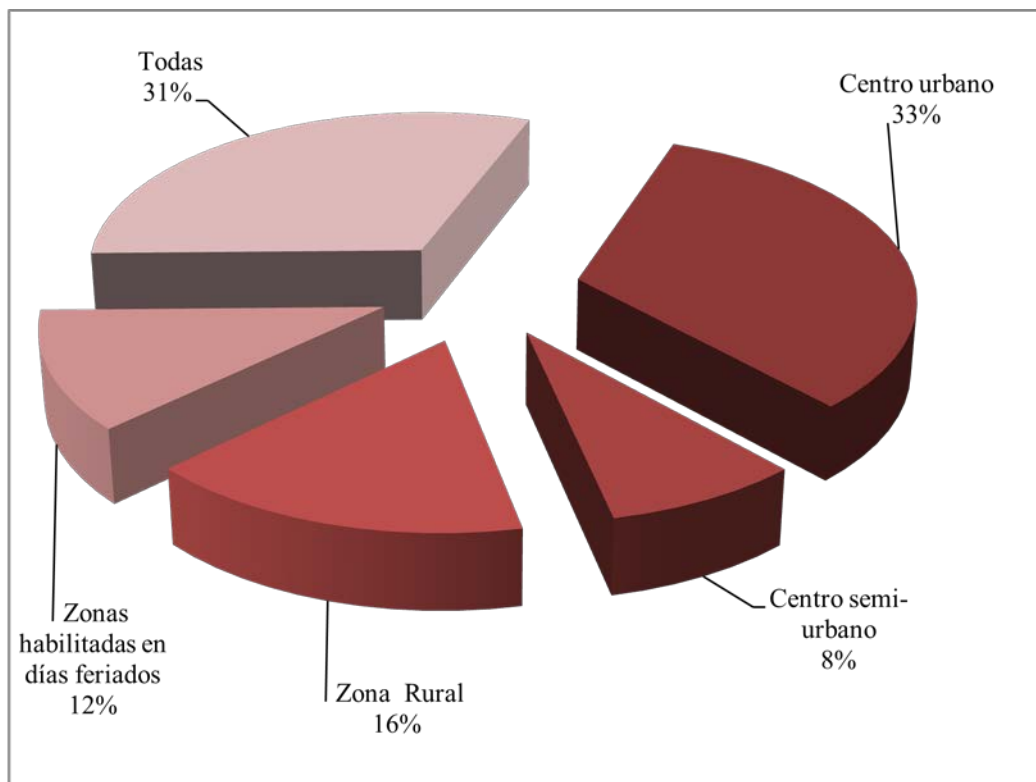
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Como se puede apreciar, el mayor porcentaje de personas que llenaron las encuestas corresponden al género masculino llegando a representar el 79% y un no menos importante 21% de representación del género femenino, es bastante clara y notoria la supremacía masculina en este deporte cardiovascular en la ciudad de Quito.

3. Pregunta: (¿Dónde acude usted a ciclear habitualmente?)

2.3.4.3 **Figura 0.16** Lugar habitual donde acuden a ciclear



Fuente: Investigación de campo

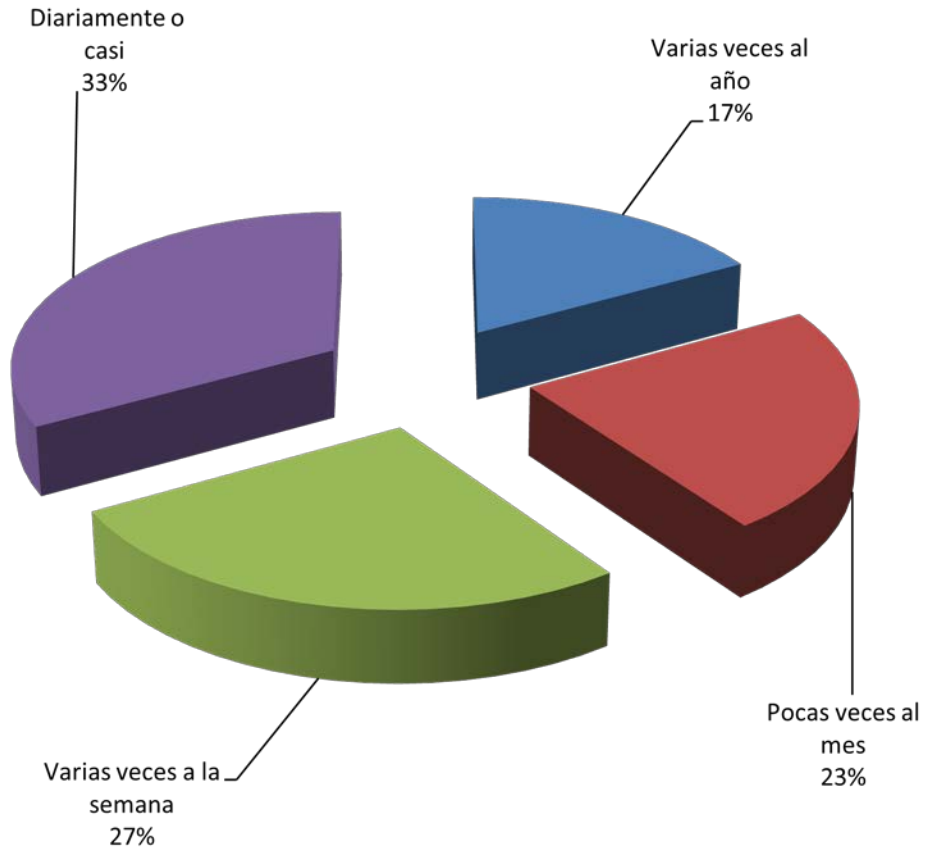
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Al realizar una suma del Centro urbano, que comprende al 33% junto a Todas las zonas 31% y las zonas habilitadas en días feriados 12%, nos da un total del 76% de practica ciclística dentro del Distrito metropolitano de Quito, frente al 16% que manifestó realizarlo exclusivamente en zona rural y un 8% que prefieren Los centros semi urbanos.

4. Pregunta: (¿Con qué frecuencia practica el Ciclismo?)

2.3.4.4 **Figura 0.17** Ocasiones en que practican ciclismo



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jorge Salinas

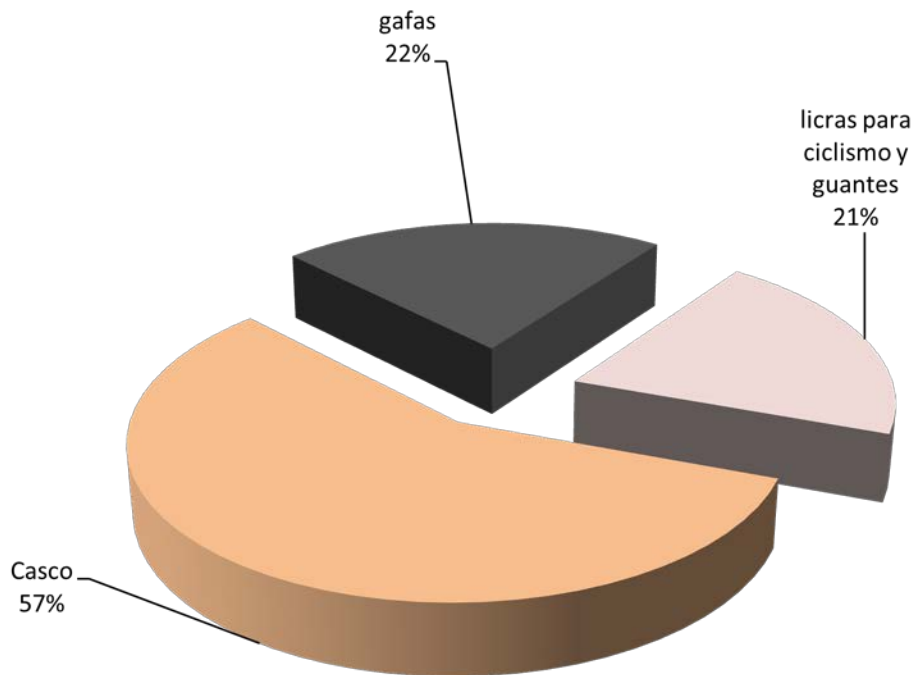
Análisis:

Como se puede ver, la mayoría dice practicar diariamente o casi 33%, un 27% varias veces a la semana, pocas veces al mes 23% y varias veces al año 17%.

5. Pregunta: (¿Usa usted algún tipo de protección al ciclear?)

5.1 Pregunta: (¿Sí?..... ¿Cuáles?)

2.3.4.5 **Figura 0.18** Tipo de protección que utiliza al ciclear



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jorge Salinas

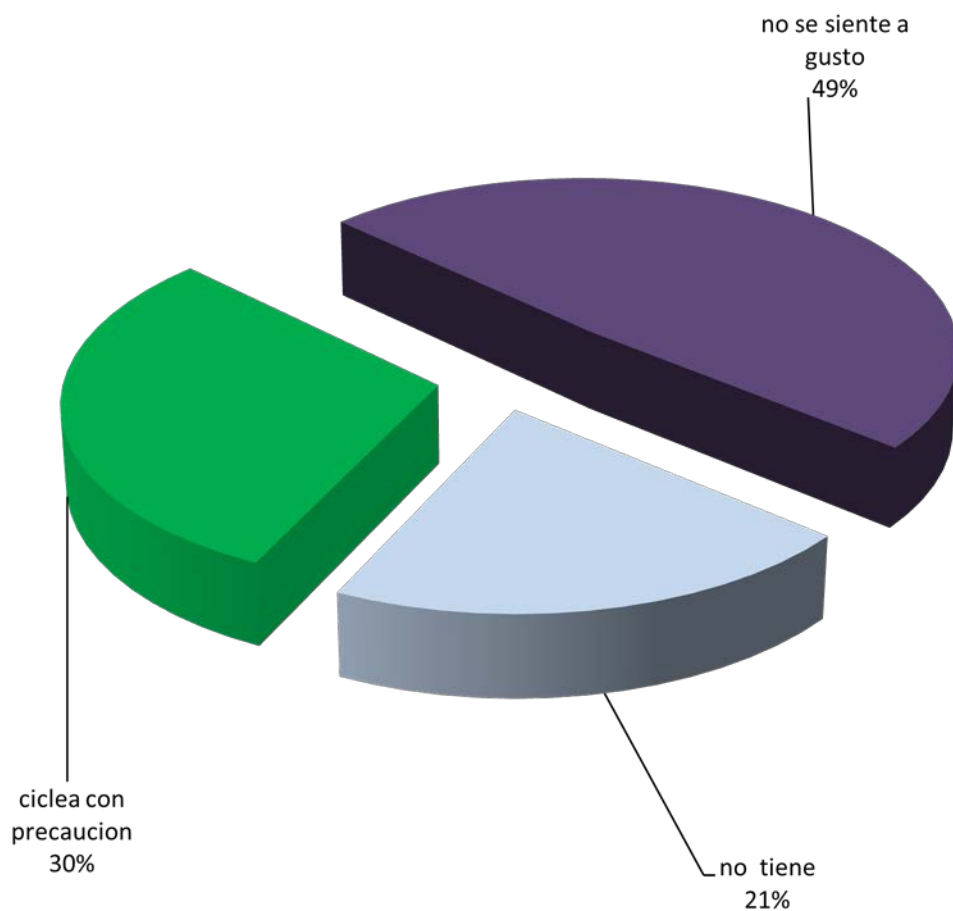
Análisis:

De las personas que utilizan protección al ciclear un 57% manifiesta que es el Casco de ciclear, un 22% manifiesta que son las gafas y el restante 21% dice que lo son las licras para ciclismo y guantes.

5.2 Pregunta:(¿Usa usted algún tipo de protección al ciclear?)

¿No? ¿Por qué?)

2.3.4.6 **Figura 0.19** Razón por la cual no usa protección al ciclear



Fuente: Investigación de campo

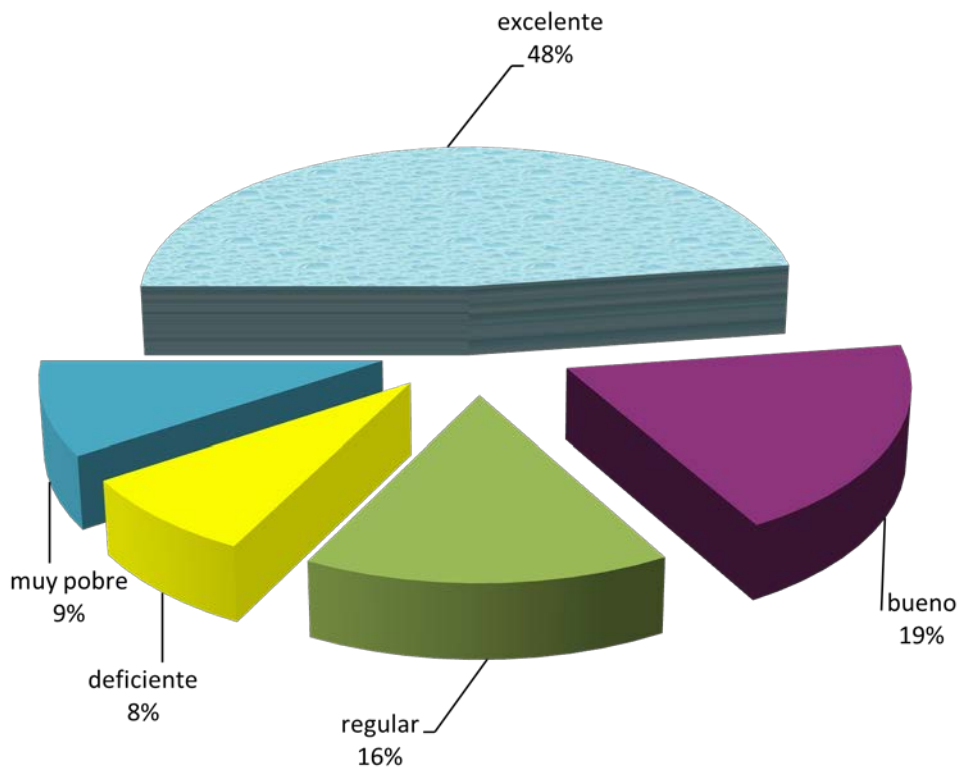
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Quienes no utilizan protección al ciclear, explican principalmente el Por qué y entre las principales causas, un 21% no tiene , el 30 % dice que no utiliza protección pues ciclea con precaución y el 49% debido a que no se siente a gusto.

6 Pregunta:(Valore del 1 al 5 la importancia que a su criterio le merece el uso de los siguientes aspectos relacionados con seguridad al ciclear (siendo 5 “excelente” y 1 “muy pobre”)

2.3.4.7 **Figura 0.20.** Criterio sobre uso de chaleco reflectante



Fuente: Investigación de campo

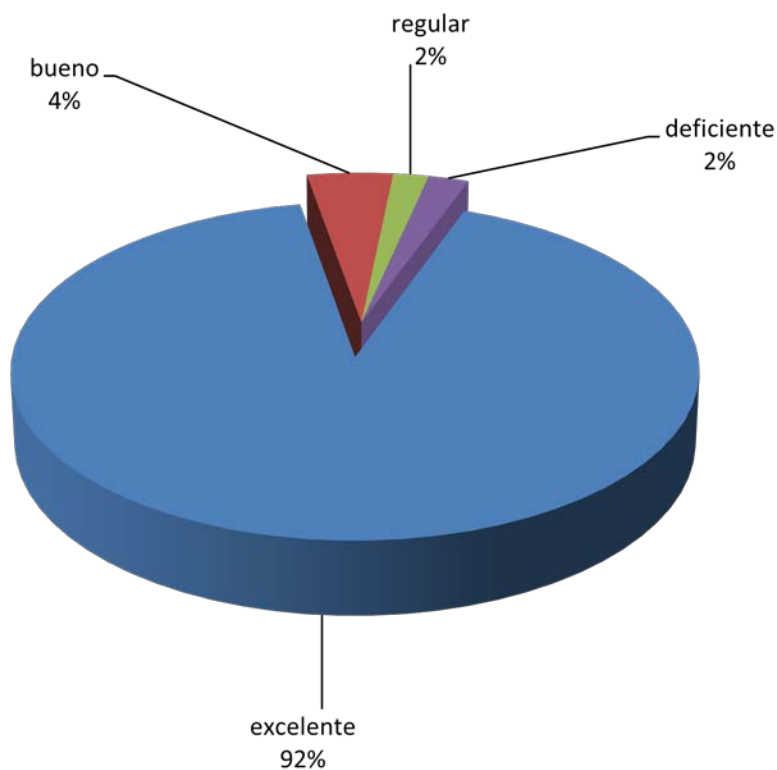
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Cuando se pidió la valoración del 1 al 5 sobre la importancia que a criterio personal consideraban sobre el uso de CHALECO REFLECTANTE, estos fueron los resultados: la mayor calificación fue excelente con el 48%, seguido por bueno 19%, regular 16%, muy pobre 9% y por último deficiente con el 8%.

6 Pregunta:(Valore del 1 al 5 la importancia que a su criterio le merece el uso de los siguientes aspectos relacionados con seguridad al ciclear (siendo 5 “excelente” y 1 “muy pobre”)

2.3.4.8 **Figura 0.21.** Criterio sobre uso de casco



Fuente: Investigación de campo

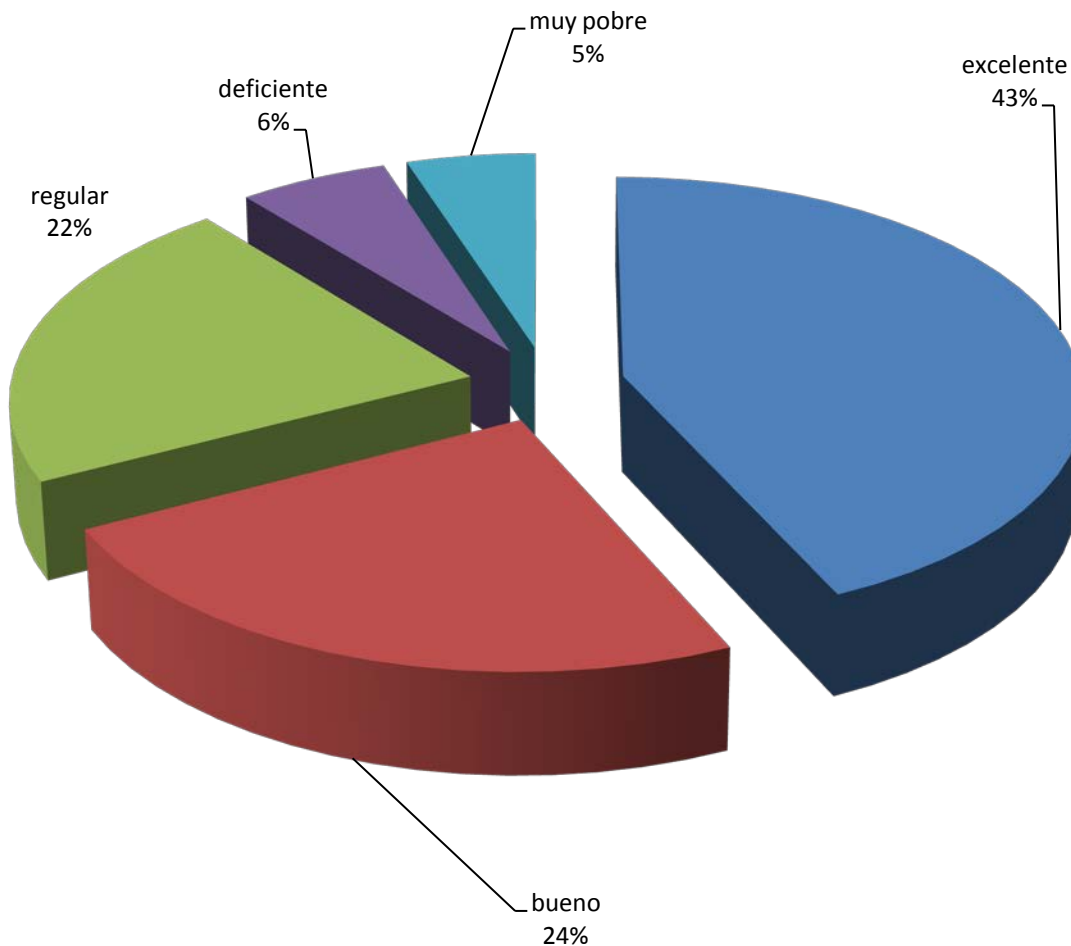
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Cuando se pidió la valoración del 1 al 5 sobre la importancia que a criterio personal consideraban sobre el uso de CASCO DE CICLISMO, estos fueron los resultados: la mayor calificación fue excelente con el 92%, seguido por bueno 4%, regular 2%, y por último deficiente con el 2%.

