



ESCUELA POLITECNICA DEL EJÉRCITO

INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

IMPORTACION DE PARABRISAS LAMINADOS DESDE
COLOMBIA

VIVIANNA BARRAGÁN MENA

RICHARD VALENCIA ESPINOSA

Tesis presentada como requisito previo a la obtención del
grado de:

INGENIERO EN COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES

Año 2011

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico a mi hija Amelia, quien me dio una razón más para seguir superándome en la vida, a pesar de su corta edad me brinda el apoyo, cariño incondicional y en los días más difíciles su sonrisa iluminaba mi camino.

DEDICATORIA

La presente tesis la dedico a Dios, a mis padres, mi hermano y mi hijo quienes son la inspiración para desarrollarme y ser mejor cada día. Con cada amanecer ellos son la razón que me impulsan a seguir adelante para ser una mejor persona en la vida y profesionalmente, pues con su presencia son el aliento que necesito y se convierte en la fortaleza para enfrentarme a las eventualidades de la vida.

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por permitirme llegar a esta meta y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor al regalarme dos tesoros tan grandes en mi vida Amelia y Martin.

A mis Padres

Por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor.

AGRADECIMIENTO

A Dios

Por ser la fortaleza de mi vida, por brindarme salud a mí y a toda la familia, y ser la única persona que puedo confiar en los momentos difíciles, gracias a su amor he podido desarrollarme profesionalmente así que este logro es gracias a su bendición.

A mis Padres

Por brindarme la posibilidad de estudiar, ser la fuerza, el apoyo necesario para enfrentar los problemas que se presentaron en el transcurso de mi vida. Gracias por ser pacientes conmigo cuando me abundaba la rebeldía y ser constantes para guiarme por la senda correcta.

A mi hermano

Por ser el mejor hermano, amigo y compañero que he tengo y lo que mas anhelo es que este logro lo inspire para ser mejor en su vida y sirva como aliento para que pueda alcanzar sus logros y metas en el futuro.

A mi hijo

Porque me ha brindado una razón mas para vivir y aunque todavía esta pequeño quiero decirle que todo lo que haga en el futuro va a ser para el bienestar de él, mi hermano y mi familia.

INDICE

Capitulo I: Diagnostico De Las Variables Utilizadas En Comercio Exterior

1.1. Acuerdos Comerciales.....	2
1.1.1 CAN.....	2
1.2. Requisitos arancelarios y para arancelarios.....	8
1.2.1 Certificado de INEN.....	8
1.2.2 Certificado origen.....	11

Capitulo II: Diagnostico De La Situación Comercial Del Sector

2.1 Exportadores.....	27
2.2 Importadores.....	30
2.3 Análisis de la Competencia.....	36
2.3.1 Líneas de Productos Empresa Induivit-Crylamit.....	36
2.3.2 Líneas de Productos Empresa Autoglass.....	37
2.4 Proveedores Internacionales.....	38
2.4.1 Directorio.....	38
2.4.2 Análisis de Consumidores Nacionales.....	51
2.4.2.1 Situación cultural.....	51
2.4.2.2 Demanda cuantitativa.....	53
2.4.2.3 Demanda cualitativa.....	53
2.4.3 Análisis del consumo de productos sustitutos en el país	
2.4.3.1 Tendencias.....	60

Capitulo III: Proceso De Comercio Exterior

3.1 Instituciones de Comercio Exterior.....	71
3.2 Flujograma de Importación.....	74
3.3 Proceso de Importación.....	82

Capitulo IV: Plan De Marketing Estratégico y Operativo

4.1	Desarrollo de la imagen y el logo de la empresa.....	110
4.2	Marketing Estratégico.....	112
4.3	Marketing Operativo.....	113