6 Pregunta:(Valore del 1 al 5 la importancia que a su criterio le merece el uso de los siguientes aspectos relacionados con seguridad al ciclear (siendo 5 “excelente” y 1 “muy pobre”)

2.3.4.9 Figura 0.22. Criterio sobre uso de ropa brillante o Leds



Fuente: Investigación de campo

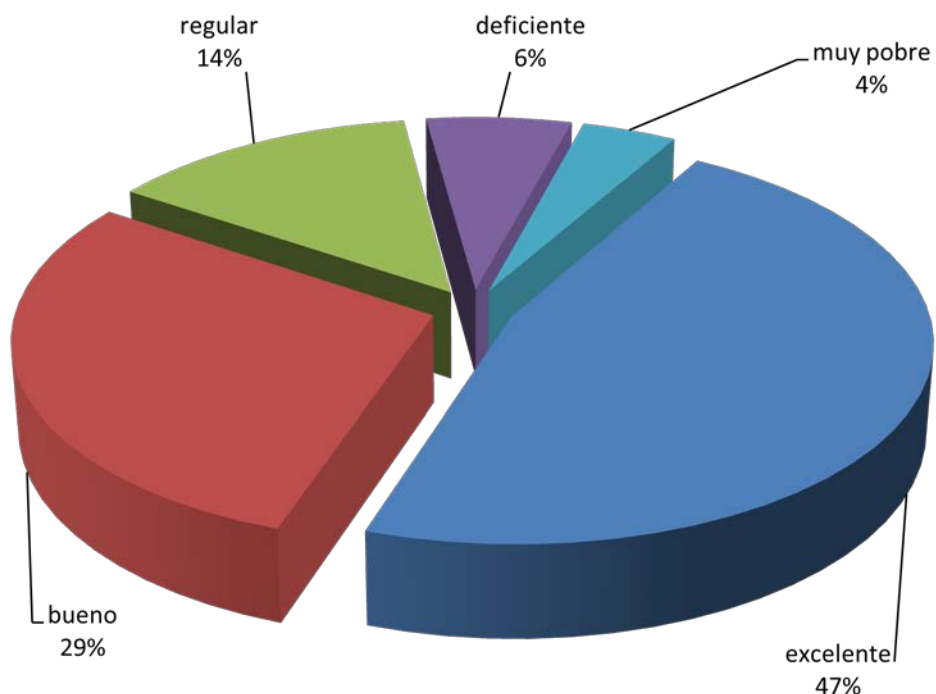
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Cuando se pidió la valoración del 1 al 5 sobre la importancia que a criterio personal consideraban sobre el uso de ROPA BRILLANTE O LEDS, estos fueron los resultados: la mayor calificación fue excelente con el 43%, seguido por bueno 24%, regular 22%, deficiente 6%, y por último muy pobre con el 5%.

6 Pregunta:(Valore del 1 al 5 la importancia que a su criterio le merece el uso de los siguientes aspectos relacionados con seguridad al ciclear (siendo 5 “excelente” y 1 “muy pobre”) Criterio sobre uso de REFLECTORES EN LOS LADOS DE LOS PEDALES

2.3.4.10 Figura 0.23. Criterio sobre uso de reflectores en los lados de los pedales



Fuente: Investigación de campo

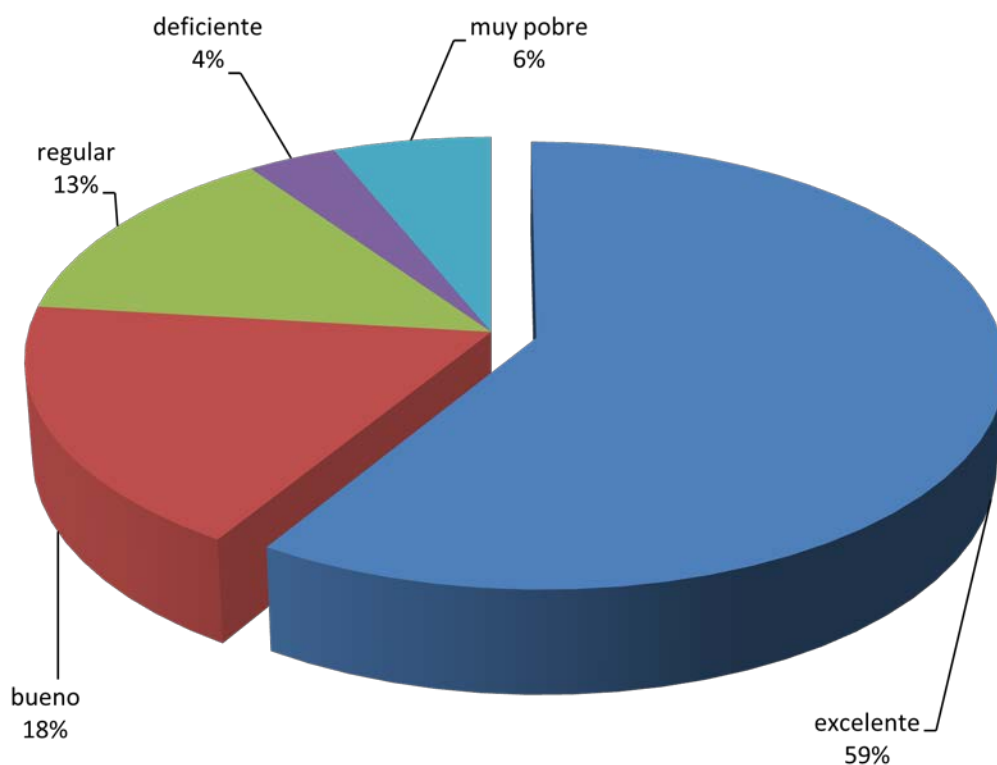
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Cuando se pidió la valoración del 1 al 5 sobre la importancia que a criterio personal consideraban sobre el uso de REFLECTORES EN LOS LADOS DE LOS PEDALES, estos fueron los resultados: la mayor calificación fue excelente con el 47%, seguido por bueno 29%, regular 14%, deficiente 6%, y por último muy pobre con el 4%.

6 Pregunta:(Valore del 1 al 5 la importancia que a su criterio le merece el uso de los siguientes aspectos relacionados con seguridad al ciclear (siendo 5 “excelente” y 1 “muy pobre”)

2.3.4.11 Figura 0.24. Criterio sobre reflectores en parte frontal y posterior de la bicicleta.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jorge Salinas

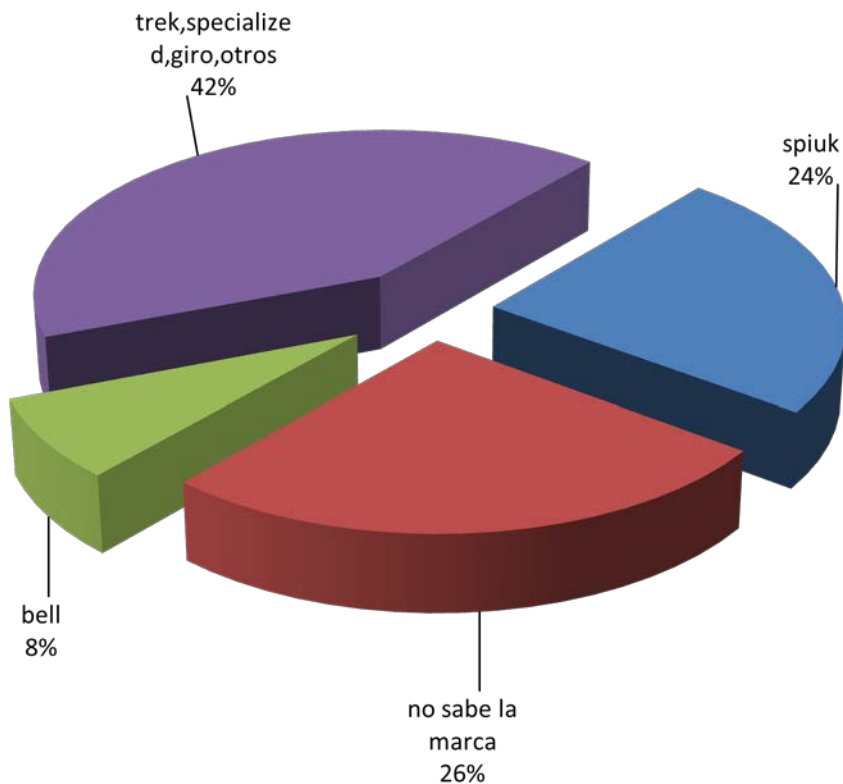
Análisis:

Cuando se pidió la valoración del 1 al 5 sobre la importancia que a criterio personal consideraban sobre el uso de REFLECTORES EN LA PARTE POSTERIOR Y FRONTAL DE LA BICICLETA obtuvo la mayor calificación de excelente con el 59%, seguido por bueno con el 18%, regular 13%, muy pobre 6% y por último deficiente con el 4%.

7 Pregunta:(¿Usa usted casco de seguridad al ciclear?)

7.1 Pregunta:(Si..... ¿Qué Marca?)

2.3.4.12 Figura 0.25. Marca favorita de casco



Fuente: Investigación de campo

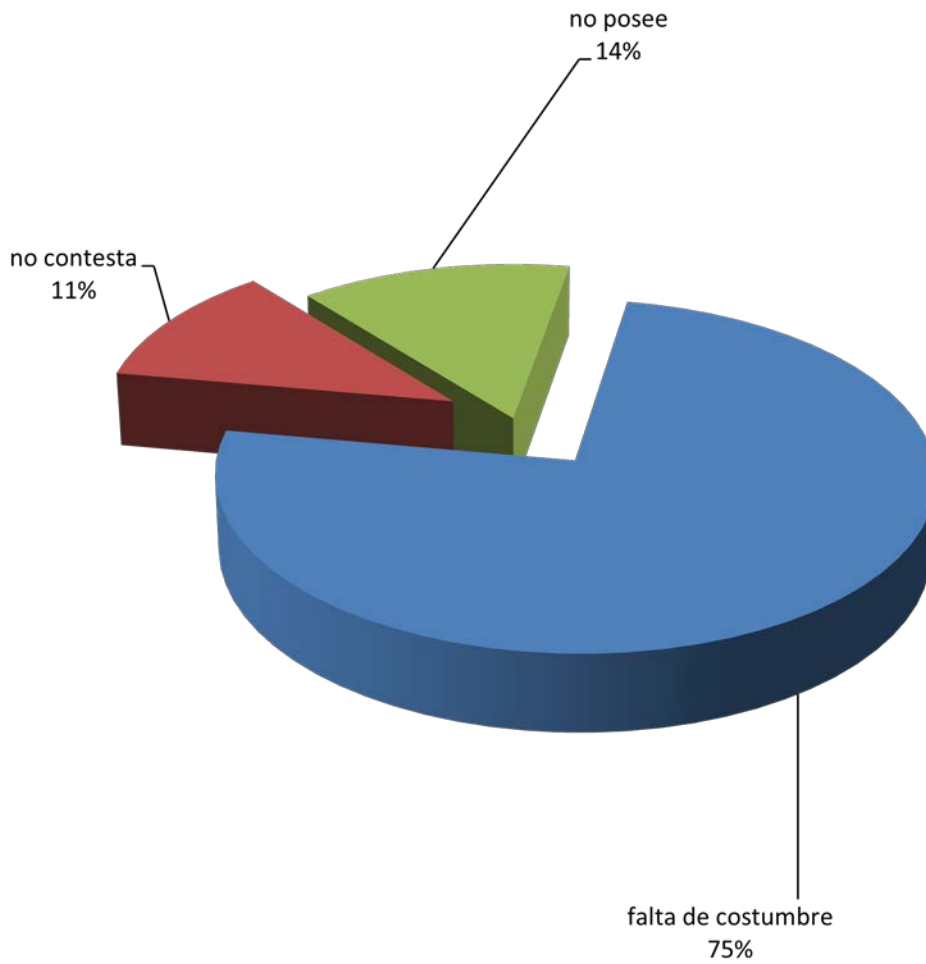
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Cuando se preguntó si se utilizaba casco de ciclismo y ¿Qué marca? Un mayoritario 26% no supo la marca; la marca con mayor porcentaje individual fue spiuk con el 24%, seguido por bell con el 8%, luego con un número de marcas muy extenso, pero entre las que sobresalían trek, specialized y giro el restante 42%.

7.2 Pregunta:(No..... ¿Por qué?)

2.3.4.13 Figura 0.26. Razón para no usar casco



Fuente: Investigación de campo

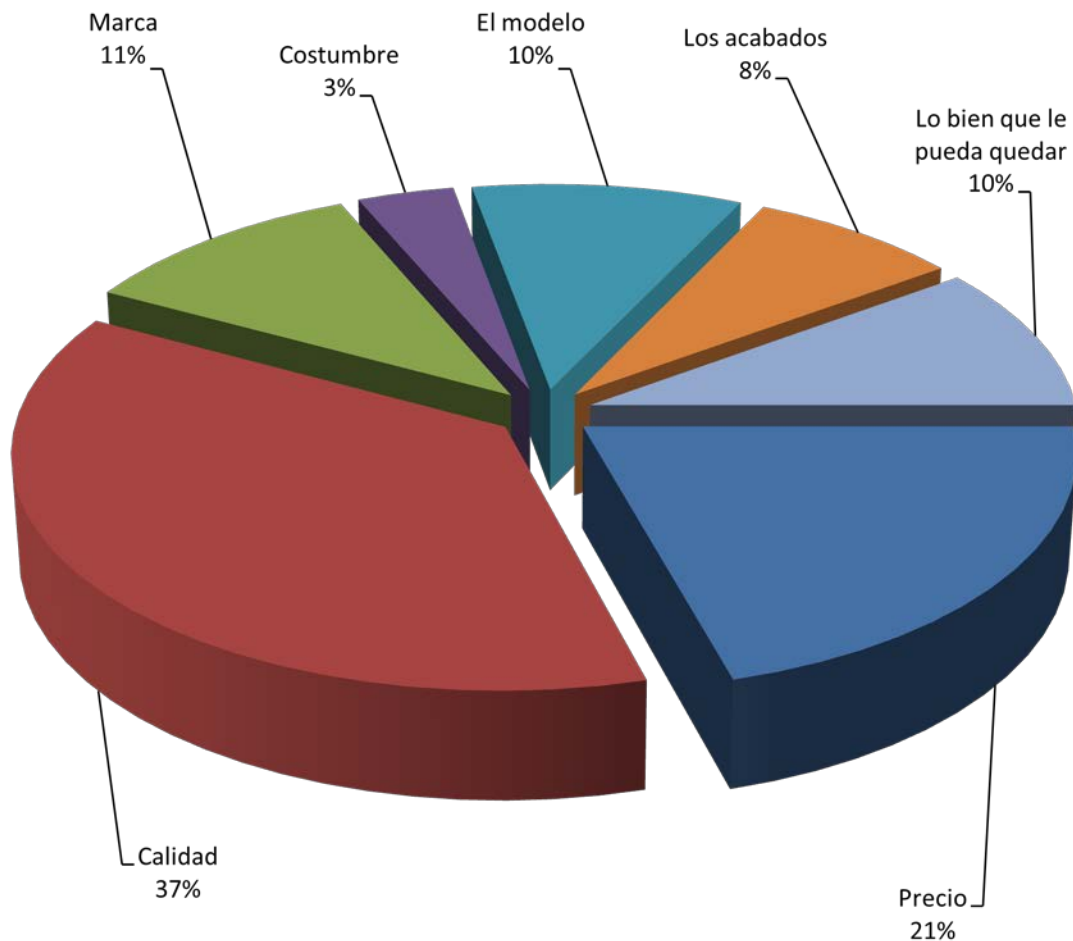
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

La razón de no uso mayor fue la falta de costumbre con el 75%, no contesta el 11% y no posee el 14%

8 Pregunta:(¿Por qué compra esta marca?)

2.3.4.14 Figura 0.27. Razón por la que compra una marca de casco



Fuente: Investigación de campo

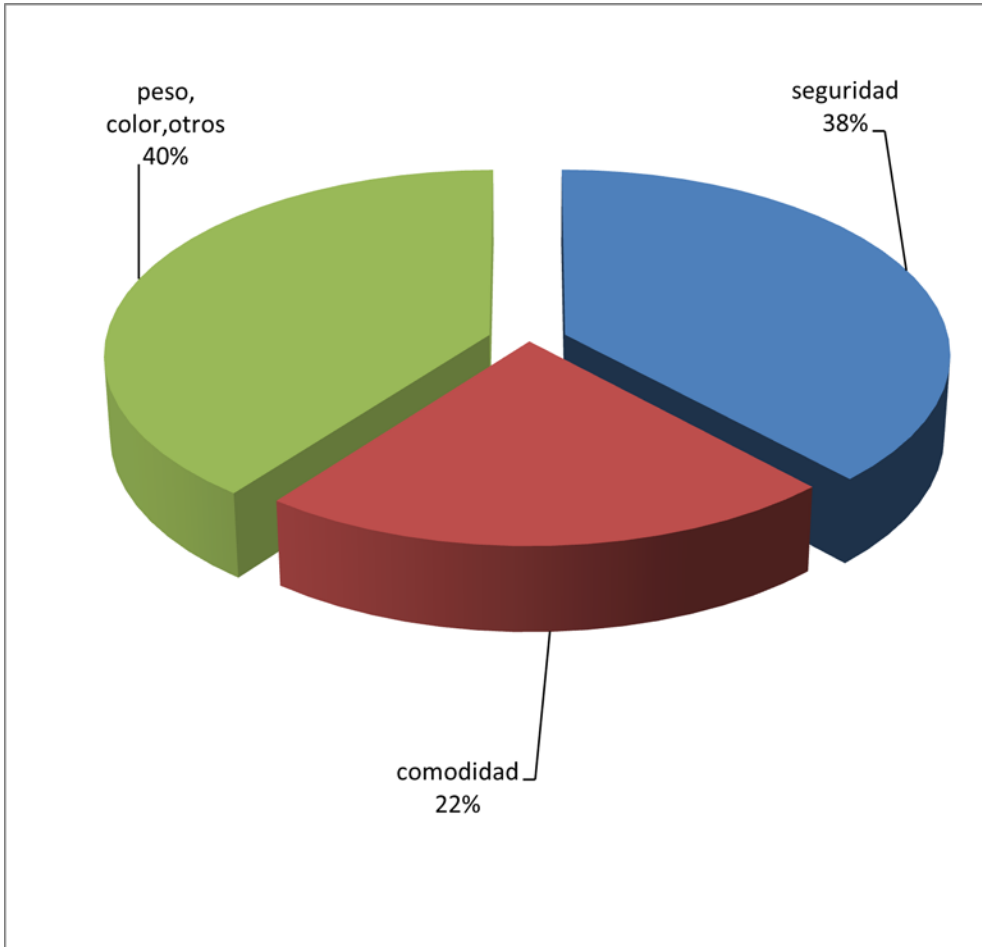
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Cuando de comprar un casco de ciclismo se trata tenemos que el precio incide en el 21%, la calidad 37%, marca 11%, costumbre 3%, el modelo 10%, los acabados 8% y lo bien que le pueda quedar 10%.

8.1 Pregunta:(Otra característica ¿cuál?)

2.3.4.15 Figura 0.28. Otras características



Fuente: Investigación de campo

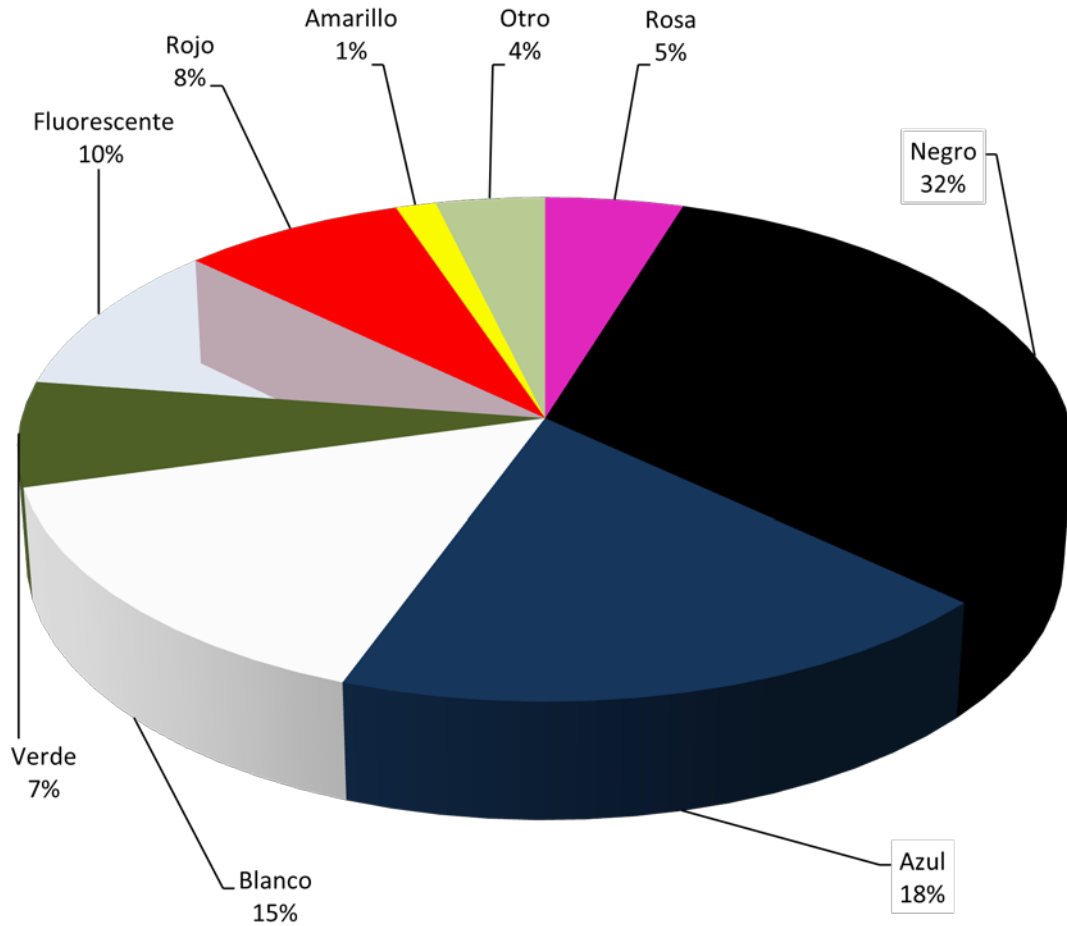
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

A quienes se les pidió otra característica de compra respondieron que la seguridad con el 38%, la comodidad 22%, el peso, color y otros el 40%.

9 Pregunta:(¿De qué color preferiría usar el casco?)

2.3.4.16 Figura 0.29. Color preferido para comprar un casco.



Fuente: Investigación de campo

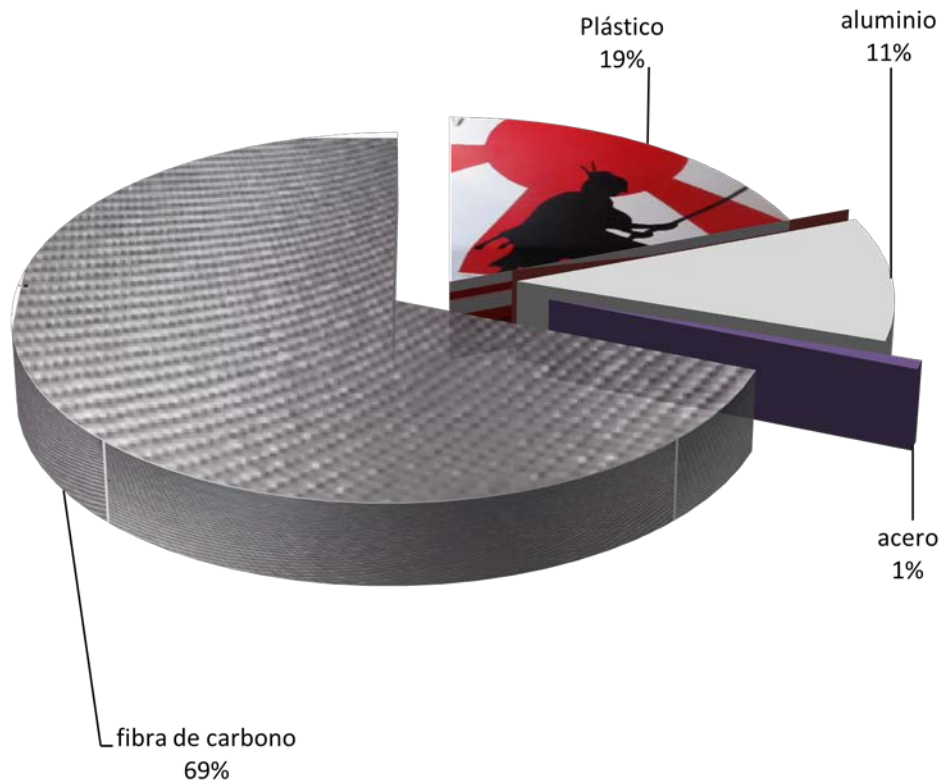
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

La elección de color favorito fue la siguiente: Rosa 5%, Negro 32%, Azul 19%, Blanco 15%, Verde 7%, Fluorescente 10%, Rojo 8%, Amarillo 1%, Otro 4%.

10 Pregunta:(¿Qué material considera adecuado para este producto?)

2.3.4.17 **Figura 0.30.** Material considerado más adecuado para un casco



Fuente: Investigación de campo

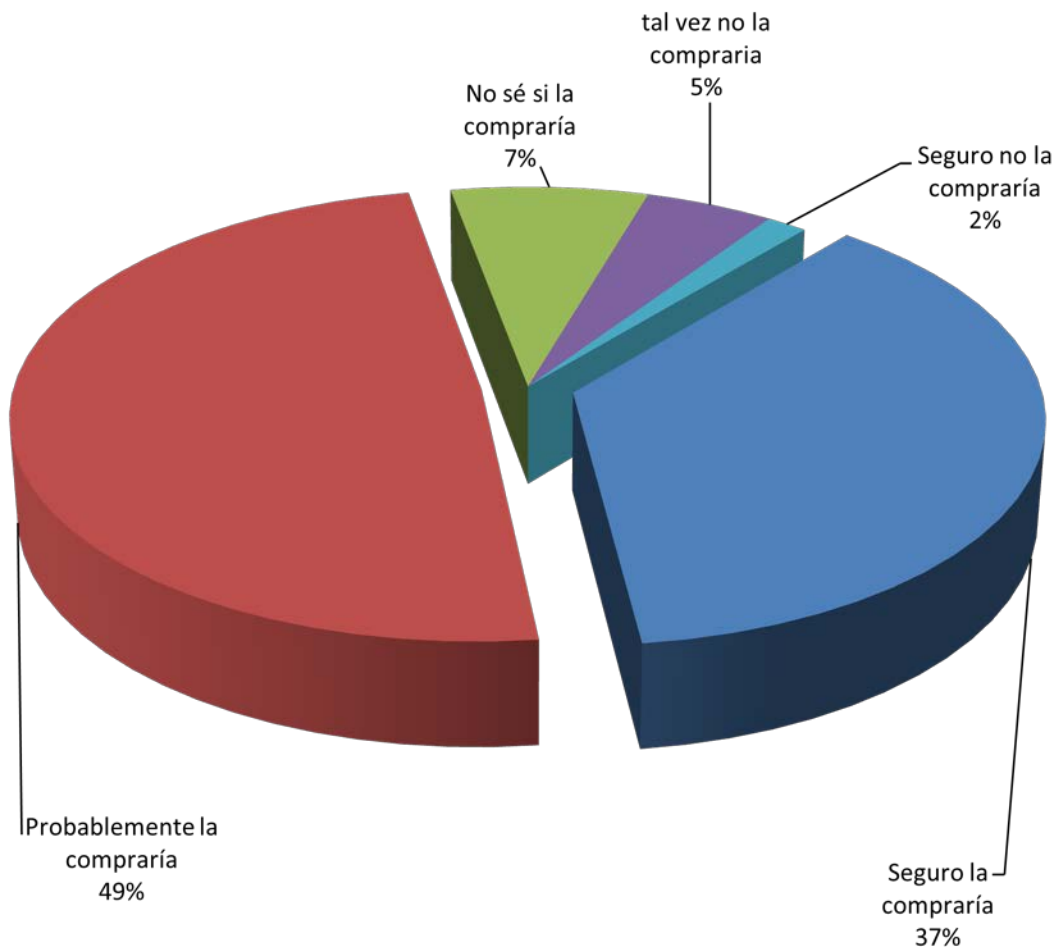
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Sobre el conocimiento y gustos para el material de un casco de ciclismo las respuestas fueron las siguientes: Plástico 19%, cuero 0%, aluminio 11%, acero 1%, fibra de carbono 69% y con respecto a otro tipo de material 0%, es decir no hubieron sugerencias o expresión por ningún material adicional a los enunciados.

11 Pregunta:(Si en el lugar donde compra habitualmente los cascos de ciclismo encuentra una nueva marca, elaborada de Fibra de Carbono. ¿Podría decirme hasta qué punto estaría dispuesto a comprarla?)

2.3.4.18 Figura 0.31. Decisión de compra de un casco elaborado con Fibra de Carbono.



Fuente: Investigación de campo

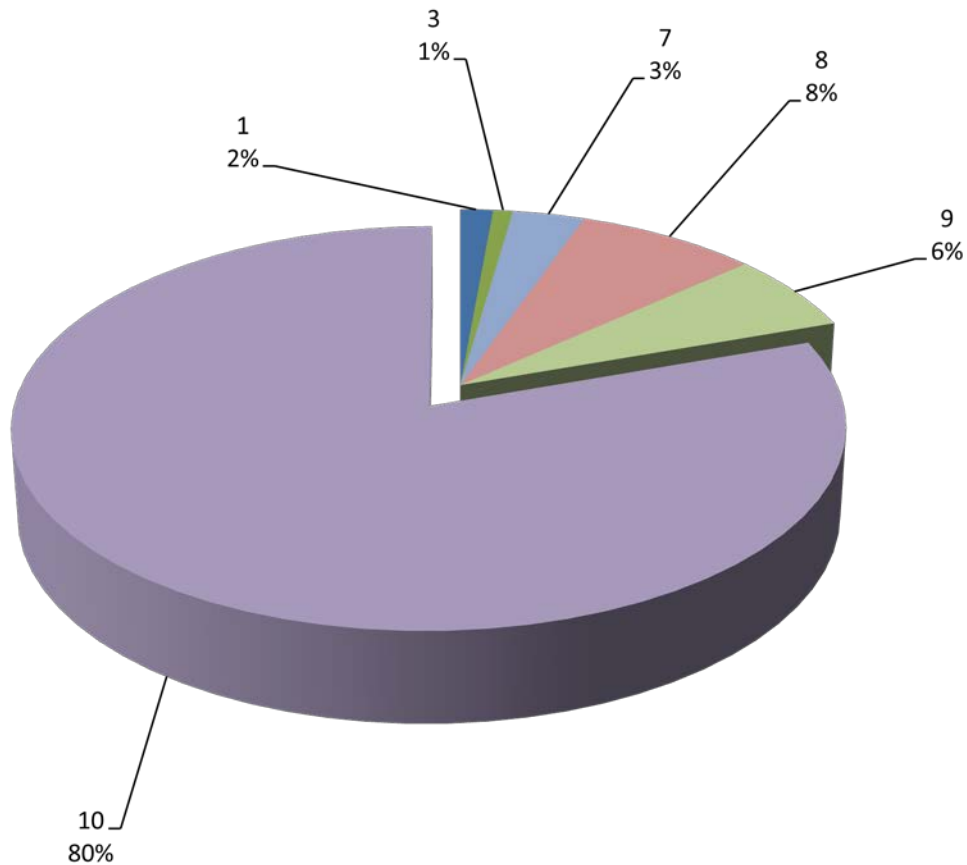
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Sobre la decisión de compra de un casco de ciclismo los resultados fueron los siguientes: Seguro la compraría 37%, probablemente la compraría 49%, no sabe si la compraría 7%, tal vez no la compraría 5%, seguro no la compraría 2%.

12 Pregunta:(como valoraría del 1 al 10 el diseño de un casco)

2.3.4.19 Figura 0.32. Calificaciones sobre la Protección que brinda un casco.



Fuente: Investigación de campo

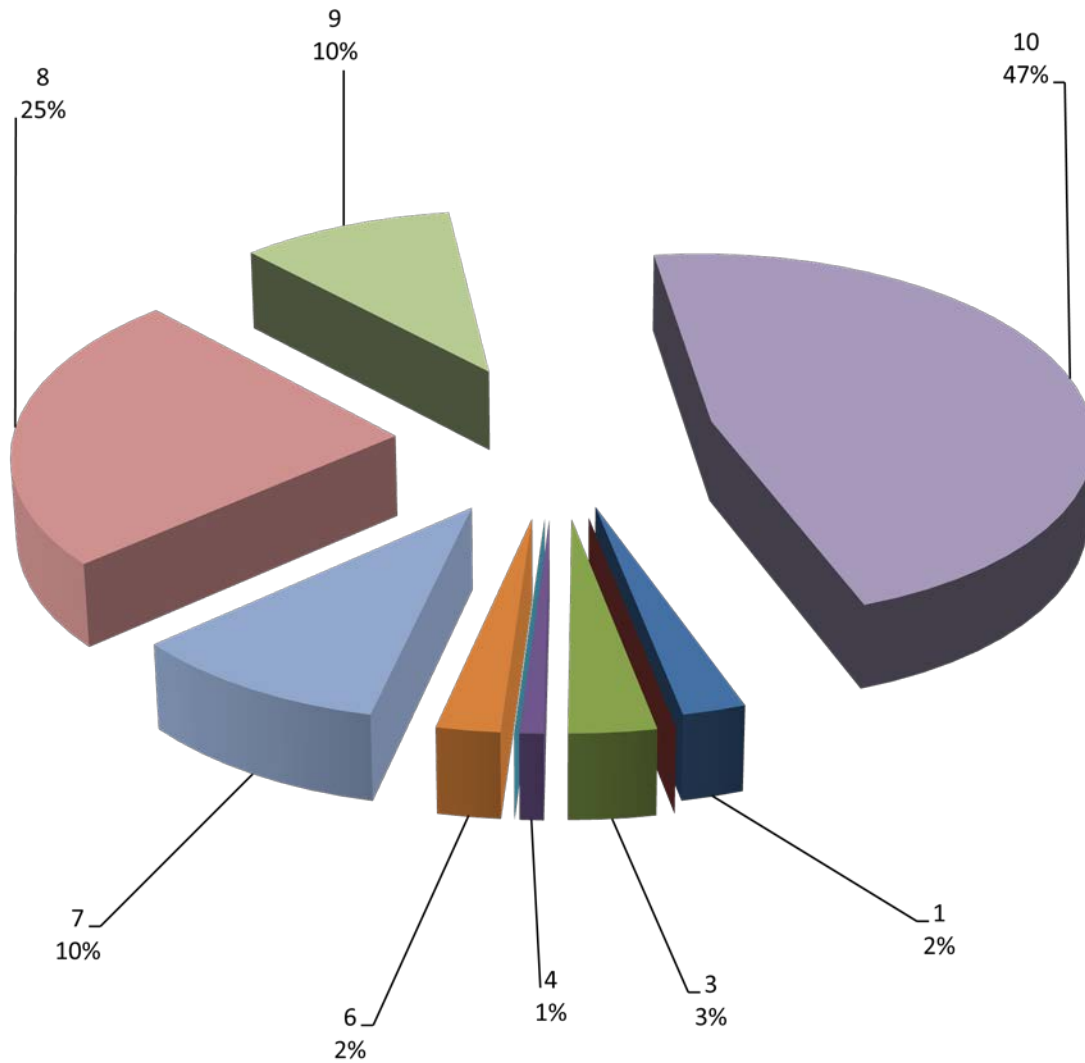
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Sobre la PROTECCION la calificación de 10 otorgada correspondió al 80%, 9/10 el 6%, 8/10 el 8%, 7/10 el 3%, 3/10 el 1%, 1/10 el 2%.

12 Pregunta:(como valoraría del 1 al 10 el diseño de un casco)

2.3.4.20 Figura 0.33. Calificaciones sobre la Estética que brinda un casco



Fuente: Investigación de campo

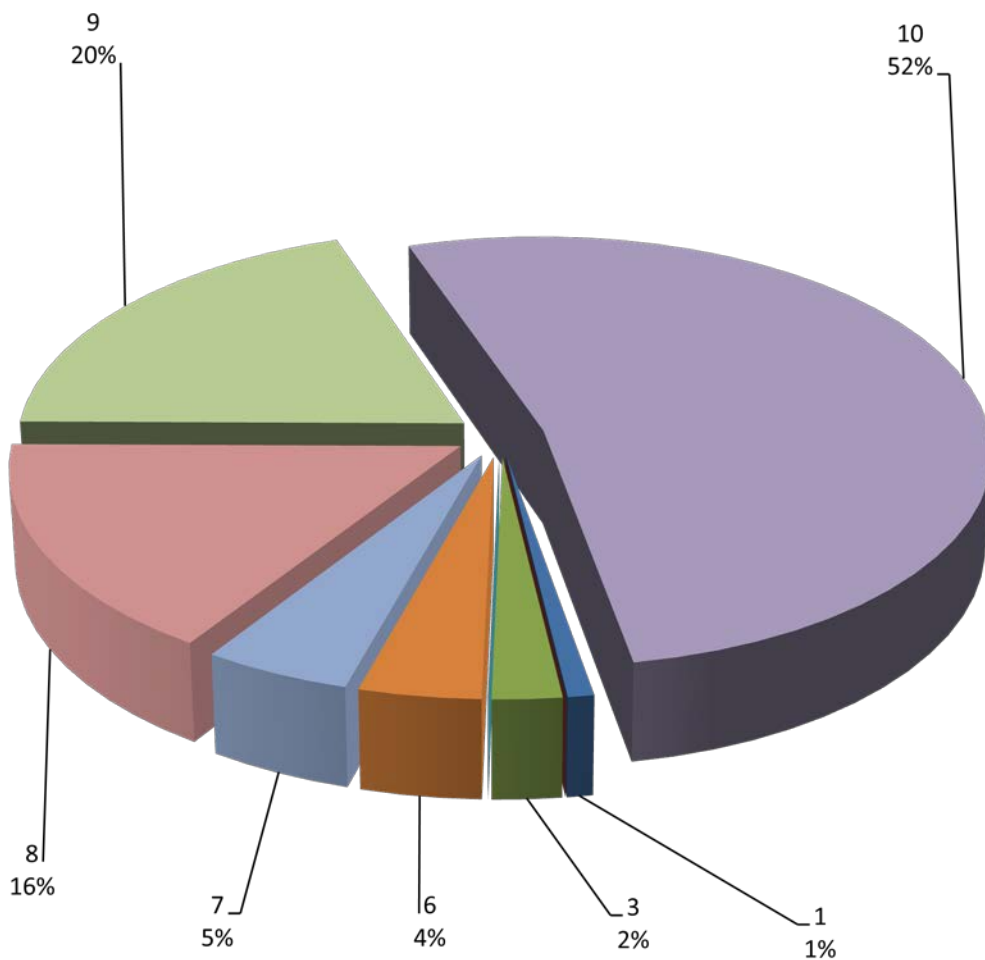
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Sobre la Estética la calificación de 10/10 otorgada correspondió al 47%, 9/10 el 10%, 8/10 el 25%, 7/10 el 10%, 6/10 el 2%, 4/10 el 1%, 3/10 el 3%, 1/10 el 2%.