Capitulo V: Presupuesto

5.1.	Ingresos.....	122
5.1.1	Venta del producto.....	122
5.2	Gastos.....	123
5.2.1.	Gastos de Importación.....	123
5.2.2	Gastos Operacionales.....	132
5.3.	Inversión.....	136
5.4.	Flujo de caja.....	137
5.5	Indicadores Financieros.....	138
5.5.1	Capital de Trabajo.....	139
5.5.2	Razón Corriente.....	140
5.5.3	Prueba Ácida o Liquidez Seca.....	140
5.5.4	Índices de Endeudamiento.....	140
5.5.5	Índice de Apalancamiento.....	142
5.6	Evaluación Financiera.....	143
5.6.1	Valor Actual Neto.....	143
5.6.2	Tasa Interna de Retorno.....	143
5.6.3	Periodo de Recuperación.....	143

Capítulo VI: Conclusiones Y Recomendaciones

6.1 Conclusiones.....	145
6.2 Recomendaciones.....	147
Bibliografía.....	149

INDICE DE TABLAS

Tabla No. 1: Industria de fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques. Enero 2003 – Agosto 2009.....	25
Tabla No. 2: Toneladas y miles de dólares.....	27
Tabla No 3: Importaciones de la partida arancelaria 7007210000 en valores FOB.....	31
Tabla No. 4: Toneladas y miles de dólares.....	32
Tabla No. 5: Método centro de gravedad.....	86
Tabla No. 6: Proyección de ventas.....	122
Tabla No. 7: Proceso Solicitud de la Nota de Pedido.....	124
Tabla No. 8: Transporte de la Importación.....	125
Tabla No. 9: Registro De Llegada Del Vehículo Del Exterior.....	126
Tabla No. 10: Modulo de control de carga.....	127
Tabla No.11: Recepción y análisis documental para el despacho ...	128
Tabla No. 12: Módulo de despacho.....	130
Tabla No. 13: Distribución / Comercialización.....	131
Tabla No. 14: Total tiempo y costo importación.....	132

Tabla No. 15: Sueldos y salarios.....	133
Tabla No. 16: Publicidad.....	133
Tabla No. 17: Periodo de Recuperación.....	143

INDICE DE GRAFICOS

Grafico No.1: Proyección de crecimiento.....	23
Grafico No. 2: Porcentaje de crecimiento.....	26
Grafico No. 3: Porcentaje de crecimiento.....	28
Grafico No. 4: Porcentaje de crecimiento importaciones.....	33
Grafico No. 5: Proyección de Importaciones en toneladas.....	35
Grafico No. 6: Expectativas de compra de vehículo ares.....	52
Grafico No. 7 Parabrisas seleccionado.....	58
Grafico No. 8: Ingreso mensual.....	61
Grafico No. 9: Disposición a pagar.....	69
Grafico No. 10: Marca de auto.....	67
Grafico No. 11: Mapa del norte de Quito.....	87
Grafico No. 12: Diseño De Ruta.....	94
Grafico No. 13: Autorización de pago al exportador.....	97
Grafico No. 14: Flujo de Caja.....	138
Grafico No. 15: Activos Corrientes – Pasivos Corrientes.....	139
Grafico No. 16: Pasivo Total / Activo Total.....	141
Grafico No. 17: Pasivo Total / Patrimonio Total.....	142

INDICE DE CUADROS

Cuadro No. 1: Productos con requisito de norma INEN.....	10
Cuadro No. 2: Exportadores del Ecuador.....	27
Cuadro No. 3: Gasto promedio anual en vehículos.....	51
Cuadro No. 4: Parabrisas seleccionado.....	57
Cuadro No. 5: Ingreso mensual.....	60
Cuadro No. 6: Disposición a pagar.....	63
Cuadro No. 7: Marca del auto.....	66
Cuadro No. 8: Clasificación arancelaria.....	100
Cuadro No. 9: Depreciación activos fijos.....	134
Cuadro No. 10: Amortización deuda.....	135
Cuadro No. 11: Estado de situación inicial.....	136

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración No. 1: Selección de Potenciales Distribuidores.....	85
Ilustración No. 2: Transportar mercadería a bodegas del importador...	102
Ilustración No. 3: Descargar jabas de parabrisas.....	103
Ilustración No. 4: Entrega del contenedor en patio autorizado.....	103
Ilustración No. 5: Ingresar mercadería al inventario.....	104
Ilustración No. 6: Revisa facturas pendientes por despachar.....	104
Ilustración No. 7: Coordinar entrega del producto.....	105
Ilustración No. 8: Entrega de la mercadería.....	106
Ilustración No. 9: Vidrio laminado.....	113
Ilustración No. 10: Pagina WEB.....	117

RESUMEN

IMPORTACION DE PARABRISAS LAMINADOS DESDE COLOMBIA

Acuerdos Comerciales

Dentro de los Acuerdos Comerciales tenemos a la Comunidad Andina de Naciones (CAN), en la cual enfocaremos nuestro proyecto.

- El objetivo de la CAN es la de eliminar las barreras arancelarias.
- Esta integrada por Colombia, Ecuador y Perú
- La CAN dispone de normas propias para la calificación de origen de mercancías

Para tener beneficios de la CAN se debe cumplir con los siguientes requisitos:

Certificado de Origen.- es el documento emitido por los acuerdos comerciales y sirve para acreditar el cumplimiento de las normas requeridas para acogerse a las preferencias arancelarias por los países miembros de dichos acuerdos.

Certificado INEN.- el art.5 de la resolución 465 del COMEXI, publicado en el registro oficial 506 del suplemento del 14/01/2009, que se exigirá certificado INEN a todas las importaciones mayores a \$2000 dólares

El sector automotriz tiene un rol importante en la economía del Ecuador, genera ingresos a través de aranceles e impuestos aumenta las fuentes de empleo en los procesos de producción y actividades de comercio. Al finalizar el año más de 50 mil vehículos nuevos ingresarán en la capital. En el año 1990 existían alrededor de 500 millones de automotores en todo el mundo, 450 mil se encuentran en la ciudad de Quito y representan el 45% del parque automotor del país. Para el año 2010 existe una tendencia de descenso, debido a la crisis financiera que afectó mundialmente al sector automotriz.

Exportaciones de parabrisas.- Las exportaciones de parabrisas son muy variables, tienen incrementos y descensos muy notables, su promedio anual es de -38.67%.

Importaciones de parabrisas.- La importaciones en los últimos cinco años se ha incrementado con un acumulado en toneladas de 6760.86, con un promedio de crecimiento del 99.73%. A nivel nacional los hogares destinan el 13% de su gasto de consumo al rubro transporte, el cual incluye gasto de mantenimiento y matrícula del vehículo. En junio del 2009 el 3.74% de los hogares mostraron interés en la compra futura de un vehículo.

Demanda Cuantitativa.- De acuerdo a las estadísticas del Banco Central del Ecuador, la demanda interna es de 6728.91 toneladas.

Demanda Cualitativa.- Se elaboro una encuesta con un nivel de confianza del 95% y un error del 6% a 200 personas, determinando que las personas encuestadas prefieren comprar un vidrio laminado, a un precio accesible y que les brinde seguridad.

Selección de Proveedor de parabrisas laminados desde Colombia.- de las tres empresas expuestas CarGlass escogió como su proveedor de parabrisas a la empresa SAING GOBAIN en base a sus 340 años de experiencia, por ser pioneros en la fabricación de vidrios laminados además de ofrecernos precios accesibles, variedad de productos y nos facilitan las negociaciones.

Tabla 1: Empresas proveedoras de parabrisas desde Colombia

SAINT GOBAIN: Líder en la fabricación y manufactura de vidrio plano y automotriz	AUTOGLASS: Distribución y Comercialización de vidrios	AMERICAN GLASS: Instalación y reparación de vidrios
Experiencia y personal capacitado	Parabrisas para todos vehículos existentes	Vidrios de fábricas certificadas
Amplio portafolio de productos	Desempeñantes	Completa gama de Lunetas originales, nacionales e importadas

Elaborado por: Autores

MARKETING

Características del producto: el parabrisas laminado consiste en dos vidrios unidos mediante una capa intermedia de plástico. Al romperse, los fragmentos se adhieren al plástico, reduciendo el riesgo de eyección y ayudando a aumentar la seguridad durante un accidente o colisión

ESTRATEGICO.-

Segmentación por Comportamiento del producto

Estrategias de Cobertura por especialización por producto

Estrategias de Crecimiento por una estrategia Intensiva para la penetración en el mercado.