12 Pregunta:(como valoraría del 1 al 10 el diseño de un casco)

2.3.4.21 Figura 0.34. Calificaciones sobre la ventilación que brinda un casco



Fuente: Investigación de campo

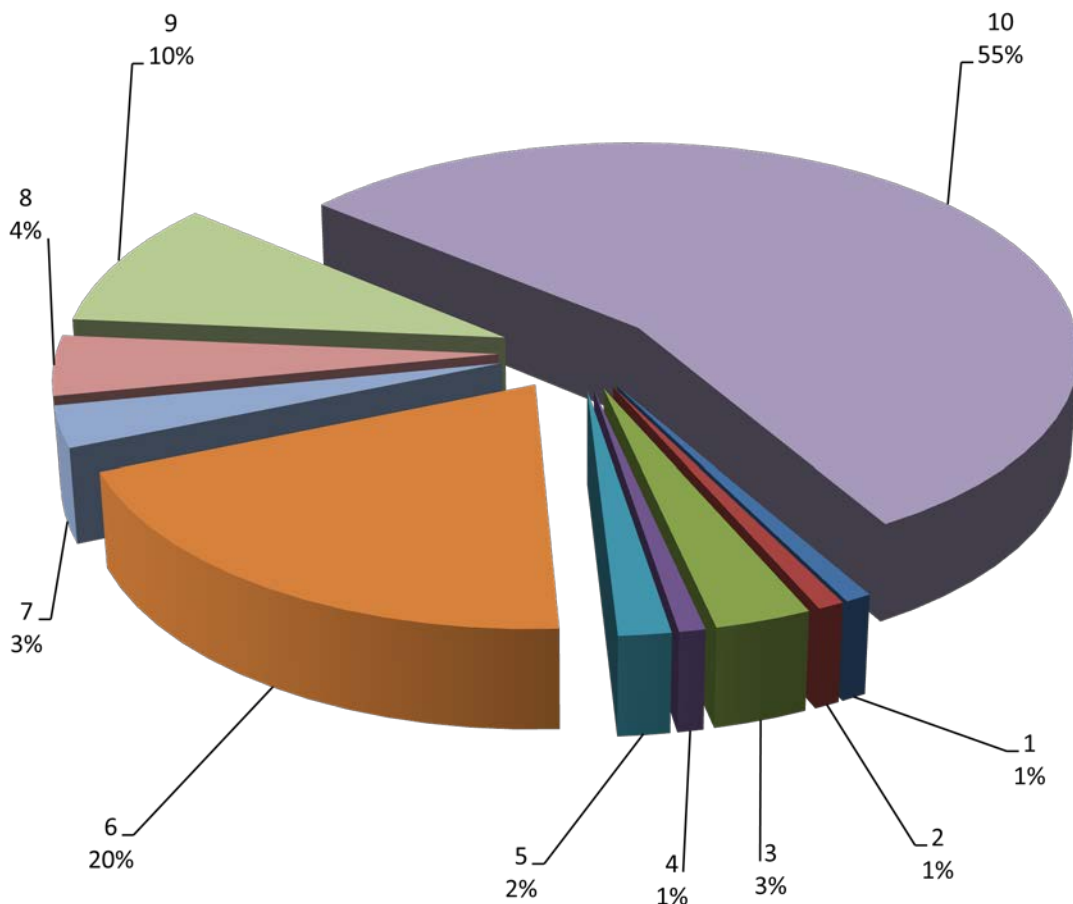
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Sobre la VENTILACION la calificación de 10 otorgada correspondió al 52%, 9/10 el 20%, 8/10 el 16%, 7/10 el 5%, 6/10 el 4%, , 3/10 el 2%, 1/10 el 1%.

12 Pregunta:(como valoraría del 1 al 10 el diseño de un casco)

2.3.4.22 Figura 0.35. Calificaciones sobre el Peso en un casco.



Fuente: Investigación de campo

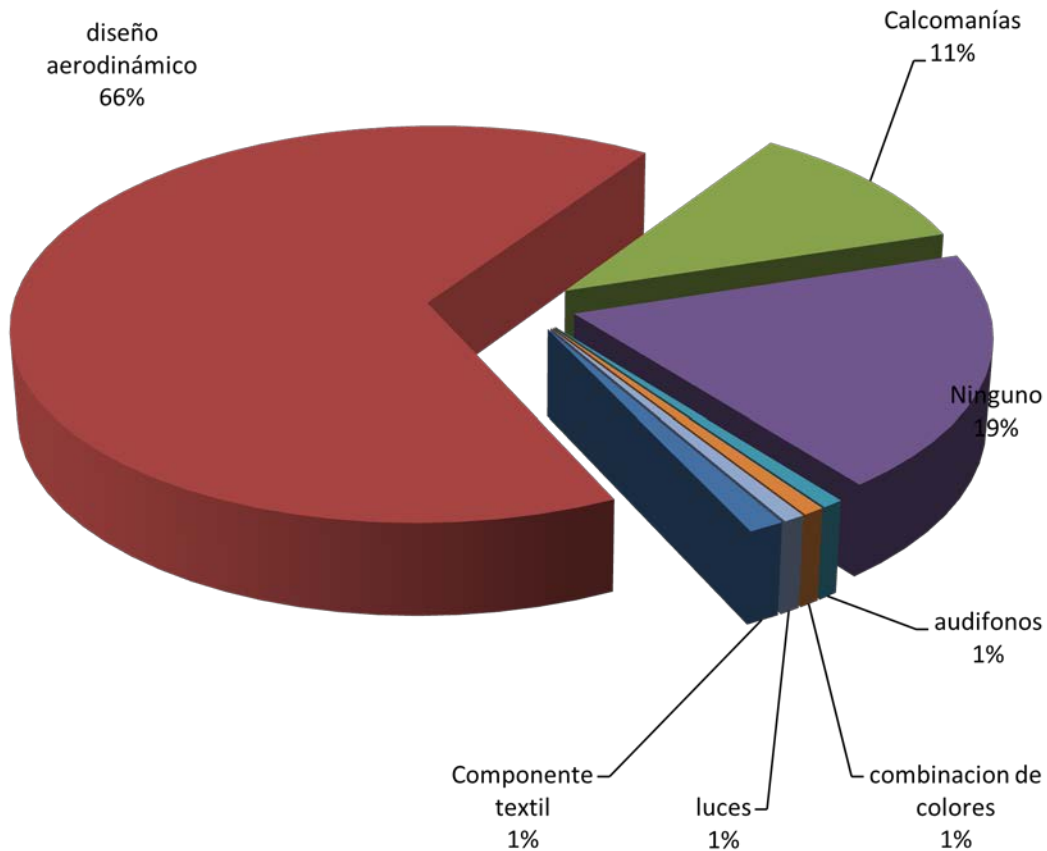
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Sobre el PESO la calificación de 10 otorgada correspondió al 55%, 9/10 el 10%, 8/10 el 4%, 7/10 el 3%, 6/10 el 20%, , 5/10 el 2%, 4/10 el 1%, 3/10 el 3%, 2/10 el 1%, y 1/10 el 1%.

13 Pregunta:(¿Qué tipo de adorno le gustaría que tuviese el casco?)

2.3.4.23 Figura 0.36. Preferencias sobre adornos en un casco



Fuente: Investigación de campo

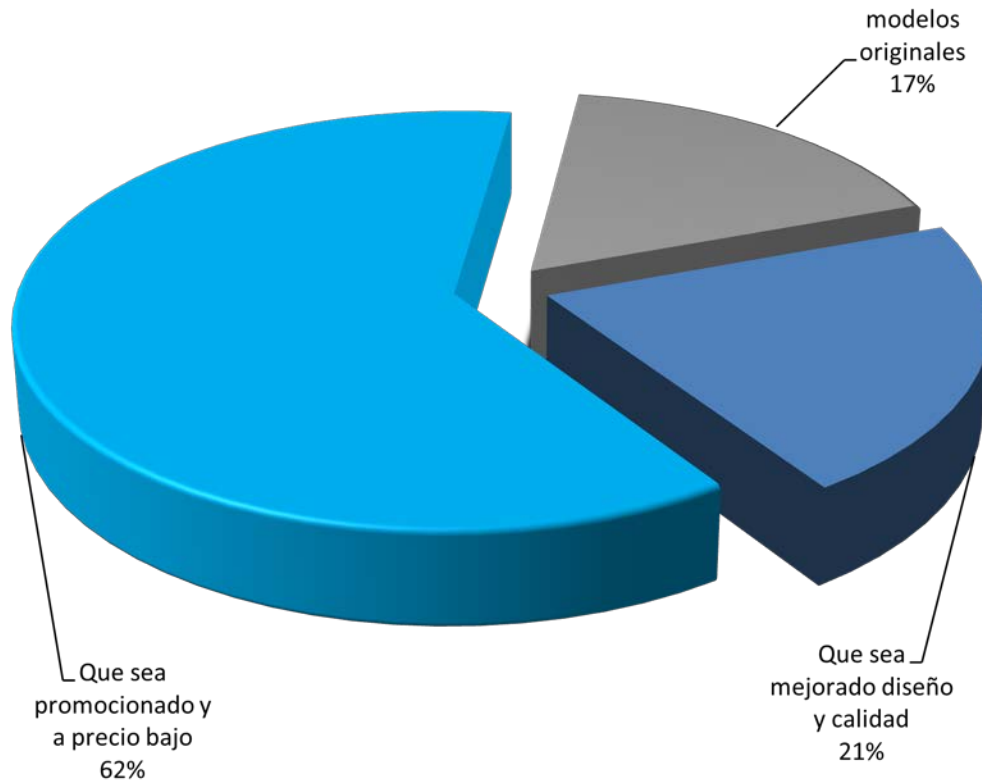
Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Para una característica estética de adorno específica adicional con respecto a un casco se obtuvo que componentes textiles un 1%, diseño aerodinámico 66% siendo el más importante en la mayor parte de consultados, calcomanías 11%, Ninguno 19%, audífonos 1%, combinación de colores 1% y luces 1%.

14 Pregunta:(¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre este producto?)

2.3.4.24 **Figura 0.37.** Sugerencias más comunes sobre la encuesta de cascos de ciclismo.



Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jorge Salinas

Análisis:

Los comentarios y sugerencias sobre un casco elaborado a partir de la fibra de carbono son de un alto relativo interés manifestando que sería oportuno y acertado que el mismo sea promocionado y a bajo precio con un 62% , otro porcentaje interesante fue el que sugieren modelos originales 17% y el 23% sugiere que se realicen los cascos con un mejor diseño y calidad , mas todo lo analizado anteriormente La Fibra de Carbono cumple con todos los comentarios, gustos y especificaciones de calidad y diseño en general.

2.3.4.25 **Tabla 4.** Tabla de Resumen de la Encuesta.

Pregunta	Mayor porcentaje
1. Edad	Entre 18 y 25 años
2. Genero	Masculino
3. ¿dónde acude usted a Ciclear habitualmente?	Centro urbano
4. ¿Con que frecuencia practica el Ciclismo?	Diariamente o casi
5. ¿Usa usted algún tipo o clases de protección al ciclear?	
Sí. ¿Cuáles?	Casco
No. ¿Porqué?	No se siente a gusto
6. Valore del 1 al 5 la importancia que a su criterio le merece el uso de los siguientes aspectos relacionados a seguridad al ciclear (siendo 5 "excelente" y 1 "muy pobre")	
Chaleco reflectante fluorescente	5
Casco	5
Ropa brillante o LEDs	5
Reflectores en los lados de los pedales	5
Reflectores en la parte posterior y frontal de la bicicleta	5
7. ¿Usa usted casco de seguridad al ciclear?	
Si..... ¿Qué Marca?	Spiuk
No..... ¿Por qué?)	Falta de costumbre
8. ¿Por qué compra esta marca?	Calidad
Otra característica ¿cuál?	Seguridad
9. ¿De qué color preferiría usar el casco?	

	Negro	
10 ¿Qué material considera adecuado para este producto?	Fibra de	61
Carbono		
11 ¿ Si en el lugar donde compra habitualmente los cascos de ciclismo encuentra una nueva marca, elaborada de Fibra de Carbono. ¿Podría decirme hasta qué punto estaría dispuesto a comprarla? Compraría.	Probablemente lo	
12 como valoraría del 1 al 10 el diseño de un casco		
Protección		10
Estética		10
Ventilación		10
Peso		10
13 ¿Qué tipo de adorno le gustaría que tuviese el casco?	Diseño aerodinámico	
14 ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre este producto		
	Que sea promocionado y a bajo precio	

2.3.5 Cuantificación y proyección de la demanda

En relación a la cuantificación de la demanda, de la encuesta realizada, la pregunta 5 es específica en preguntar (¿Usa usted algún tipo de protección al ciclear?), luego dentro de la misma pregunta 5.1 en caso de ser afirmativo se repregunta: (¿Sí?..... ¿Cuáles?) el resultado fue que se utilizan cascos de ciclismo con el 57% de respuestas afirmativas.

De la información obtenida del Banco Central, en cuanto se refiere a importaciones de bicicletas desde el lapso del 2009 al 2013, el cual viene en Toneladas se divide por el peso promedio de una bicicleta en kilos y se considera que por cada compra, se podrían adquirir

también cascos, con estos datos luego se calcula el 57%, que es el porcentaje de ciclistas que usan cascos de ciclismo y que representan a la demanda del mismo.

De la pregunta 11 que consulta (Si en el lugar donde compra habitualmente los cascos de ciclismo encontraría una nueva marca, elaborada de Fibra de Carbono. ¿Podría decirme hasta qué punto estaría dispuesto a comprarla?), la respuesta de un 37% que manifestó un 100% de seguridad de compra nos da la demanda de cascos de fibra de carbono.

2.3.5.1 Tabla 5. Demanda de cascos de ciclismo periodo 2009-2013

Año	Importación de bicicletas en toneladas Total	Peso en kilogramos Total	Unidad Bicicleta Promedio 15 Kg	Demanda de Cascos de ciclismo 57%
2009	2.362,43	2'362.430	157.495	89.772
2010	4.928,18	4'928.180	328.545	187.271
2011	4.519,52	4'519.520	301.301	171.742
2012	4.395,81	4'395.810	293.054	167.041
2013	5.281,72	5'281.720	352.115	200.705

Para realizar la proyección de la demanda, en primer lugar se debe determinar la fórmula establecida para calcular la (T.C.A.) tasa de crecimiento anual para varios años en el caso actual, pues tenemos datos de cinco años:

$$P = \left[\left(\frac{f}{s} \right)^{\frac{1}{y}} \right] - 1$$

Dónde:

F= valor o población final

S=valor o población inicial

Y=número de períodos

$$\left[\left(\frac{5'281.720}{2'362.430} \right)^{\frac{1}{4}} \right] - 1$$

= 1,226 - 1

= 0,23

= 23%

Con los datos de importación de bicicletas desde el año 2009 hasta el 2013 se obtiene una tasa de crecimiento anual del 23% con lo que se proyecta la demanda hasta el año 2023 a continuación:

PROYECCION DE LA DEMANDA

2.3.5.2 **Tabla 6.** Proyección y cuantificación de la demanda de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono (2015-2023).

Año	Importación De bicicletas Total en kilos	Unidades de Bicicletas de 15 kilos (promedio)	Demanda Total Cascos de Ciclismo	Demanda Total cascos De ciclismo Con fibra de Carbono 37%
2009	2'362.430	157.495	89.772	0
2010	4'928.180	328.545	187.271	0
2011	4'519.520	301.301	171.742	0
2012	4'395.810	293.054	167.041	0
2013	5'281.720	352.115	200.705	0
2014	6'496.516	433.101	246.868	0
2015	7'990.714	532.714	303.647	112.349
2016	9'828.578	655.239	373.486	138.190
2017	12'089.151	805.943	459.388	169.973
2018	14'869.656	991.310	565.047	209.067
2019	18'289.677	1'219.312	695.008	257.153
2020	22'496.303	1'499.754	854.860	316.298
2021	27'670.453	1'844.697	1'051.477	389.047
2022	34'034.657	2'268.977	1'293.317	478.527
2023	41'862.628	2'790.842	1'590.780	588.589

La demanda total de cascos de ciclismo de fibra de carbono (2009 2014) es igual a 0 porque no existían a la venta correspondiendo del mismo modo a la demanda insatisfecha.

2.4 La Oferta (Competencia)

Dado que no se encuentra disponibilidad de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono a la venta en el Ecuador, la oferta es igual a cero.

2.4.1 Determinación del perfil de la competencia

En referencia al perfil de la competencia se especifica claramente las marcas de preferencia de los encuestados, para lo cual la pregunta 7 de la encuesta personal expresa la interrogante:

¿Usa usted casco de seguridad al ciclear?..... ¿SI?..... ¿Qué marca?

2.4.2 Tabla 7 . Marcas de casco favoritas.

ENCUESTADOS	Porcentaje	MARCA
75	19.53 %	SPIUK
82	21.35 %	NO SABE LA MARCA
24	6.25 %	BELL
131	34.12 %	TREK, SPECIALIZED, GIRO, OTROS
72	18.75 %	NO DISPONE
384	100 %	MUESTRA

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Jorge Salinas

Conociendo los gustos de los ciclistas encuestados, en cuanto a marcas de cascos de ciclismo se realiza un breve análisis a las empresas que los fabrican:

SPIUK La empresa

SPIUK Sportline nace hace casi 20 años fruto del trabajo y compenetración de un equipo de 3 personas con experiencia en distintos campos como el deporte, marketing y las finanzas. Su excelente gestión e iniciativas llevadas a cabo permitieron que SPIUK alcanzara rápidamente una posición prominente como una de las empresas punteras en el sector del ciclismo.

El objetivo principal de SPIUK Sportline se centra en ofrecer un producto de la máxima calidad a todos aquellos ciclistas que quieren disfrutar de los mejores avances tecnológicos a un precio asumible para ellos.

Su filosofía empresarial les ha permitido la introducción en nuevos mercados en más de 20 países como: Portugal, Francia, Alemania, Suecia, Japón, Italia, Colombia, Brasil. (spiuk)

BELL

Bell fue fundada en 1954 en California por Roy Richter, un apasionado de las carreras de autos. En 1971 BELL diversificó en el mercado de cascos de moto y desarrolló el primer casco integral para motocicleta durante los próximos diez años, Bell no solo continuó sus esfuerzos en el campo de la automoción y de la motocicleta, sino también entró en la industria de la bicicleta con el primer casco de cáscara dura, el motorista en 1975. Además, se comenzó a proporcionar cascos para las carreras de marina, paracaidismo, y muchas otras actividades de alto riesgo donde se necesitaba protección de la cabeza. BELL es el mayor fabricante de ambos cascos de carreras de coches y cascos de bicicleta. (bellhelmets.com)

TREK

66

Trek Bicycle Corporation es un fabricante de bicicletas y de accesorios y componentes de ciclismo estadounidense, que distribuye bajo las marcas Trek, Gary Fisher, Bontrager, Klein y, anteriormente, también Lemond Racing Cycles. Con sede principal en Waterloo (Wisconsin), las bicicletas Trek son comercializadas a través de 1.700 comercios en Norteamérica, subsidiarias en Europa y Asia y distribuidores en 90 países del mundo. (wikipedia, 2014)

SPECIALIZED

Specialized Bicycle Components es un fabricante de bicicletas y componentes de ciclismo estadounidense, situado en la ciudad de Morgan Hill, California. Hoy en día tiene un prestigio Internacional, con distribuidoras en casi todo el mundo. (Components, 2014)

GIRO

Giro es una compañía estadounidense dedicada a la elaboración de cascos, gafas de sol y otros útiles para ciclismo, ski y snowboard. La empresa fue creada en 1985 por Jim Gentes y tiene su sede principal en el área de Santa Cruz (California, EE. UU.). Se trata de una de las empresas líderes a nivel mundial en su ámbito de negocio. Los principales mercados de la compañía son Estados Unidos y Europa, aunque cuenta también con distribuidores en Sudáfrica y algunos países de Asia.

Giro forma parte de Easton-Bell Sports, tras ser adquirida en 1995-1996. La compra de Giro por parte de su competidora Bell no supuso una unión de ambas marcas, manteniendo cada una su nombre comercial diferenciado

En 1999 Bell decidió trasladar la producción de Giro de su sede original de Santa Cruz a la planta de fabricación de la propia Bell en Ratoul (Illinois) para ahorrar

costos, teniendo que despedir a 139 trabajadores. Sin embargo, Giro se mantuvo independiente en lo referente al diseño e Innovación de sus productos, departamentos que a permanecieron en Santa Cruz al igual que sus divisiones de publicidad y ventas. (cyclopaedia.es, 2013)

2.5 Identificación y Ubicación de los Proveedores

Si bien BELL es considerada la fábrica más grande en la elaboración de cascos de ciclismo; no ofrece actualmente cascos de ciclismo hechos con fibra de carbono.

BERN en cambio es una fábrica que vende, gran variedad de cascos de ciclismo, entre ellos y para el proyecto actual se considera exclusivamente a los cascos elaborados con fibra de carbono.

Bern Unlimited es una compañía de deportes de acción y de estilo de vida agitado que se especializa en proteger la cabeza de los deportes de acción no motorizados. Bern es una empresa apasionada, centrada y comprometida en brindar a patinadores, snowboarders, esquiadores, ciclistas y esquiadores protección adaptable a todo lo que es la cabeza que se adapte a la personalidad y el estilo individual de cada deportista. A través de nuevos diseños, ingeniería y desarrollo, Bern ha impulsado la evolución de la protección de la cabeza. Estas diferencias clave están diseñadas para mejorar su rendimiento, confort, calidad, estilo y la experiencia en general de hacer las cosas con pasión.