MARKETING OPERATIVO.- aquí realizaremos un mix de marketing para su comercialización a los distribuidores mayoristas.

Período de recuperación.- El periodo de recuperación para la inversión inicial de \$53640,48 se verá reflejado al tercer año de la actividad comercial, como se muestra en la siguiente tabla.

SUMARY

IMPORT OF WINDSHIELDS LAMINATED FROM COLOMBIA

Commercial agreements Within the Commercial Agreements

we have the Andean Community of Nations (CAN), in which we will focus our project. • The objective of the CAN is the one to eliminate the tariff barriers. • This integrated by Colombia, Ecuador and Peru • The CAN has own norms to the qualification of origin of merchandise In order to have benefits of the CAN one is due to fulfill the following requirements:

Certificate of Origin. - it is the document issued by the commercial agreements and serves to credit the fulfillment of the required norms to take refuge in the tariff preferences by the Member States in these agreements.

Certificate INEN. - art.5 of resolution 465 of the COMEXI, I publish in the official registry 506 of I supplement of the 14/01/2009, that will demand certificate INEN to all the imports majors to \$2000 dollars.

The automotive sector has an important roll in the economy of Ecuador, it generates income through tariffs and imposed it increases to the sources of use in the production processes and activities of commerce. When finalizing the year more than 50 thousand new vehicles they will enter the capital. In year 1990 they existed anywhere in the world around 500 million of automotive, 450 thousands are in the city of Quito and represent 45% of the vehicle park of the country. For year 2010 a reduction tendency exists, due to the financial crisis that affection world-wide to the automotive sector.

Exports of windshield. - The windshield exports are very variable, have increases and very remarkable reductions, its annual average is of -38,67%.

Imports of windshield. - The imports in the last five years have been increased with an accumulated ones in tons of 6760,86, with an average of growth of the 99,73%. At national level the homes destine 13% of their cost of consumption to the red transport, which includes operating expenses and matriculation of the vehicle. In June of the 2009 the 3,74% of the homes showed interest in the future purchase of a vehicle.

Quantitative demand. - According to the statistics of the Central bank of Ecuador, the internal demand is of 6728,91 tons.

Qualitative demand. - I am elaborated a survey with a level of confidence of 95% and an error of 6% to 200 people, having determined that the survey people prefer to buy a laminated glass, to an accessible price and that she offers security them.

Selection of Supplier of windshields laminated from Colombia. - of the three exhibited companies CarGlass it chose like his supplier of windshield to company SAING GOBAIN on the basis of his 340 years of experience, for being pioneering in the glass manufacture laminated besides offering accessible prices, variety to us of products and they facilitate the negotiations to us.

Table 1: Companies suppliers of windshield from Colombia

SAINT GOBAIN: Leader in the manufacture and flat and automotive glass manufacture	AUTOGLASS: Glass distribution and Commercialization	AMERICAN GLASS: Glass installation and repair
Experience and enabled personnel	Windshield for all existing vehicles	Glasses of certified factories
Ample product portfolio	clean glasses	Complete range of original, national and imported Lenses

Elaborated by: Authors

MARKETING

Characteristics of the product: the laminated windshield consists of two glasses united by means of an intermediate plastic layer. When breaking itself, the fragments adhere to the plastic, reducing the ejection risk and helping to increase to the security during an accident or collision

STRATEGIC. - Segmentation by Behavior of the product Strategies of Cover by specialization by product Strategies of Growth by an Intensive strategy for the penetration in the market.

OPERATIVE MARKETING. - here we will realise a mix of marketing for its commercialization to the wholesale distributors.

Period of recovery. - The period of recovery for the initial investment of \$53640.48 will be reflected the third year of the commercial activity, as it is in the following table.