Su éxito y la evolución de hoy se atribuyen en gran parte al gran equipo de personas que se han reunido, que valoran el medio ambiente, el trabajo en equipo, integridad, pasión y un saludable estilo de vida.

2.6 Análisis de la Disponibilidad de cascos de ciclismo elaborados con Fibra de Carbono

La disponibilidad de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono, no es tan amplia razón por la cual solo la marca BERN la está ofreciendo actualmente en los Estados Unidos, a excepción de los cascos para motociclismo, que casi todas las marcas tiene entre sus productos en amplia disponibilidad para el mercado interno, así como para envíos al exterior.

2.6.1 Identificación de precios de cascos de ciclismo, en función de sus proveedores.

A pesar de que las megaempresas dedicadas específicamente a la venta de bicicletas y sus accesorios, con merecido prestigio ganado con décadas de trabajo, investigación e innovación, no se pudo encontrar hasta la fecha de esta investigación la venta de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono por las mismas a excepción de Bern una empresa, relativamente nueva que es la única que ofrece cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono a un precio de \$199.99

2.7 Análisis de Canales de Distribución

(West, 1991) sostiene “La Evaluación de un canal tiene más de arte que de ciencia, ya que se basa en la valoración subjetiva de todas las aportaciones que pueda realizar un determinado canal para alcanzar los objetivos que se haya fijado la empresa respecto a la distribución” (p. 45)

Para la importación de cascos de fibra de carbono al Ecuador, se planifica la selección de los canales de distribución adecuados tomando en cuenta factores vitales como son:

El precio aun alto de la fibra de carbono que influye obviamente en el de sus manufacturas.

Falta de promoción y difusión masiva.

Se estima conveniente la compra directa a los fabricantes, luego cumpliendo todos los requerimientos de exportación en el país de origen y de importación en el Ecuador y después de cumplir las demás formalidades al contar con la mercadería en el local de venta al público, su distribución inicial estimada conveniente sería así:

CANAL CORTO

Fabricante -----> Detallista -----> Consumidor

2.7.1 **Figura 0.38.** Canal de Distribución.



Representando al Detallista la empresa comercial importadora.

Por el alto costo de los medios publicitarios se considera conveniente la contratación de un vendedor/a. Para evitar los gastos onerosos, es muy importante que la publicidad sea realizada de una manera consciente y planificada.

Debido a que la publicidad y la venta personal son los métodos más conocidos de promoción, a continuación se hará una comparación entre los dos.

PUBLICIDAD

Altos recursos financieros

Mercado amplio

Muchos clientes

Productos estandarizados

Valor unitario

VENTA PERSONAL

Bajos recursos financieros

Mercado concentrado

Pocos clientes

Producto hecho a la medida

Valor unitario alto

En conclusión y a manera general podemos manifestar que la promoción analiza las acciones realizadas por la empresa para informar y dar a conocer el producto o servicios del negocio, con el objetivo de aumentar las ventas y el consiguiente logro de los objetivos marcados.

CAPÍTULO 3

LA OPERACIÓN DEL NEGOCIO

3 La Operación del Negocio

Consiste en el diseño y la gestión de productos, procesos, servicios y cadenas de suministro. Considerando la adquisición, el desarrollo y utilización de los recursos que las empresas necesitan para ofrecer los productos y servicios a sus clientes. Sin un producto y/o servicio que vender realmente no existe empresa o negocio (Viniegra, 2007)

Los rangos de la Operación del negocio se desarrollan por niveles:

Estratégicos incluyen determinar el tamaño y la ubicación de las plantas de fabricación, de decidir la estructura de las redes de servicio o de telecomunicaciones, y el diseño de las cadenas de suministro de tecnología.

Tácticos incluyen diseño de la planta y la estructura, los métodos de gestión de proyectos, y la selección de equipos y sustitución.

Operativos incluyen la programación y control de producción, gestión de inventario, control de calidad e inspección, el tráfico y manipulación de materiales, y las políticas de mantenimiento de equipos.

3.1 Definición de capacidad de Operación del Negocio

(Fernández Sánchez, 2008) sostiene “la capacidad eficiente, teórica o de diseño es el volumen operativo por periodo que permite obtener costos mínimos, el cual suele obtenerse bajo condiciones ideales de funcionamiento” (p. 207)

La determinación del tamaño del plan de negocio importación de Cascos de Fibra de Carbono se lo realiza con el fin de planificar diversos aspectos y requisitos como son: los activos

totales, la cantidad de capital invertido por el o los accionistas y el número de trabajadores empleados.

Factores que determinan o condicionan el tamaño de un negocio:

El tamaño del proyecto y la demanda

La demanda es uno de los factores más importantes para condicionar el tamaño de un proyecto. Cuando la demanda es claramente superior al tamaño propuesto, éste debe ser tal que sólo cubra un bajo porcentaje de la primera, no más de 10%.

En el presente plan de negocio la demanda de cascos de ciclismo elaborada con fibra de carbono es superior a las 50000 unidades, el tamaño del negocio propuesto en base a criterio personal se estima en importaciones anuales de 800 cascos dando un número trimestral de (200 cascos).

El tamaño del proyecto y los suministros e insumos

El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto, para el proyecto no se requieren de las mismas ya que se importara un producto que ya ha sido elaborado, los mismos que a través de la empresa Bern que los fabrica tienen la garantía de producción e incluso distribución a varios países del mundo entre los cuales están Perú y Colombia, exceptuando la República del Ecuador, con lo cual inclusive es un proyecto inédito en nuestro país. (bernunlimited, 2014).

EL TAMAÑO DEL PROYECTO, LA TECNOLOGÍA Y LOS EQUIPOS

(Ortegón, (2005), sostiene “determinados procesos o técnicas de producción exigen una escala mínima para ser aplicables, ya que por debajo de ciertos niveles los costos serían tan elevados que no se justificaría la operación de una planta de producción.” (p. 19).

En el caso de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono se considera como la opción más conveniente su importación; debido a los altos costos, la tecnología y los equipos requeridos para su producción local.

El tamaño, las inversiones y todos los detalles pormenorizados se van a detallar en los capítulos pertinentes.

EL TAMAÑO DEL PROYECTO Y EL FINANCIAMIENTO

La potencial inversión en relación al tamaño propuesto del negocio, se considera que no será de gran magnitud, pues no es un proyecto de fabricación constituyéndose más bien en un plan netamente de operación comercial de importación y distribución razón por la cual se ha estimado conveniente la utilización de aporte de recursos económicos propios.

Por tal razón en cuanto al financiamiento se refiere, se estima conveniente prescindir del mismo.

EL TAMAÑO DEL PROYECTO Y LA ORGANIZACIÓN

Una vez ejecutado el estudio y determinado el tamaño más apropiado para el negocio, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa. Pues se debe prevenir los obstáculos en este punto, para que no sean impedimento en el tamaño y la operación del negocio. Por tal motivo el tamaño del negocio es coherente con la capacidad del mismo para garantizar su proceso operacional.

3.2 Determinación de la Ubicación del Negocio

El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará el plan de negocio, para lo cual se ha seleccionado la siguiente metodología:

Método cualitativo por puntos. (Baca, 2010) sostiene “Consiste en asignar factores cuantitativos a una serie de factores que se consideran relevantes para la localización. Esto conduce a una comparación cuantitativa de diferentes sitios. El método permite ponderar factores de preferencia para el investigador al tomar la decisión” (p. 87)

Se desarrolla una lista de factores relevantes:

FACTORES GEOGRÁFICOS:

Las condiciones climatológicas de la zona (clima).

Disponibilidad del transporte y precios (accesibilidad).

En la segmentación geográfica el mercado se divide por localidades. La teoría que sustenta dicha estrategia indica que las personas que viven en una misma área comparten ciertas necesidades y deseos similares, y que esas necesidades y deseos son diferentes de quienes viven en otras áreas. (Schiffman, (2005), p. 53) Asimismo, las condiciones climatológicas pueden hacer necesaria la instalación de calefacción o refrigeración y, con ello, incrementar los costos.

El acceso, en cuanto a tiempo y demoras, a la cantidad de maniobras necesarias para llegar a destino, a la congestión del tránsito, etc., condicionarán el costo del transporte.

FACTORES SOCIALES:

La calidad de vida.

La mano de obra.

Dentro de los factores sociales es conveniente prever la población con la que se piensa llevar a cabo el proyecto. Analizar su situación, características, peculiaridades y, sobre todo las necesidades y los rasgos más sobresalientes que presenta. (Pérez Serrano, 2006).

Algunos indicadores positivos de crecimiento son: presencia de locales comerciales, casas y fachadas de tiendas bien arregladas, grupos de ciudadanos activos como cámara de comercio, y servicios públicos adecuados (salud, educación, seguridad, transporte).

Todos estos indicadores definen si el sector es lo suficientemente agradable como para vivir y trabajar en él, si no se puede responder afirmativamente, se debe seguir buscando, basarse tan solo en preferencias personales puede ser desastroso.

FACTORES ECONÓMICOS:

Costos de arriendos

Cercanía del mercado.

La disponibilidad y costo de los terrenos en las dimensiones requeridas para servir las necesidades actuales y las expectativas de crecimiento futuro de la empresa creada por el proyecto es otro factor importante que hay que considerar.

Lo fundamental es estimar el número de clientes potenciales, y reales con los que se justifica la ubicación óptima de la empresa, mientras más cerca se esté del mercado principal, es más fácil dar el servicio.

Los sectores seleccionados son:

Zona 1 Colón y Yáñez Pinzón; Zona 2 Rocafuerte y Venezuela; Zona 3

Panamericana Sur Km 14 y ½

3.2.1 **Tabla 8.** Ponderación de Factores relevantes para la localización.

FACTORES	Peso Asignado	ZONA 1		ZONA 2		ZONA 3	
		Calific	Calific. Ponder	Calific	Calific. Ponder	Calific	Calific. Ponder
Clima	0,12	9	1,08	8	0,96	5	0,6
Accesibilidad	0,23	8	1,84	6	1,38	8	1,84
Calidad de Vida	0,10	8	0,8	7	0,7	6	0,6
Mano de Obra	0,22	6	1,32	6	1,32	6	1,32
Costos de Arriendo	0,25	5	1,25	6	1,5	7	1,75
Cercanía al Mercado	0,18	9	1,62	7	1,26	6	1,08
TOTAL	1,00		7,91		7,12		7,19

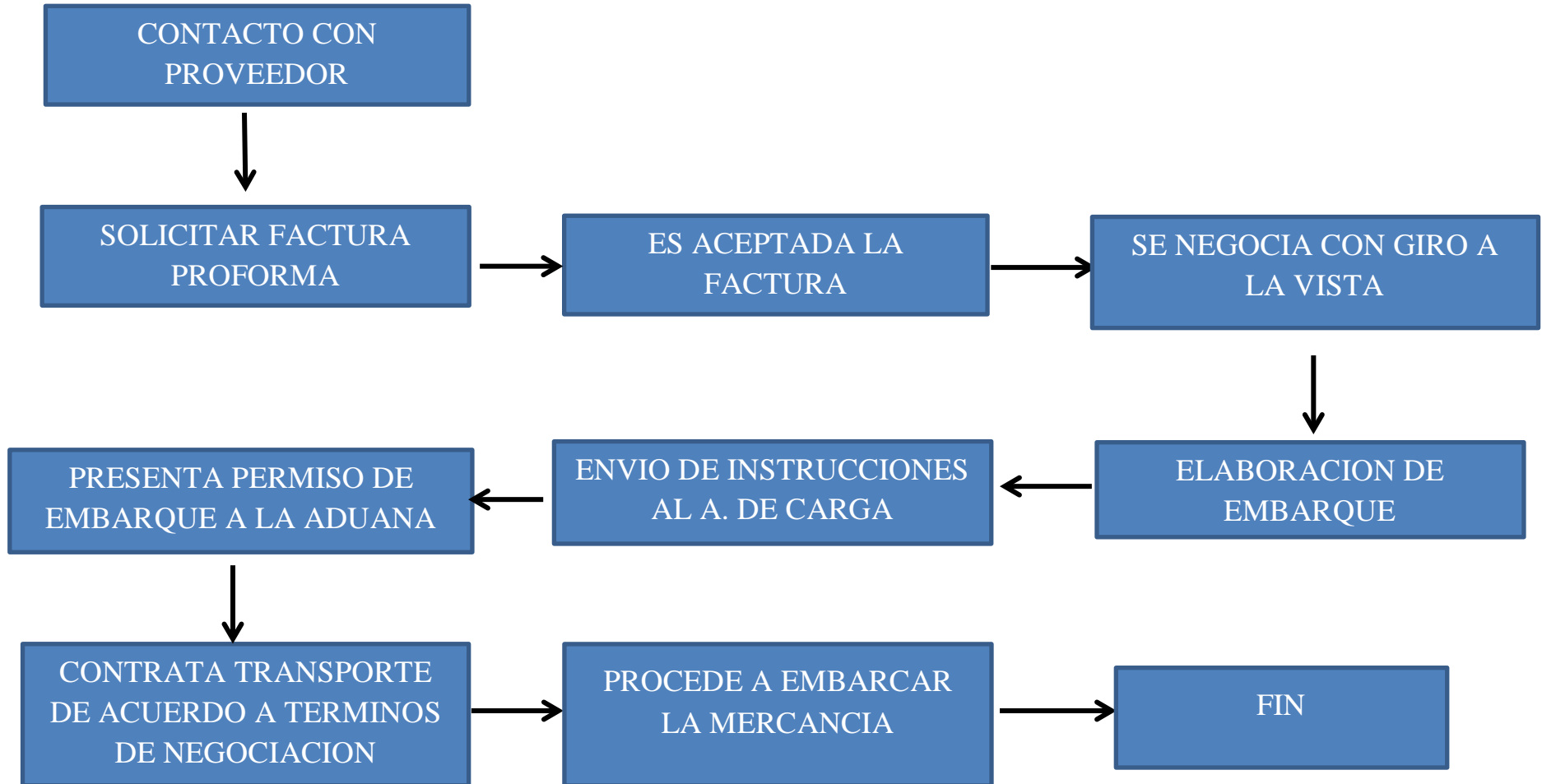
Fuente Investigación de campo

Elaborado por: Jorge Salinas

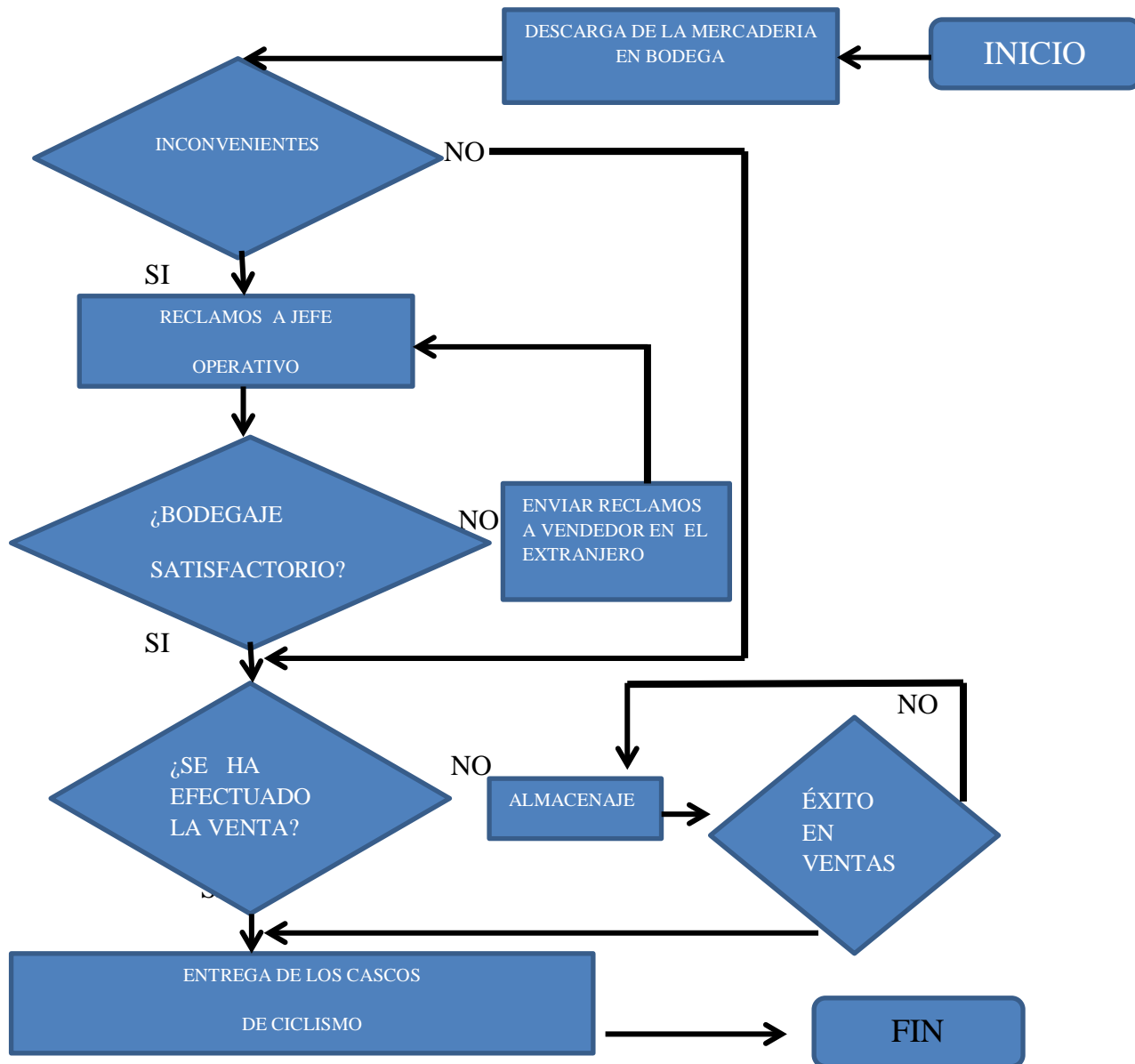
La ubicación en la Av. Colon y Yáñez Pinzón, resulta la alternativa que ofrece las mejores condiciones para la ejecución de este Plan de negocio, con la mayor puntuación de 7.91 por tanto es el lugar adecuado para ubicar la potencial empresa, de acuerdo a la ponderación.

3.3 Descripción de los Procesos de Operación

3.3.1 Figura 39 Diagrama de Flujo de Importación.



3.3.2 **Figura 0.40.** Diagrama de Flujo Local una vez nacionalizados los cascos de ciclismo.



3.4 Determinación de necesidades de Infraestructura.

Se pretende arrendar un local ubicado en la Av. Yáñez pinzón y Colón, con una estructura de 90 m² ubicada en el subsuelo, se cuenta con un parqueadero para la carga y descarga, además cuenta con un parqueadero exterior grande ubicado en la entrada, mediante divisiones de ambiente se situarán oficinas para el vendedor/a de planta y el gerente/a comercial, bodega, baño, equipos de oficina, equipos de computación, caja registradora, suministros de oficina, muebles y enseres.

CAPÍTULO 4

LOGÍSTICA DE LAS IMPORTACIONES

4 La Logística Internacional de Importaciones

La Logística Internacional de Importaciones es la logística de entrada para la adquisición de mercancías extranjeras, la cual comprende todas las actividades necesarias para adquirir y trasladar las mercancías desde el local del vendedor hasta el local del comprador. Las actividades operativas de la gestión de importaciones son: las compras, transporte internacional, gestión aduanera y almacenamiento. Las actividades de apoyo son el análisis del marco normativo de importaciones, administración de costos logísticos y sistema de información

Actualmente el comercio internacional depende de una red de logística global operada por un gran número de personas, organismos, empresas que forman parte de una cadena de distribución. La globalización ha originado que la demanda por servicios logísticos sea cada vez más sofisticada, eficiente y competitiva. (Torres, 2014)

4.1 Requisitos para importar

En la República del Ecuador pueden Importar todas las Personas Naturales o Jurídicas, ecuatorianas o extranjeras radicadas en el país que hayan sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

4.1.1 La Importación

(Aduana , 2012) sostiene “la importación es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del Régimen de Importación al que haya sido declarado.”

En el siguiente cuadro se muestra la información arancelaria de los cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono.

4.1.1.1 Tabla 9. Clasificación Arancelaria.

SECCIÓN XII	Calzado, sombreros, paraguas, quitasoles, bastones, látigos, fustas y sus partes, plumas preparadas y artículos de plumas, flores artificiales, manufacturas de cabello
CAPÍTULO 65	Sombreros, demás tocados y sus partes
6506	Los demás sombreros y tocados, incluso guarnecidos.
6506.99.00.00	Los demás

Fuente: Arancel de Importaciones del Ecuador

Elaborado por: Jorge Salinas

4.1.1.2 Tabla 10. Ficha Técnica de la Importación.

Producto:	Cascos de ciclismo elaborados con Fibra de Carbono
Subpartida arancelaria en Ecuador:	6506.99.00.00
País exportador:	Estados Unidos
País importador:	Ecuador
Empresa Importadora:	En Planificación
Número de unidades al año:	800
Total de kilogramos al año:	345,00
Vía de transporte:	Marítimo
Puerto de embarque:	New York
Puerto de desembarque:	Guayaquil

Fuente: MN Logística Internacional

Elaborado por: Jorge Salinas

4.1.2 Importación a Consumo

Se determina este régimen pues el proyecto de importación de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono en los Estados Unidos de Norteamérica hacia la República del

Ecuador no es para transformación u otros procesos productivos, sino su fin es netamente para transacción comercial.

4.1.3 Registro de Importador

En la República del Ecuador para la realización de todo tipo de actividad comercial es necesario haber gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, razón por la cual para las actividades de Comercio Exterior se sobreentiende que ya se cuenta con el mismo, con el número de Ruc actualizado la empresa importadora deberá:

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

Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/>

Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>

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

Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

4.2 Trámites en la Aduana y en otras Instituciones Conexas

Actualmente las diferentes operaciones de Comercio Internacional que están relacionadas con la importación y exportación; para que puedan desarrollarse de una forma efectiva es vital

que tengan una interacción directa con los diferentes trámites aduaneros cumpliendo con las formalidades del SENA E.

INSTITUCIONES CONEXAS

SENAE

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es una empresa estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio del que hacer nacional e internacional, siendo facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico.

VENTANILLA ÚNICA ECUATORIANA DE COMERCIO EXTERIOR

Es una herramienta electrónica por medio de la cual todo usuario de los servicios aduaneros y, en general, todos los operadores de comercio exterior, presentarán los requisitos, trámites y documentos necesarios para la realización de operaciones de comercio exterior. (Registro Oficial, 2010)

¿Cuáles son las entidades del Estado ecuatoriano que estarán en la Ventanilla Única Ecuatoriana de Comercio Exterior?

Las entidades del Estado que estarán en la Ventanilla Única Ecuatoriana son las siguientes:

- Ministerio de Coordinación de la Producción, Empleo y Competitividad (MCPEC);
- Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE);
- Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca (MAGAP) con sus

entidades adscritas como la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro (Agrocalidad) y el Instituto Nacional de Pesca (INP);

- Ministerio de Salud Pública e Instituto Nacional de Higiene y Medicina Tropical

- Instituto Nacional de Investigación en Salud Pública
- Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO), Organismo de Acreditación
- Ecuatoriano (OAE) e Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN);
- Banco Central del Ecuador (BCE); y,
- Ministerio de Gobierno, la Dirección Nacional de Antinarcóticos, y la Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional.

También serán parte de la Ventanilla Única Ecuatoriana para el comercio exterior los trámites de permiso de importación de productos regulados por el Consejo Nacional de Sustancias, Estupefacientes y Psicotrópicas, por la Comisión Ecuatoriana de Energía Atómica, el Ministerio de Turismo y toda otra entidad de la Administración Pública Central e Institucional que tenga relación con el comercio exterior.

MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR

El Ministerio de Comercio Exterior es el ente rector de la Política de Comercio Exterior e Inversiones, que propicia, de manera estratégica y soberana la inserción económica y comercial del país en el contexto internacional, que contribuya a la integración latinoamericana y que apoye el cambio de la matriz productiva, mediante la formulación, planificación, dirección, gestión y coordinación de la política de comercio exterior, la promoción comercial, la atracción de inversiones, las negociaciones comerciales bilaterales y multilaterales, la regulación de importaciones y la sustitución selectiva y estratégica de importaciones, con el propósito de contribuir al desarrollo económico y social del país.

El Ministerio de Comercio Exterior, preside al Comex.

COMEX

El Comité de Comercio Exterior (COMEX) es el organismo que aprueba las políticas públicas nacionales en materia de política comercial, es un cuerpo colegiado de carácter intersectorial público, encargado de la regulación de todos los asuntos y procesos vinculados a

esta materia. Para conocer si un producto está habilitado para ser importado, se puede visitar la página del organismo regulador de Comercio Exterior en el Ecuador (COMEX, 2014)

4.2.1 Procedimiento para Nacionalización

Para realizar los trámites de desaduanización de mercancías es necesario la asesoría y servicio de un Agente Acreditado por el SENA. El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en la página web: www.aduana.gob.ec

La declaración aduanera de Importación (DAI) será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En los casos de que a la declaración aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte, que no se puedan presentar en formato electrónico. Cuando no se cumpliera con el envío de los documentos indicados en el presente artículo dentro del término de los treinta días calendario, contados a partir de la fecha de arribo de la mercancía, acarreará su abandono tácito según lo establecido en el art. 142 del COPCI sin perjuicio de la imposición de la respectiva multa por falta reglamentaria de acuerdo a lo establecido en el literal d) del art. 193 del COPCI. (Art. 67 Reg. COPCI).

Los documentos digitales que acompañan a la DAI a través del ECUAPASS son:

Documentos de acompañamiento

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (Art. 72 Reg. COPCI)

Documentos de soporte

Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la

Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley.
(Art. 73 Reg. COPCI)

Factura Comercial

Certificado de calidad exigido por el INEN.

Transmitida la Declaración Aduanera, el Sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el CANAL DE AFORO que corresponda.

4.3 Legislación

La importación hacia nuestro país de los cascos para ciclistas y para usuarios de monopatines y patines de ruedas, deben cumplir con los requisitos establecidos en la norma técnica ecuatoriana NTE INEN-UNE-EN 1078 vigente.

De igual manera, este proyecto de importación debe cumplir con lo establecido en la Ley 2007-76 del Sistema Ecuatoriano de la Calidad, previamente a su comercialización demostrando su cumplimiento a través de un certificado de conformidad de producto, el cual debe ser emitido por una institución reconocida por el Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE).

4.4 Términos de venta: Incoterm

Grupo e – entrega directa a la salida

EXW Ex Works (named place) → ‘en fábrica (lugar convenido)’.

Se define este Incoterm como idóneo para las operaciones de empresas con muy pocos conocimientos en comercio exterior.

En teoría el INCOTERM que se considera más apropiado en la negociación para la importación de los cascos de fibra de carbono es FOB en el puerto de New York en Estados Unidos debido a que la logística interna es más conocida por el fabricante y además se puede correr el riesgo de pérdida y en lugar de disminuir el costo este aumente, más debido a la falta de información comercial internacional y de prestación de este servicio por parte de la empresa

Norteamericana hacia la República del Ecuador y de los empresarios locales se considera más real seleccionar el incoterm EXW.

4.5 Vía de Transporte, Seguros, Embalajes

4.5.1 Vía de Transporte

TRANSPORTE MARÍTIMO DE CARGA

Dentro de la amplia variedad de opciones de Transporte adecuadas para este proyecto, se considera al Marítimo de carga Internacional como el que puede atender mejor, las necesidades logísticas del mismo.



Actualmente las excelentes referencias con que cuentan las navieras más reconocidas y respetadas del mundo nos permiten acceder como clientes al respaldo y cumplimiento de Contratos Internacionales para el Traslado de Mercancías.

El precio del transporte marítimo se compone de varios conceptos en función de si estamos hablando del envío de un contenedor o bien del envío de un grupaje internacional.

Contenedor completo (FCL) Full Container Load: constituye la mejor combinación entre costos, seguridad, confiabilidad y tiempos de tránsito.

4.5.2 Figura 41 Cubicaje de contenedor de 20 pies marítimo

Contenedor Convencional Dry 20'			
Dimensiones	Ancho [m]	Largo [m]	Alto [m]
Externas	2,438	6,060	2,590
Internas	2,352	5,900	2,390
Volumen [m3]	Capacidad carga [ton]		Peso de tara [ton]
33,00	20,150		2,330



El precio del transporte marítimo para contenedor completo incluye los siguientes conceptos:

Flete internacional: precio del transporte internacional, es decir, precio de transportar el contenedor desde el puerto de origen (New York) hasta el puerto de destino (Guayaquil). En muchas ocasiones el concepto de flete internacional es “all-in”, es decir, incluye todos los recargos de combustible.

Gastos en puerto:

THC (Terminal Handling Charge) o gastos de carga/descarga del contenedor en el barco: cada vez que se carga o se descarga el contenedor se produce un coste que es repercutido por las navieras al exportador/importador a través del transitario.

T3 o tasas portuarias: tasas que aplica el puerto por la entrada y salida de dichas mercancías.

Gastos de documentación o gastos de B/L: todos los gastos relacionados con la emisión del bill of lading o nota de embarque.

El Cubicaje

Las medidas del embalaje primario (Figura 43) de las cajas son:

45 centímetros de ancho X 50 centímetros de alto X 55 centímetros de profundidad, con lo que cubicamos.

Medidas del contenedor de 20 pies

medidas de la caja

Largo: 5 metros

Largo: 0,55 metros

Ancho: 2,35 metros

Ancho: 0,45 metros

Altura: 2,39 metros

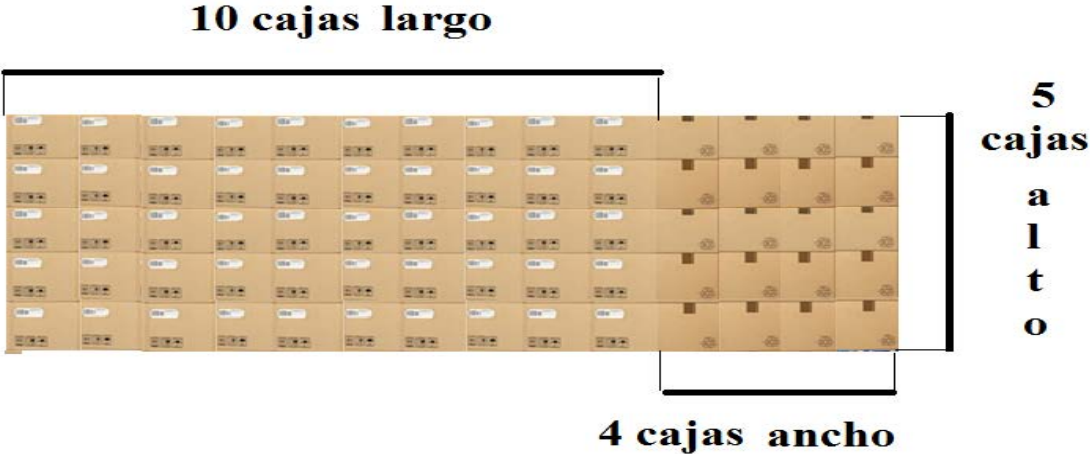
Altura: 0,55 metros

Combinaciones:

De las medidas del contenedor se divide para las de las cajas y se toma los valores enteros, sin decimales, después se multiplica y se selecciona la mejor opción, a criterio de las necesidades.

	contenedor				cajas					contenedor				cajas					
largo	5.9	0.55	10.72727	10	largo	5.9	0.55	10.72727	10	largo	5.9	0.45	13.11111	13	largo	5.9	0.5	11.8	11
ancho	2.35	0.45	5.222222	4	ancho	2.35	0.5	4.7	4	ancho	2.35	0.55	4.272727	4	ancho	2.35	0.45	5.222222	5
alto	2.39	0.5	4.78	5	alto	2.39	0.45	5.311111	5	alto	2.39	0.55	4.345455	4	alto	2.39	0.55	4.345455	4
				1					200					4					200
largo	5.9	0.45	13.11111	13	largo	5.9	0.45	13.11111	13	largo	5.9	0.5	11.8	11	largo	5.9	0.5	11.8	11
ancho	2.35	0.55	4.272727	4	ancho	2.35	0.5	4.7	4	ancho	2.35	0.55	4.272727	4	ancho	2.35	0.45	5.222222	5
alto	2.39	0.5	4.78	4	alto	2.39	0.55	4.345455	4	alto	2.39	0.55	4.345455	4	alto	2.39	0.55	4.345455	4
				2					208					5					208
largo	5.9	0.5	11.8	11	largo	5.9	0.5	11.8	11	largo	5.9	0.5	11.8	11	largo	5.9	0.5	11.8	11
ancho	2.35	0.55	4.272727	4	ancho	2.35	0.45	5.222222	5	ancho	2.35	0.45	5.222222	5	ancho	2.35	0.45	5.222222	5
alto	2.39	0.45	5.311111	5	alto	2.39	0.55	4.345455	4	alto	2.39	0.55	4.345455	4	alto	2.39	0.55	4.345455	4
				3					220					6					220

4.5.3 Figura 42 cubicaje de la mercadería



4.5.3.1 Tabla 11. Flete desde New York a Guayaquil Contenedor de 20 Pies.

Descripción	Valor por cada envío (USD)	Valor Anual - 4 envíos (USD)
Flete internacional Nueva York –Guayaquil	2.300,00	9.200,00
Doc. Trámite Exportación, Llenado del contenedor, drayage & H. Fee/ acarreo local y derechos	890,00	3.560,00
Manejo y B/L	45,00	180,00
Visto Bueno y certificación	35,00	140,00
Gastos Naviera	250,00	1000,00
THC	170,00	680,00
Transmisión Aduana	50,00	200,00
+ 5% ISD Collect Fee	160,00	640,00
TOTAL	3.900,00	15.600,00

Fuente: MN LOGÍSTICA INTERNACIONAL

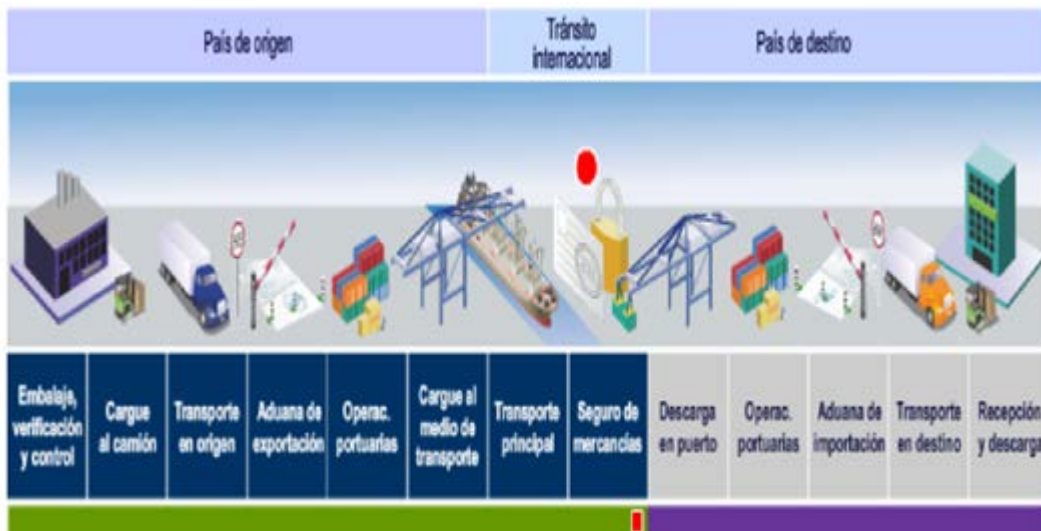
Elaborado por: Jorge Salinas

Transporte Terrestre Interno

Una vez llegada la mercadería y posterior a su nacionalización, el siguiente paso es el embarque y traslado desde el puerto de Guayaquil, por lo que es necesario la intervención de un transporte interno para que la mercancía llegue a su destino final, es decir, a la ciudad de Quito.

4.5.4 Seguros

4.5.4.1 Figura 0.43. Responsabilidad del Seguro.



El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador según lo establecido en el Art. 110 del Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones establece que: "la póliza de seguro no será documento obligatorio de soporte exigible a la declaración aduanera", por lo que la obtención de la póliza de seguros es decisión del importador para la seguridad de su carga durante el arribo y despacho de las mercancías.

4.5.5 Embalajes

(Cervera Fantoni, 2003) sostiene "El envase y embalaje contribuyen, en conjunto, a que la calidad en origen de los productos se conserve y mantenga hasta su destino final. Destino en el que el producto es consumido y el envase va a parar a la basura." (p. 32)

4.5.5.1 Figura 0.44. Embalaje exterior.



Las cajas con el embalaje exterior, es decir el de exportación son de cartón con las siguientes dimensiones 450mm ancho X 400mm alto X 500mm largo dentro de este embalaje cabe 1 empaques con una unidad de producto.

4.5.5.2 Figura 0.45. Embalaje de Polietileno.



Para el empaque del producto el material es polietileno con el cual se proyecta una excelente imagen del producto con el logotipo de la marca.

4.6 Certificados y otros documentos

4.6.1 Certificados

La mercancía debe cumplir con las disposiciones establecidas por el gobierno ecuatoriano a través de lo establecido en las normas INEN.

4.7 Mecanismos de pago.

(Jerez, 2007) sostiene “Los medios de pago y cobro son una de las variables de la negociación de la compraventa internacional en la que el exportador e importador deben prestar su conformidad antes de cerrar el acuerdo comercial y tienen como misión asegurar el buen fin de la operación” (p. 191)

4.7.1 Giros Bancarios

La transferencia internacional de efectivo, a través de entidades bancarias que prestan dicho servicio a través del Cheque Bancario Internacional es considerada la manera más efectiva y que proporciona mayor seguridad para la realización efectiva de compra-venta internacional. Es un medio de pago muy utilizado que exige plena confianza en el importador que a través del presente proyecto se pretende llevar a cabo este medio de pago se caracteriza por su simplicidad y por su bajo costo.

Hay que dar por hecho que el importador va a atender el pago, por lo que no es necesario exigirle garantías adicionales.

4.8 Gastos Totales de Importación

Se detallan a continuación:

4.8.1 Tabla 12. Gastos Totales de importación.

Detalle	Valor Usd por 200 unidades primer Trimestre	Valor Usd por 800 unidades 4 envíos anuales
FOB	40.000	160.000
Flete	3.900	15.600
CFR	43.900	175.600
Prima del Seguro presuntiva 1% CFR	439	1.756
Valor en Aduana	44.339	177.356
Arancel (15%) valor en aduana	6.651	26.604
Sobretasa(45%) valor en aduana	19.953	79.812
FODINFA 0,5%	222	888
IVA 12% (12% sobre: base imponible + arancel + fodinfa +sobretasa)	8.540	34.160
Costo Inen	500	2.000
Agente Aduanero	198	792
Transporte interno	800	3.200
Gastos de importación	81.203	324.812

Fuente: MN LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Elaborado por: Jorge Salinas

Para elaborar el cuadro de los costos de importación para los accesorios importados desde los Estados Unidos se inició desde el valor FOB más todos los costos necesarios para importar más los pagos exigidos por la ley ecuatoriana para nacionalizar llegando a un total de 81.203 dólares valor en bodega.

CAPÍTULO 5

LA ORGANIZACIÓN Y ESTRUCTURA JURÍDICA

5 La Organización

(Iborra, 2014) sostiene “La organización es un espacio físico y/o conceptual de interacción entre un conjunto de recursos y de agentes, orientado a la consecución básicamente de necesidades y aspiraciones de quienes aportan recursos para que la organización pueda existir.” (p. 287).

Las organizaciones son extremadamente heterogéneas y diversas, debido a su tamaño, características, estructuras y objetivos son diferentes. Esta situación, da lugar a una amplia variedad de tipos de organizaciones que los administradores y empresarios deben conocer para que tengan un panorama amplio al momento de estructurar o reestructurar una.

5.1 Análisis Organizacional

Para un análisis breve pero claro del panorama organizacional de la futura potencial empresa se recomienda que opere por lo menos el primer trimestre.

5.2 Estructura Organizacional

5.2.1 Figura 0.46. Organigrama.



PERFILES REQUERIDOS Y DESCRIPCIÓN DE CARGOS

La Gerencia Comercial

A cargo del propietario de la empresa, o accionista determinado para la función con responsabilidades básicas como las siguientes:

Representación legal de la empresa

Ejecución de las decisiones primordiales, así como de todas las actividades y delegación de responsabilidades a las personas que colaboran directa e indirectamente en la empresa

Planificación de las ventas, asesoría de Marketing y posteriormente de su control.

Vendedor/a

Concertar, acoger y atender a los clientes, coordinar tanto con el gerente como con el asistente el diseño y elaboración de productos como vallas, gigantografías, banners, rótulos, stands, diseño de páginas web y mantenimiento de los mismos.