CAPITULO I

DIAGNOSTICO DE LAS VARIABLES UTILIZADAS EN COMERCIO EXTERIOR

1.2. Acuerdos Comerciales

4.2.1 CAN.- Eliminación de las barreras arancelarias al interior del grupo, creación de una unión aduanera con arancel externo común, la armonización de las políticas económicas y sociales y la adopción de un esquema común de programación industrial.

PAÍSES QUE CONFORMAN LA CAN

“El Acuerdo de Cartagena original y sus respectivos instrumentos modificatorios: el Instrumento Adicional para la adhesión de Venezuela (1973), el Protocolo de Lima (1976), el Protocolo de Arequipa (1978), el Protocolo de Quito (1987) y el Protocolo de Trujillo (1996), establece que:

La Comunidad Andina, está integrada por los Estados soberanos de Bolivia, Colombia, Ecuador, Perú y Venezuela, y por los órganos e instituciones del Sistema Andino de Integración. ”

“El Sistema Andino de Integración tiene como finalidad permitir una coordinación efectiva de los órganos e instituciones que lo conforman para profundizar la integración subregional, promover su proyección externa y consolidar y robustecer las acciones relacionadas con el proceso de integración. “

“El Sistema Andino de Integración está conformado por los siguientes órganos e instituciones:

Consejo Presidencial Andino.- Es el máximo órgano del Sistema Andino de Integración y está conformado por los Jefes de Estado de los Países Miembros de la Comunidad Andina. Emite Directrices sobre los distintos ámbitos de la integración subregional andina.

Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores.- Es el órgano encargado de formular, ejecutar y evaluar la política general del proceso de integración subregional andina, en coordinación con la Comisión.

Está conformado por los Ministros de Relaciones Exteriores de los Países Miembros de la Comunidad Andina. Emite Declaraciones y Decisiones, adoptados por consenso.

La Comisión de la Comunidad Andina.- Es el órgano encargado de formular, ejecutar y evaluar la política general del proceso de integración subregional andina en materia de comercio e inversiones y cuando corresponda en coordinación con el Consejo Andino de Ministros de Relaciones Exteriores. Está constituida por un representante plenipotenciario de cada uno de los Gobiernos de los Países Miembros. La Comisión expresa su voluntad mediante Decisiones.

La Secretaría General de la Comunidad Andina.- Es el órgano ejecutivo de la Comunidad Andina, otorga apoyo técnico a los demás órganos e instituciones del Sistema Andino de Integración. La Secretaría General está dirigida por un Secretario General y se expresará mediante Resoluciones. La sede de la Secretaría General es la ciudad de Lima, Perú.

El Tribunal de Justicia.- Es el órgano jurisdiccional de la Comunidad Andina, se rige por el Tratado de su creación, sus protocolos modificatorios y el Acuerdo de Cartagena. La sede del tribunal Andino de Justicia es la ciudad de Quito, Ecuador.

El Parlamento Andino.- Es el órgano deliberante del Sistema. Está conformado por representantes de los Congresos Nacionales; sin embargo, se ha previsto que en un plazo de cinco años estará constituido por representantes elegidos por sufragio universal y directo. La sede del Parlamento Andino es la ciudad de Santa Fe de Bogotá, Colombia

El Consejo Consultivo Empresarial y el Consejo Consultivo Laboral.- Son las instituciones consultivas del Sistema Andino de Integración. Emiten opinión

sobre los programas o actividades del proceso de integración subregional andina que fuera de interés para sus respectivos sectores. Están conformados por los representantes de los sectores empresarial y laboral de cada uno de los Países Miembros.

La Corporación Andina de Fomento y el Fondo Latinoamericano de Reservas.- Son las instituciones financieras del Sistema que tienen por objeto impulsar el proceso de integración subregional andina.

Convenio Andrés Bello.- Es el órgano encargado de preservar la identidad cultural andina en el marco del patrimonio cultural latinoamericano y, realizar esfuerzos conjuntos a través de la educación, la ciencia y la cultura.