5.3 Estructura Legal

Las actividades de tipo comercial en la República del Ecuador están normadas bajo los preceptos de la Ley de Compañías, la cual establece 5 tipos de compañías. El plan de negocio presente se lo realiza tomando en consideración a las leyes establecidas y seleccionando a la Compañía Anónima como la más adecuada para sus objetivos.

De acuerdo a LA LEY DE COMPAÑIAS Art. 143.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones, estando sujetos a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas.

Igualmente nos indica que la compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil.

Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero. El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

Toda esta tramitología debe ser realizada por un Abogado legalmente reconocido por lo que establece la Legislación de la República del Ecuador.

DE LOS BALANCES

Art. 289.- Los administradores de la compañía están obligados a elaborar, en el plazo máximo de tres meses contados desde el cierre del ejercicio económico anual, el balance general, el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y la propuesta de distribución de beneficios, y presentarlos a consideración de la junta general con la memoria explicativa de la gestión y situación económica y financiera de la compañía.

El balance general y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias y sus anexos reflejarán fielmente la situación financiera de la compañía a la fecha de cierre del ejercicio social de que se trate y el resultado económico de las operaciones efectuadas durante dicho ejercicio social, según

aparezcan de las anotaciones practicadas en los libros de la compañía y de acuerdo con lo dispuesto en este párrafo, en concordancia con los principios de contabilidad de general aceptación.

Art. 293.- Toda compañía deberá conformar sus métodos de contabilidad, sus libros y sus balances a lo dispuesto en las leyes sobre la materia y a las normas y reglamentos que dicte la Superintendencia de Compañías para tales efectos.

RESUMEN DE LA ESTRUCTURA LEGAL EN PASOS:

1) Darle un nombre a la empresa, luego dirigirse a la Súper Intendencia de Compañía para reservarlo, en caso de que no esté registrado por otra persona hay un plazo de 30 días de reserva, de ser el caso se puede ampliar este plazo haciendo una petición expresa de más tiempo. Después acercarse a cualquier banco para abrir una Cuenta de Integración de Capital, con un mínimo de 200 dólares.

2) Escritura de la Constitución de la Compañía. Este documento debe redactarlo un abogado, por su alto contenido de información detallada. Luego de eso, tiene que ser elevado a instrumento público para que sea inscrito en una notaría.

3) Registro mercantil. Cuando ya esté aprobada la Constitución de la Compañía esta debe ser ingresada a la Súper Intendencia de Compañías, que la revisará mediante su departamento jurídico. En caso de que exista algún error, será devuelta para realizar las correcciones correspondientes. De ser aprobado, el documento debe pasar al Registro Mercantil junto a una carta en la que se especifique el nombre del representante legal de la empresa. Al momento de estar inscrita en esta dependencia la compañía ya habrá nacido legalmente.

4) Súper de compañías. Cuando la constitución de la compañía haya sido inscrita en el Registro Mercantil los papeles deben regresar a la Súper Intendencia de Compañías, para que la inscriban en su libro de registro.

5) Crear el RUC de la empresa como último paso.

CAPÍTULO 6

ANÁLISIS FINANCIERO DEL NEGOCIO

6 Análisis Financiero

El Análisis Financiero nos permite comprobar la estabilidad financiera futura del proyecto, a través de la proyección de Estados Financieros básicos, como son el Balance General y el estado de Pérdidas y Ganancias adicionalmente se utiliza un estado financiero , que muestre el flujo de efectivo de dinero en el proyecto, el Estado de Fuentes y Usos de fondos. (Guzmán, (2001))

6.1 Determinación de Inversiones

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. Dicho de otro modo Inversiones se denominan a los bienes que se obtienen en relación directa y exclusiva de la operación comercial de este proyecto. Estos pueden ser bienes materiales o inmateriales.

6.1.1 **Tabla 13.** Resumen de Inversiones en USD.

Detalle	Total USD
Inversiones Tangibles	4.100
Inversiones Intangibles	6.200
Capital de Trabajo	94.486
Inversión Total	104.786

Elaborado por: Jorge Salinas

6.1.2 Inversiones Tangibles

Se entiende por activo tangible (que se puede tocar) o fijo, a los bienes propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros. Se le llama fijo porque la empresa no puede desprenderse fácilmente de él sin que ello ocasione problemas a sus actividades productivas (a diferencia del activo circulante).

6.1.3 **Tabla 14.** Inversiones Tangibles.

Inversiones Tangibles	Valor USD
Equipo Computacional	1.100
Equipo de Comunicaciones	500
Equipo y Mobiliario de Oficina	2.500
TOTAL	4.100

Elaborado por: Jorge Salinas

6.1.4 Inversiones Intangibles

Los activos intangibles, son generalmente no corrientes, puesto que por su naturaleza no están destinados para la venta. Se entiende por activo intangible al conjunto de bienes propiedad de la empresa, necesarios para su funcionamiento, y que incluyen: patentes de invención, marcas, diseños comerciales o industriales, nombres comerciales, asistencia técnica o transferencia de tecnología, gastos preoperativos, de instalación y puesta en marcha, contratos de servicios (como luz, teléfono, internet, agua, corriente trifásica y servicios notariales).

6.1.4.1 **Tabla 15.** Inversiones Intangibles.

Inversiones Intangibles	Valor USD
Servicios Notariales de Constitución	500
Garantía de local	700
Estudios	5.000
Total	6.200

Elaborado por: Jorge Salinas

6.1.5 Capital de Trabajo (Capital de Trabajo Operacional, Administración y Ventas)

Desde el punto de vista contable el capital de trabajo se define como la diferencia aritmética entre el activo circulante y el pasivo circulante. Desde el punto de vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar el plan de negocio; esto es, hay que financiar la primera importación antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse la mercadería, pagar mano de obra directa que la comercialice, y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa. Todo esto constituiría el activo circulante. Pero así como hay que invertir en estos rubros, también se puede obtener algunos servicios y proveedores, y esto es el pasivo circulante. De aquí se origina el concepto de capital de trabajo, es decir, el capital con que hay que contar para empezar a trabajar.

6.1.5.1 Tabla 16. Determinación de Capital de Trabajo.

Detalle	Valor Anual	Valor día	Capital de Trabajo Trimestral
Costos de Operación	325.717	905	83.239
Gastos de Administración	18.092	50	4.623
Gastos de Ventas	25.320	72	6.624
Total	369.129	1.027	94.486

Elaborado por: Jorge Salinas

6.1.6 Estado de Fuentes y Usos

A continuación se describe la inversión de la empresa, siendo el aporte de los accionistas 104.786,00 USD que corresponden al 100% del total de la inversión.

6.1.6.1 Tabla 17. Estado de Fuentes y Usos

Detalle	Valor	Aporte Accionistas	Préstamo
Inversiones Tangibles	4.100	4.100	0
Inversiones Intangibles	6.200	6.200	0
Capital de Trabajo	94.486	94.486	0
Total Inversiones	104.786	104.786	0

6.2 Determinación de Costos, Gastos e Ingreso

(Gordon Rivera, 2005) sostiene “A menudo Costo y gasto, dos términos diferentes se emplean en el mismo sentido. Para propósitos financieros, el costo se define como un desembolso que se registra en su totalidad como un activo y se convierte en un gasto cuando rinde sus beneficios”/ (p. 224)

6.2.1 **Tabla 18.** Resumen de Costos y Gastos.

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Costos de Operación	325.717	353.744	393.729	421.457	486.529	488.083	489.701	513.566	514.535	517.545
Gastos de Administración	18.092	18.451	18.808	19.171	19.541	19.919	20.305	20.698	21.099	21.508
Total Gastos de Venta	25.320	27.855	28.412	28.980	29.560	30.151	30.754	31.369	31.997	32.637
Gastos Financieros	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----
Total Costos y Gastos	369.129	400.050	440.949	469.608	535.630	538.153	540.760	565.633	567.631	571.690

6.2.2 Costos de Operación

(Cuevas Villegas, 2001) sostiene “Por lo general, los llamados costos operativos cubren dos áreas: Mercadeo y Ventas que incluyen los costos necesarios para dar a conocer el producto tales como propaganda, fletes y embarques y Administración que incluyen todos los costos de organización que no pueden lógicamente ser incluidos en la producción o el mercadeo”. (p. 13)

6.2.2.1 **Tabla 19.** Determinación de Costos de Operación.

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
MERCADERIA IMPORTADA	160.000	250.000	280.000	300.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000	350.000
Flete Internacional	15.600	16.380	16.848	17.316	17.628	18.252	18.876	19.188	19.500	20.280
Seguro Internacional	1.756	1.844	1.896	1.949	1.984	2.055	2.125	19.188	19.500	20.280
Valor en Aduana	177.356	268.224	298.744	319.265	369.612	370.307	371.001	388.376	389.000	390.560
Arancel 15%	26.604	40.234	44.812	47.890	55.442	55.546	55.650	58.256	58.350	58.584
Sobretasa arancelaria	79.812	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Fodinfra 0.5%	888	1.341	1.494	1.596	1.848	1.852	1.855	1.942	1.945	1.953
IVA 12% Valor aduana +advalorem+sobretasa+fodinfra	34.160	37.176	41.406	44.250	51.228	51.324	51.421	53.829	53.915	54.132
Requerimientos del INEN	2.000	2.240	2.509	2.810	3.147	3.525	3.948	4.421	4.952	5.546
Honorarios agente aduanero	792	887	993	1.113	1.246	1.396	1.563	1.751	1.961	2.196
Transporte interno	3.200	3.360	3.456	3.552	3.616	3.744	3.872	3.936	4.000	4.160
Total Costos Directos	324.812	353.461	393.414	420.476	486.140	487.693	489.309	512.511	514.123	517.131
Imprevistos	260	282	315	336	390	389	391	410	412	414
Gasto depreciación	645	0	0	645	0	0	0	645	0	0
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS DE OPERACIÓN	325.717	353.744	393.729	421.457	486.529	488.083	489.701	513.566	514.535	517.545

6.2.3 Gastos de Administración

Son los gastos que provienen de realizar la función de administración en la empresa, además de los gastos de todos los demás departamentos o áreas que pudieran existir en una empresa se cargarán a administración y costos generales, también deben incluirse los correspondientes cargos por depreciación y amortización.

6.2.3.1 **Tabla 20.** Determinación de Gastos de Administración.

Detalle	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5	año 6	año 7	año 8	año 9	año 10
Arriendo de local	14.400	14.688	14.982	15.281	15.587	15.899	16.217	16.541	16.872	17.209
Equipo y mobiliario de oficina	1.000	1.050	1.071	1.092	1.114	1.137	1.159	1.182	1.206	1.230
Servicio de internet y telefonía.	550	551	562	573	585	596	608	621	633	646
Luz y agua	665	668	681	695	709	723	738	752	767	783
Imprevistos	832	849	867	884	901	919	938	957	976	995
Gasto depreciación y amortizaciones	645	645	645	645	645	645	645	645	645	645
Total gastos administrativos	18.092	18.451	18.808	19.171	19.541	19.919	20.305	20.698	21.099	21.508

6.2.3.2 **Tabla 21 .** Depreciaciones

Detalle	Monto	Vida útil años	% Depreciación	valor residual 0 - 10%	monto depreciar	Gasto de Depreciación	Recuperación de activos fijos
Inversiones tangibles activos fijos						645	
Equipo de comunicaciones	500	5	0.20	50	450	90	50
Equipos de computación	1.100	3	0.33	110	990	330	660
Equipo y mobiliario de oficina	2.500	10	0.10	250	2.250	225	250
Inversiones intangibles / otros activos operación						6.200	
Servicios notariales de constitución	500	1	0.10	-	500	500	
Garantía del local	700	1	0.10	-	700	700	
Estudios	5.000	1	0.10	-	5.000	5.000	
Total de Depreciación						6.845	960

6.2.3.3 Tabla 22. Análisis Salarial

Detalle	Número empleos	Sueldo básico	Décimo tercero	Décimo cuarto	IESS	Fondos reserva	Vacaciones	Valor por persona año 1	Valor por persona año 2
Gerente Comercial	1	9.600	800	264	1.166	800	400	11.830	13.030
Vendedores Sueldo Fijo	1	6.000	500	264	729	500	250	7.493	8.243
Total Sueldos.								19.323	21.273

6.2.4 Gastos de Ventas

Un gasto de venta es un costo incurrido para promover y comercializar productos a los clientes. A continuación se resumen los principales gastos:

6.2.4.1 **Tabla 23.** Gastos necesarios para la ejecución del proyecto.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos y salarios	19.323	21.699	22.133	22.576	23.027	23.488	23.957	24.436	24.925	25.424
Viáticos y movilización	4.800	4.896	4.994	5.094	5.196	5.300	5.406	5.514	5.624	5.736
Garantía del local	700	714	728	743	758	773	788	804	820	837
Subtotal gastos de ventas	24823	27309	27855	28413	28981	29561	30151	30754	31369	31997
Imprevistos	497	546	557	567	579	590	603	615	628	640
TOTAL GASTOS DE VENTA	25.320	27.855	28.412	28.980	29.560	30.151	30.754	31.369	31.997	32.637

6.2.5 Gastos Financieros

Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamo. Los Gastos Financieros no han sido considerados para el proyecto debido a que la inversión será realizada con el 100% de aporte de los socios.

6.2.6 Figura 47 gastos financieros.



6.2.7 Tabla 24. Determinación de los Ingresos, Gastos y su proyección

Para determinar los ingresos, es considerado el volumen de las ventas que se espera realice la empresa en relación a la importación planificada para con ello determinar los ingresos previstos, como se detalla a continuación:

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Volumen de importación	800	1.250	1.400	1.500	1.750	1.750	1.750	1.750	1.750	1.750
Precio por unidad en el Ecuador	469	375	375	375	375	375	375	375	375	375
Ingreso por VOLUMEN DE IMPORTACION	375.200	468.750	525.000	562.500	656.250	656.250	656.250	656.250	656.250	656.250
Total costos y gastos	369.129	400.050	440.949	469.608	535.630	538.153	540.760	565.633	567.631	571.690
Utilidad Operacional	6.071	68.700	84.051	92.892	120.620	118.097	115.490	90.617	88.619	84.560

6.3 Evaluación Financiera

Para llevar a cabo un proyecto, es necesario una investigación en profundidad de flujo de caja y el riesgo con el objeto de determinar el eventual retorno de la inversión, del mismo modo determinar con exactitud cuáles son los beneficios y ganancias que el mismo conlleva y este tipo de investigación se define como Evaluación Financiera de Proyectos (EFP).

6.3.1 Estado de Situación Inicial

(Lazzati, 2014) sostiene “Los estados contables constituyen el producto fundamental de la contabilidad. Un estado contable como el de Situación Inicial refleja básicamente los elementos que componen el patrimonio de la empresa, así como Pasivo y Patrimonio a una fecha dada”. (p. 25)

6.3.1.1 Tabla 25. Estado de Situación Inicial.

DETALLE	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
Activos			104.786
Activos Corrientes		94.486	
Caja- Bancos	94.486		
ACTIVOS FIJOS		10.300	
Inversiones tangibles - Activos Fijos - Administrativo		4.100	
Equipo de Comunicaciones	500		
Equipos de Computación	1.100		
Equipo y Mobiliario de Oficina	2.500		
Inversiones Intangibles / Otros Activos Operación		6.200	
Servicios Notariales de Constitución	500		
Garantía del local	700		
Estudios	5.000		
PASIVOS			0
Pasivos Largo Plazo		0	
Crédito	-		
PATRIMONIO		104.786	104.786
Capital Social	104.786		
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO			104.786

6.3.2 Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

También conocido como estado de resultados. Muestra la rentabilidad de la empresa a una fecha específica, cuando lo realizamos con frecuencia trimestral o anual, nos muestra la forma en que los gastos y las ventas están afectando a las utilidades o pérdidas del negocio, al ser proyectado nos permite conocer la tendencia a futuro y la efectividad de la planeación. (Núñez Mendoza, 2008, p. 80)

El Propósito de llevar el registro en libros es el de disponer de los datos necesarios para operar el negocio eficientemente. Asimismo, sirve para determinar el monto de los impuestos que hay que pagar. Para ello hay que contar con un estado de pérdidas y ganancias, en el cual se utilizan las cifras correspondientes a los ingresos del negocio. (Colin Barrow, 2002)

6.3.2.1 **Tabla 26.** Estado de resultados.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Ventas operacionales	375.200	468.750	525.000	562.500	656.250	656.250	656.250	656.250	656.250	656.250
(-) Costo de ventas	325.717	353.744	393.729	421.457	486.529	488.083	489.701	513.566	514.535	517.545
(=) Utilidad bruta en ventas	49.483	115.006	131.271	141.043	169.721	168.167	166.549	142.684	141.715	138.705
(-) Gastos de administración	18.092	18.451	18.808	19.171	19.541	19.919	20.305	20.698	21.099	21.508
(-) Gastos de ventas	25.320	27.855	28.412	28.980	29.560	30.151	30.754	31.369	31.997	32.637
(=) Utilidad operacional	6.071	68.700	84.051	92.892	120.620	118.097	115.490	90.617	88.619	84.560
(-) Gastos financieros	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
(-) Utilidad antes de participaciones e impuestos	6.071	68.700	84.051	92.892	120.620	118.097	115.490	90.617	88.619	84.560
(-) 15% Participación de trabajadores	911	10.305	12.608	13.934	18.093	17.715	17.323	13.592	13.293	12.684
(=) Utilidad antes de impuestos	5.160	58.395	71.443	78.958	102.527	100.382	98.167	77.024	75.326	71.876
(-) 22% Impuesto a la renta	1.135	12.847	15.718	17.371	22.556	22.084	21.597	16.945	16.572	15.813
(=) Utilidad neta del Ejercicio	4.025	45.548	55.726	61.587	79.971	78.298	76.570	60.079	58.754	56.063

6.3.3 Flujo de Caja Proyectado

El Estado de Flujo de Efectivo es un Estado Financiero que proporciona información relevante sobre los ingresos y desembolsos en efectivo, realizados por la empresa, durante un periodo determinado. Por tanto, se puede decir que el Estado de Flujo de Efectivo es un Estado Financiero Básico que muestra en forma resumida, clara, sencilla y comprensible, los movimientos de efectivo por actividades de operación, inversión y financiación, para una empresa, durante un periodo determinado. (Gitman, 2003)

6.3.3.1 Tabla 27. Flujo de caja Proyectado en USD.

DETALLE	PREOPERACIONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Utilidad Neta		4,025	45,548	55,726	61,587	79,971	78,298	76,570	60,079	58,754	56,063
(-) Inversiones	-104.786	0	0	0	-1100	0	0	-1100	0	0	-1100
(+) Depreciaciones		645	0	0	645	0	0	0	645	0	0
(+) Amortizaciones		645	645	645	645	645	645	645	645	645	645
(+) Crédito	0										
(-) Pago de deuda		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
(+) Recuperación de Capital de Trabajo											94486
(+) Recuperación de Activos Fijos											960
Flujo de Caja Neto	-104.786	5,315	46,193	56,371	61,777	80,616	78,943	76,115	61,369	59,399	151,054

6.4 Índices Financieros

Para evaluar un proyecto de inversión así como la forma de financiarlo, es necesario hacer una serie de estudios previos tendientes a determinar el mejor equipo a adquirir, para determinar cuál es la mejor herramienta de financiamiento.

Desde un punto de vista puramente financiero, de los estudios que se pueden realizar para determinar el mejor proyecto y fuente de financiamiento, sobre salen los siguientes: (Costo de oportunidad, VAN TIR, PRI, liquidez y rentabilidad).

6.4.1 Costo de Oportunidad

Generalmente existen en forma simultánea varias inversiones potenciales en un momento dado, y el inversionista considera un número limitado de ellas por la escasez de recursos disponibles. Después de hacer una serie de ajustes el inversionista invertirá sus fondos en la de mayor rendimiento, que conlleve un riesgo aceptable para él.

Por lo tanto, costo de oportunidad significa el sacrificio del rendimiento de la mejor opción anterior, desechada por invertir en una nueva y mejor inversión. (Sapag Chain, 2007, p. 31)

6.4.1.1 Tabla 28. Cálculo de Costo de Oportunidad

% Aporte Accionistas	100%
%TPR	5.22%
% Aporte Recursos Ajenos	0%
% TAR	14%
(1-T)	33.7%
TLR	5.60%
COSTO DE OPORTUNIDAD =	$(\%RP*\%TPR)+(\%RA*\%TAR*(1-T))+TLR$
COSTO DE OPORTUNIDAD =	10.8200%

6.4.2 Valor Actual Neto

El valor actual neto (VAN) es el valor actualizado de todos los rendimientos esperados sobre la inversión, es decir, es igual a la suma de los flujos de fondos positivos traídos a valor presente y las pérdidas e inversiones traídas a valor presente en un proyecto de inversión.