Convenio Hipólito Unanue.- Es el órgano encargado de mejorar la salud en el área andina.

Convenio Simón Rodríguez.- Es el órgano creado con el objeto de adoptar estrategias y planes de acción que conduzcan al mejoramiento integral de las condiciones de vida y de trabajo de los Países Miembros.”

OBJETIVOS DE LA CAN

“- Promover el desarrollo equilibrado y armónico de los países miembros en condiciones de equidad, mediante la integración y la cooperación económica y social, acelerar su crecimiento y la generación de ocupación, facilitar su participación en el proceso de integración regional, con miras a la formación gradual de un mercado común latinoamericano.

- Propender a disminuir la vulnerabilidad externa y mejorar la posición de los países miembros en el contexto económico internacional, fortalecer la solidaridad subregional y reducir las diferencias de desarrollo existentes entre los países miembros.”

ARANCEL EXTERNO COMUN

“El Arancel Externo Común AEC, se define como la tasa arancelaria que aplican de modo uniforme los miembros del mercado común andino, a las importaciones procedentes de terceros países.

El AEC es aplicado desde el 31 de enero de 1995. Su aprobación fue el 26 de noviembre de 1994 por únicamente cuatro de los cinco países que forman la Comunidad Andina, ya que Perú aún no ha adoptado el AEC. (Decisión 370).

La estructura del AEC tiene como base cuatro niveles arancelarios: 5%, 10%, 15% y 20%, en función del grado de elaboración de los productos, entendiéndose que mientras mayor valor agregado tiene un producto mayor será su nivel arancelario.

Para el Ecuador, se ha establecido un régimen especial, en virtud del cual se permite a este país mantener una diferencia de 5 puntos con los niveles del AEC en una lista no mayor de 990 subpartidas arancelarias.

Bolivia tiene autorización para aplicar a las importaciones procedentes de terceros países sus aranceles nacionales de 5% y 10%.

Los regímenes de excepción, mediante listas específicas, se aplican a favor de Ecuador (con 400 subpartidas) y de Colombia y Venezuela (con 230 subpartidas para cada uno de ellos). El régimen de excepciones tendrá vigencia hasta enero de 1999 cuando quedará en plena aplicación el régimen general.

Existe una nómina que identifica a los bienes no producidos en la subregión andina. Esta es revisada permanentemente y cuenta con un número de aproximadamente 2.000 subpartidas. En el acuerdo comunitario, se establece que para estos productos el AEC puede ser reducido al 5%, y tratándose de bienes de capital y de materias primas, la reducción puede llegar al 0%.

Para un grupo de productos agropecuarios el AEC puede ser rebajado o incrementado automáticamente con base en los procedimientos establecidos en el Sistema Andino de Franjas de Precios.”

Ventajas del Arancel Externo Común

“- El Arancel Externo Común permite armonizar gradualmente las diversas políticas económicas de los Países Miembros y perfeccionar la unión aduanera, facilitando el funcionamiento del mercado ampliado. Además unifica protecciones aplicadas a los productos de ingreso a los Países Miembros.

- Impide la triangulación del comercio en la zona de libre comercio de la Comunidad Andina, evitando distorsiones.”

POLÍTICAS COMERCIALES:

SALVAGUARDIA

“Permite, en una base temporal, la suspensión, modificación, o retiro de una obligación o concesión relacionada con un bien determinado dentro del Programa de Liberalización Andina.

Es aplicada cuando debido a la aplicación del Programa de Liberalización del Acuerdo, causa algún perjuicio serio a alguna economía de un país miembro, o a algún sector económico significativo.

Así, frente a este problema, previa autorización de la Secretaría General, el país afectado puede aplicar temporalmente correctivos y medidas no discriminatorias.

Cuando la importación de bienes originados en la subregión son por montos o condiciones que afecta la producción nacional de bienes específicos de un país miembro, dicho país puede aplicar medidas correctivos no discriminatorias, sujetas a posteriores pronunciamientos de la Secretaría General de la Comunidad Andina.

El país miembro que aplique medidas correctivas dentro de un plazo de tiempo no mayor a 60 días, deberá remitir a la Secretaria General un informe sobre las razones de su aplicación.

La Secretaría General, dentro de un plazo de 60 días deberá verificar la perturbación y el origen de las importaciones que han causado dichos problemas, y deberá emitir su pronunciamiento, esto para evitar, modificar o autorizar dichas medidas, que solo podrán ser aplicadas a esos productos del país miembro donde la perturbación ha sido originada.

Si una devaluación monetaria llevada a cabo por un país miembro altera las condiciones normales de competencia, el país afectado puede llevar el caso a la Secretaría General, quien deberá breve y resumidamente pronunciar su opinión. Una vez que la Secretaría General ha verificado el problema, el país afectado podría adoptar medidas correctivas temporalmente, mientras la alteración permanece, dentro de las recomendaciones de la Secretaría General.

Es importante recalcar que debido a la sensibilidad de los bienes de los sectores agrícolas y agroindustriales con producción mundial, stocks, y consumo, es necesario mantener un instrumento que salvaguarde la producción nacional antes de un inesperado crecimiento de importaciones.”

1.3. Requisitos arancelarios y para arancelarios

4.3.1 Certificado de INEN

“El Art. 5 de la Resolución 465 del COMEXI publicada en el Registro Oficial No. 506 del suplemento del 14 de enero de 2009, determina que el Certificado INE-1 se exigirá como documento de control previo únicamente cuando el monto de la importación sea superior a los \$ USD 2.000 dólares.

Se exceptúa de ésta medida los textiles, confecciones y calzados, determinados en el Art. 1 de la Resolución 003 del CONCAL, por lo que en este caso se exigirá el certificado INEN-1 en todas las importaciones que se realicen a consumo, excepto las mercancías con tratamiento especial como son:

Equipaje de viajero, menaje de casa o equipo de trabajo, donaciones provenientes del exterior a entidades autorizadas para recibir dichas donaciones, franquicias diplomáticas, bienes para uso de discapacitados, muestras sin valor comercial, y tráfico postal internacional, conforme lo establece el Art. 5 de la Resolución No. 002 del CONCAL. Cabe señalar que esta disposición rige para los embarques que se efectuaron a partir del 15 de enero de 2009, por ende las importaciones que hayan sido embarcadas antes del 15 de enero de 2009 se sujetarán a la normativa anterior.

Es importante mencionar que el certificado de calidad INEN-1 se continuará exigiendo a la presentación de la declaración aduanera, hasta que el Consejo Nacional de Calidad CONCAL disponga que sea exigido previo al embarque tal como lo señala el Art. 1 de la Resolución 465 del COMEXI.

NECESITAN CERTIFICADO INEN.- Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN o Reglamento Técnico Ecuatoriano RTE INEN que les aplica a los siguientes productos. Ver cuadro No.01”

Cuadro No. 1: Productos con requisito de norma INEN

Clasificación arancelaria	Descripción arancelaria	Producto y características Sujetas a control	Norma técnica ecuatoriana nte Inen o reglamento
70.07 7007.11.00.00	Vidrio de seguridad constituido por vidrio templado o -- De dimensiones y permitan su empleo en automóviles, aeronaves, barcos u vehículos Se aplica también a los vidrios de 8708.29.50	Vidrios de seguridad Para automotores terrestres (parabrisas delanteros y	NTE INEN 1 669 Vidrios de seguridad para automotores. Requisitos
7007.19.00.00 7007.21.00.00 7007.29.00.00	-- Los demás (se aplica solo a los vidrios de seguridad de la subpartida 7007.1 1.00 y los vidrios de seguridad para edificaciones) - Vidrio contrachanado: -- De dimensiones y permitan su empleo en automóviles, aeronaves, barcos y otros 8708.29.50 -- Los demás (se aplica solo a los vidrios de seguridad de la subpartida 7007.21.00 y los vidrios de seguridad para edificaciones)	Vidrios de seguridad para	NTE INEN 2 067 Vidrios de seguridad para Edificaciones. Requisitos

Fuente: Banco Central del Ecuador

4.3.2 Certificado origen.

“El certificado de origen es el documento emitido en el formato oficial, establecido en los acuerdos comerciales, y que sirve para acreditar el cumplimiento de los requisitos (criterios) de origen establecidos en las normas de origen que rigen el acuerdo y, por ende, acogerse a las preferencias arancelarias concedidas por los países miembros de dichos acuerdos.