Además se tiene que esto cobra sentido práctico cuando los flujos de fondos positivos son muy superiores a los negativos, por lo tanto el VAN es positivo y en esta medida se ve incrementado o decrecido el nivel de la inversión del proyecto en estudio. Por lo anterior, es evidente el hecho de que, en el caso de que existan varios objetos de la inversión, siguiendo criterios económicos, se tomará aquel cuya diferencia actualizada o valor actual neto positivo sea mayor. (Vélez Pareja, 2013, p. 144) Lo comentado anteriormente, puede ser representado, a través de la siguiente ecuación:

$$VAN = -I + \sum \frac{FNE}{(1+i)^n}$$

FNE = representa los flujos de caja en cada periodo t.

I = es el valor del desembolso inicial de la inversión.

n = es el número de períodos considerado.

i = es el tipo de interés.

6.4.3 Tasa Interna de Retorno

Representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero, si todos los fondos para el financiamiento de la inversión se tomarán prestados y el préstamo (principal e interés acumulado) se pagara con las entradas en efectivo de la inversión a medida que se fuesen produciendo.

La Tasa Interna de Retorno ayudará a analizar la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

En el proyecto que se ha realizado los cálculos en base a la formula general para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno:

$$TIR = K_i + (k_s - k_i) / ((VAN_s) / (VAN_s - VAN_i))$$

6.4.3.1 Tabla 30. Calculo de la TIR.

KI	8.82%
KS	41%
VANS	293.237
VAN I	-6,42
KS-KI	0.32
VANS -VANI	293.243
VANS / (VANS-VAN I)	1.00
TIR	41.26%

6.4.4 Período de Recuperación de la Inversión

El resultado de la investigación económica para el proyecto nos proporciona información de carácter económico y financiero donde se puede contar con resultados positivos y por tanto con la recuperación de la inversión inicial a partir de los primeros meses del cuarto año desde la fecha de ejecución del emprendimiento.

6.4.4.1 Tabla 31. Período de Recuperación de la Inversión.

PRI											
DETALLE	PRE OPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Flujos de Caja Netos Generados	-104.786	5.315	46.193	56.371	61.777	80.616	78.943	76.115	61.368	59.400	151.055
FSA	1,00	1,11	1,23	1,36	1,51	1,67	1,85	2,05	2,27	2,52	2,79
Flujos de Caja Netos Generados Actualizados	--104.786	4.796	37.613	41.419	40.959	48.232	42.619	37.080	26.977	23.562	54.070
FLUJOS ACUMULADOS	-104.786	-99.990	-62.376	-20.957	20.002						

6.4.5 Punto de Equilibrio

Al realizar el análisis del PUNTO DE EQUILIBRIO se determina la relación que existe entre costos y gastos fijos, costos y gastos variables, volumen de ventas y utilidades operacionales. Al comprender el PUNTO DE EQUILIBRIO estamos en capacidad de conocer el nivel de producción y ventas que una empresa o negocio alcanza para lograr cubrir los costos y gastos con sus ingresos obtenidos

Fórmula:

$$PE_{Ventas} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

dónde: CF = Costos fijos;

CVT = Costos Variables;

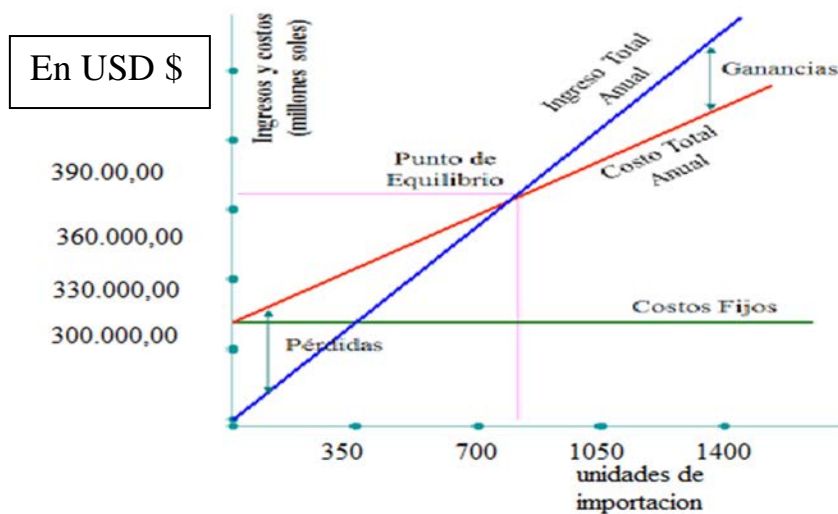
VT = Ventas Totales

Una vez realizados los cálculos para la determinación del punto de equilibrio para cada uno de los periodos proyectados, se determina a través del análisis de los resultados que desde el primer año hasta el tercero el punto de equilibrio es casi similar a las ventas, más a partir del cuarto año ya son visibles las notables diferencias que hacen realmente factible este proyecto. A continuación el desarrollo y proyección del punto de equilibrio:

6.4.5.1 Tabla 32. Calculo del Punto de Equilibrio.

Detalle	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Cantidad vendida	800	1.250	1.400	1.500	1.750	1.750	1.750	1.750	1.750	1.750
Precio de Venta	469	375	375	375	375	375	375	375	375	375
Ingresos	375.200	468.750	525.000	562.500	656.250	656.250	656.250	656.250	656.250	656.250
Costos y Gastos Fijos										
Gastos Administrativos	18.092	83.197	85.468	87.801	90.198	92.661	95.190	97.789	100.459	103.201
Gastos Financieros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gastos Operativos	325.717	353.744	393.729	421.457	486.529	488.083	489.701	513.566	514.535	517.545
Total costos fijos	343.809	436.941	479.197	509.259	576.727	580.744	584.891	611.355	614.993	620.746
Costos y Gastos Variables										
Gastos de venta	25.320	27.855	28.412	28.980	29.560	30.151	30.754	31.369	31.997	32.637
Total costos variables	25.320	27.855	28.412	28.980	29.560	30.151	30.754	31.369	31.997	32.637
Costo variable unitario	32	22	20	19	17	17	18	18	18	19
TOTAL GASTOS	369.129	464.796	507.609	538.239	606.287	610.895	615.645	642.725	646.990	653.382
MARGEN	6.071	3.954	17.391	24.261	49.963	45.355	40.605	13.525	9.260	2.868
P.E. CANTIDAD	786	1.239	1.351	1.432	1.610	1.623	1.636	1.712	1.724	1.742
P.E. USD	368.690	464.546	506.614	536.921	603.930	608.711	613.649	642.046	646.515	653.232

6.4.5.2 Figura 0.48. Punto de Equilibrio.



El punto de equilibrio inicial para el primer año está concentrado en las 797 unidades de venta pues a menor o mayor valor tenemos pérdida y ganancia respectivamente.

- Para obtener el punto de equilibrio en unidades se considera la siguiente fórmula:

P.E.U. = Punto de equilibrio unidades

$$\text{Total Costos Fijos} \qquad 343,809$$

$$\text{P.E.U} = \frac{\text{Total Costos Fijos}}{\text{Precio de venta} - \text{Costo variable unitario}} = \frac{343,809}{\$ 469 - .32}$$

P. E.U. = 787 unidades

Para el punto de equilibrio en Dólares:

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas}}}$$

$$P.E.U.USD = \frac{343,809}{1 - \frac{25,320}{375,200}} = 368.690$$

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7 Conclusiones

De acuerdo al estudio de mercado efectuado se determinó que la demanda insatisfecha es igual a cero pues no existía el producto a la venta, de igual modo se pudo apreciar que existe una demanda potencial de cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono, debido a que el ciclismo va ganando más adeptos cada día

Una vez realizado el estudio técnico el lugar óptimo de entre las opciones seleccionadas está ubicado entre las calles Colon y Yánez Pinzón, en cuanto al tamaño, este no se considera de gran magnitud pues no es para fabricación sino más bien de importación y comercialización y el personal requerido por las mismas razones son un gerente comercial y un vendedor/a.

En cuanto a la logística la vía de transporte que se utilizará es marítima porque es la más apropiada por el volumen de la mercadería, el producto viene en cajas de cartón externas de protección al embalaje principal y con medidas de 50cm de alto por 45cm de ancho y 55 cm de largo; el INCOTERM EXW es el que se utilizará, debido a que la empresa fabricante no tiene referencias comerciales con importadoras ecuatorianas, una vez efectuado el cubicaje se estableció la opción de 200 cajas como la mejor opción.

Para la determinación del marco legal y debido a la actualización constante que se da en la misma en nuestro país en los últimos tiempos se estima como lo más adecuado, la contratación de los servicios profesionales de un abogado para la constitución de la empresa y delimitación del marco legal.

Una vez considerado todos los gastos de importación y nacionalización, se determinó que el precio de venta de un casco de ciclismo elaborado con fibra de carbono para el primer año es de USD \$ 469 para el primer año, debido al recargo producto de la sobretasa arancelaria, luego de USD \$ 375 para los siguientes años debido a que dicha sobretasa ya no aplica.

Una vez efectuado el Estudio de Análisis Financiero se determina que Económicamente el proyecto es viable a pesar de que el producto no es de precio económico y razón por la cual no se planifica su importación en altos volúmenes que se requiere para disminuir su precio de venta en el mercado ecuatoriano.

Se estima conveniente importar trimestralmente 200 cascos de ciclismo elaborados con fibra de carbono para el primer año, y luego incrementar lenta y paulatinamente el volumen conforme a la proyección establecida.

7.1 Recomendaciones

Se realiza las siguientes recomendaciones, con respecto al presente proyecto: Realizar el proyecto en las condiciones económicas establecidas y buscar paulatinamente productos para ampliar la gama de productos ofrecidos

Ejecutar el proyecto en el local rentado para tal efecto en las calles Colón y Yáñez Pinzón, porque es el lugar óptimo considerando algunos aspectos importantes.

Realizar el transporte Internacional por vía marítima, debido a que es el más adecuado para este tipo de mercancía, considerando volumen, tiempo de transporte y costos.

Vender el casco de fibra de carbono a un precio inicial durante el primer año de \$ 470,00 porque es un precio acorde a las características del producto a nivel internacional, en razón que es un producto de excelente calidad.

Bibliografía

- Aduana , e. (diciembre de 2012). *SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR*. Recuperado el 27 de 05 de 2015, de Para Importar: http://www.aduana.gob.ec/pro/to_import.action
- Andino Sosa, P. (Septiembre de 2014). *Apuntes sobre trabajos de titulación*. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Augusto Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. Mexico: Pearson educacion de Mexico S.A. de C.V.
- Baca. (2010). *Evaluacion de Proyectos*. Mexico D F: Mac Graw Hill.
- bellhelmets.com. (s.f.). *bell*. Recuperado el 12 de diciembre de 2014, de http://www.bellhelmets.com/en_eu/
- bernunlimited. (15 de 03 de 2014). *company distributors*. Recuperado el 25 de 12 de 2014, de <http://www.bernunlimited.com/company/#distributors>
- Calderón , J. (2010). *Investigación Científica Para la Tesis de Postgrado*. North Carolina: LULU international.
- Canta Izaguirre, A. (2014). *Comercio Internacional en el siglo XXI. La puerta de acceso a los negocios globales*. Buenos Aires: Editorial Dunke.
- Cervera Fantoni, A. L. (2003). *Envase y embalaje: (la venta silenciosa)*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Colin Barrow. (2002). *Administre sus finanzas*. Mexico: pearson educacion.
- COMEX. (15 de 06 de 2014). *comercioexterior.gob.ec/*. Recuperado el 17 de 12 de 2014, de Ministerio de Comercio Exterior > Programas / Servicios > COMEX: <http://www.comercioexterior.gob.ec/comex/>
- Components, S. B. (12 de 06 de 2014). *Specialized Bicycle Components*. Recuperado el 18 de 12 de 2014, de about us: <http://www.specialized.com/us/en/our-story/about-us>

- COPCI. (2011). *SERVICIO NACIONAL DE ADUANA DEL ECUADOR* .
Recuperado el 27 de 05 de 2015, de IEGISLACION Código Orgánico
COPCI: http://www.aduana.gob.ec/pro/general_copci.action
- Cuevas Villegas, C. (2001). *Contabilidad de costos: enfoque gerencial y de gestión*. Bogota: Pearson Educacion de Colombia Ltda.
- cyclopaedia.es. (26 de 11 de 2013). *cyclopaedia.net*. Recuperado el 05 de 01 de 2015, de Giro-(empresa): [http://www.cyclopaedia.es/wiki/Giro-\(empresa\)](http://www.cyclopaedia.es/wiki/Giro-(empresa))
- Díaz Narváez, V. (2009). *Metodología de la investigación científica y bioestadística: para profesionales y estudiantes de ciencias de la salud*. Santiago de Chile: RIL editores.
- Elizondo Lopez, A. (2002). *Metodología de la Investigación contable*. Mexico: International Thompson Editores S.A.
- Escudero Lopez, D. ((2001)). Informes de la Construcción, . *Materiales Compuestos. Aplicaciones.*, 52(472), 45-52.
- Feliu Marsal , A. (1997). *Proyectación de hilos*. Catalunya: Edicion UPC.
- Fernandez Sanchez, E. (2008). *INICIACIÓN A LOS NEGOCIOS PARA INGENIEROS*. Madrid: Cengage Learning Paraninfo S.A.
- García Ferrer, G. (2012). *Investigación comercial*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Gitman, L. (2003). *Principios de administracion financiera*. Mexico: Pearson.
- Gordon Rivera*. (2005). Mexico: Pearson educación de México.
- Guzmán, F. ((2001)). *El estudio económico-financiero y la evaluación en proyectos de la industria química*. Bogotá: Univ. Nacional de Colombia.
- Huertas Torrejón, M. (2010). *Materiales, procedimientos y técnicas pictóricas I*. Tres cantos: Ediciones AKAL.
- Iborra, M. (2014). *Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas*. Madrid: Ediciones Paraninfo S.A.

- Icart Isern, T. (2012). *Cómo elaborar y presentar un proyecto de investigación, una tesina y una tesis*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona.
- INEC. (19 de 05 de 2015). *Instituto Nacional de Estadística y Censos*. Recuperado el 2015 de 05 de 2015, de <http://www.inec.gob.ec/home/>
- Jerez, J. (2007). *Comercio Internacional*. Madrid: ESIC EDITORIAL.
- Kotler, P. (2009). *Dirección de marketing*. Mexico D F: Pearson educación.
- Lazzati, S. (2014). *Contabilidad e inflación*. Buenos aires: Granica.
- Mardones, J. (2001). *Filosofía de las ciencias humanas y sociales: materiales para una fundamentación científica*. Barcelona: Anthropos Editorial.Rubi.
- Miranda Miranda, J. J. (2006). *Gestión de proyectos*. Bogota: Editora Guadalupe Ltda.
- Miravete, A. (2007). *Elevadores: principios e innovaciones*. madrid: Reverté S.A.
- Núñez Mendoza, A. (2008). *Tu mejor Negocio: La guía mas completa y sencilla para iniciar tu negocio Propio*. Estados Unidos: Publikaciones Administracion en red.
- Ortegón , E. ((2005)). *Metodología del marco lógico para la planificación, el seguimiento y la evaluación de proyectos y programas*. Santiago de Chile: Publicacion de las Naciones Unidas.
- Pérez Serrano, G. (2006). *Elaboración de Proyectos Sociales: Casos prácticos*. Madrid: Narcea S.A. De Ediciones.
- Registro Oficial, 1. (2010). *Decreto Ejecutivo 285*. QUITO: Registro Oficial 162.
- Rodríguez , E. (2005). *Metodología de la Investigación*. Mexico: Univ. J. Autónoma de Tabasco.
- Sapag Chain, N. (2007). *Proyectos de inversión: formulación y evaluación*. Mexico: Pearson educacion.
- Schiffman, L. ((2005)). *Comportamiento del consumidor*. Mexico DF: Pearson Educación.

spiuk. (s.f.). *spiuk.com*. Recuperado el 3 de diciembre de 2014, de spiuk are you ready: <http://www.spiuk.com/ing/site/default.asp>

Torres, A. I. (2014). Competitividad de los servicios logísticos del comercio exterior en la Cuenca del Pacífico. . *PORTES, revista mexicana de estudios sobre la Cuenca del Pacífico*, 68.

Vélez Pareja, I. (2013). *Decisiones de inversión: para la valoración financiera de proyectos y empresas*. Bogota: Pontificia Universidad Javeriana.

Viniegra, S. (2007). *Entendiendo el plan de negocios*. Mexico D F: Lulu.com.

West, A. (1991). *Gestion de la Distribucion Comercial*. Madrid: Ediciones Diaz de Santos S.A.

wikipedia. (22 de 07 de 2014). *trek*. Recuperado el 17 de 12 de 2014, de Trek Bicycle Corporation: <http://es.wikipedia.org/wiki/Trek>

ANEXOS

ANEXO A

Por favor, conteste esta encuesta.

La información que nos proporcione será utilizada para conocer el grado de aceptación de Sencillas pero seguras Normas básicas de seguridad al conducir bicicleta y en base a ellas tomar decisiones para un estudio de mercado.

La encuesta no le llevará más de [10] minutos.

Muchas gracias por su colaboración.

1. Edad.....

Menos de 18 años

Entre 18 y 25 años

Entre 26 y 35 años

Entre 36 y 45 años

Más de 45 años

2. Genero

Femenino

Masculino

3 ¿dónde acude usted a cicular habitualmente?

Centro urbano

- Centro semi-urbano
- Zona Rural
- Zonas habilitadas en días feriados
- Todas

4 ¿Con que frecuencia practica el Ciclismo?

- Varias veces al año.....
- Pocas veces al mes.....
- Varias veces a la semana.....
- Diariamente o casi.....

5 ¿Usa usted algún tipo o clases de protección al ciclear?

- Sí.¿Cuáles?.....
- No ¿Porqué?.....

6 Valore del 1 al 5 la importancia que a su criterio le merece el uso de los siguientes aspectos relacionados a seguridad al ciclear (siendo 5 "excelente" y 1 "muy pobre")

	5	4	3	2	1
Chaleco reflectante fluorescente.....					
Casco.....					
Ropa brillante o LEDs.....					
Reflectores en los lados de los pedales....					
Reflectores en la parte posterior y frontal de la bicicleta					

7 ¿Usa usted casco de seguridad al ciclear?

Pregunta:(Si..... ¿Qué Marca

8 Si en el lugar donde compra habitualmente los cascos de ciclismo encontrase una nueva marca,
¿Podría decirme hasta qué punto estaría dispuesto a comprarla?

- Seguro la compraría
- Probablemente la compraría
- No sé si la compraría
- Seguro no la compraría

9 ¿De qué color preferiría usarlo?

Rosa Negro Azul Blanco Verde fluorescente

Otro:.....

10 ¿Qué material considera adecuado para este producto?

Plástico cuero aluminio acero fibra de carbono

Otro ¿cuál?.....

11 como valoraría del 1 al 10 el diseño de un casco :

Protección 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Estética 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ventilación 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Peso 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

12 ¿Qué tipo de adorno le gustaría que tuviese el casco?

Componentes textiles diseño aerodinámico Calcomanías Ninguno

Otro ¿cuál?:.....

Comentarios

13 ¿Tiene algún comentario o sugerencia sobre este producto?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

ANEXO B



MN LOGÍSTICA INTERNACIONAL

Quito, 04 de Marzo del 2015

Señor
JORGE SALINAS
Presente.-

A continuación sírvase encontrar cotización de flete marítimo internacional para contenedor de 20" desde New York hasta Guayaquil en términos FOB.

Descripción Producto: Cascos de Fibra de Carbono

Flete Interno Duxbury - New York: USD 1200,00

Flete Marítimo:

1x20' USD. 2.300,00

Gastos en Origen:

Doc. Trámite Exportación, USD. 890,00
Llenado del contenedor,
drayage & H. Fee

Gastos locales Más IVA:

Manejo y B/L USD 45,00
Visto Bueno y certificación USD. 35,00
Gastos Naviera USD. 250,00
THC USD. 170,00
Transmisión Aduana USD. 50,00
+ 5% ISD Collect Fee USD. 159,50

Total Flete y Gastos USD. 3.899.50

Información Adicional:

Validez de la oferta: 30 días.
Tiempo de tránsito: 15 días aprox.
Salidas: semanales
Días libres 21

Atentamente,

Magdalena Nolivos
LOGÍSTICA INTERNACIONAL