Obtención del certificado de origen

Los certificados de origen, de acuerdo al destino de las mercancías, se expiden en las siguientes dependencias:

En las cámaras de Comercio y Producción, Certificados de origen para los países de [ALADI](#), [CAN](#), [CAN-MERCOSUR](#).

En el MICIP, Certificados de origen para Estados Unidos, Europa y terceros países ([ATPDEA](#), SGP).

Requisitos

El interesado debe acudir a las dependencias mencionadas con los siguientes documentos:

- Factura comercial
- Declaración de origen
- Formulario de origen debidamente llenado, sellado y firmado por el exportador

Vigencia del certificado

Tiene un periodo de validez de 180 días calendario contados a partir de la fecha de la certificación por la autoridad oficial acreditada, siendo prorrogable su vigencia, sólo por el tiempo que la mercancía se encuentre amparada por un régimen suspensivo de importación, (admisión e internación temporal y depósito).

¿Cuándo es inaceptable un certificado de origen?

No son aceptados los certificados de origen con campos incompletos, que estén con tachaduras, raspaduras o correcciones y que hayan sido emitidos con anterioridad a la emisión de la factura comercial.

Identificación de las mercancías

La descripción de las mercancías incluidas en el certificado debe coincidir con la del producto negociado, clasificado en la nomenclatura arancelaria del acuerdo al que se aplique y la consignada en la factura comercial que se acompaña al formulario del certificado.

Recomendaciones

- Los productos enviados a los mercados negociados observen y cumplan los requisitos de las normas de origen para recibir el trato arancelario preferencial previsto en los acuerdos comerciales; ya que en caso contrario se les aplicarán los aranceles normales.
- Nunca consigne documentación falsa o adulterada. Los países signatarios aplicarán, las sanciones previstas en las normas de origen, y de ser el caso, las regulaciones que sus sistemas penales establecen.

- Tenga siempre presente que el mejor ahorro de tiempo, energía y dinero se obtiene cumpliendo con los requisitos que las actividades del comercio internacional tienen acordados

CERTIFICADO DE ORIGEN CAN

La Comunidad Andina dispone de normas propias para la calificación de origen de las mercancías, adoptadas por medio de la [Decisión 416](#) de julio de 1997. En ellas se establecen las condiciones que deben cumplir los productos para ser considerados originarios de la subregión y beneficiarse, por lo tanto, del mercado ampliado.

Existe la posibilidad de fijar Requisitos Específicos de Origen cuando las Normas Especiales para la Calificación y Certificación del Origen de las Mercancías ([Decisión 416](#)) no resultan adecuadas para determinada producción. Para ello se cuenta con [Decisión 417](#), que establece los respectivos criterios y procedimientos.

IMPORTANCIA

Las normas de origen son fundamentales para asegurar que los beneficios del mercado ampliado alcancen sólo a los productos de los países comprometidos en un proceso de integración.

A través de ellas, se establecen las condiciones mínimas que debe cumplir una mercancía para ser considerada originaria.

ANTECEDENTES

Durante casi dos décadas, el comercio entre los países andinos se rigió por las normas de origen de la antigua Asociación Latinoamericana de Libre Comercio (ALALC), vigente desde 1960. En diciembre de 1987, se aprobaron las normas de origen para la Comunidad Andina a través de la Decisión 231.

Posteriormente, en marzo de 1991, se introdujeron modificaciones a través de la Decisión 293.

Los rápidos avances de la integración comercial, en particular la formación de una unión aduanera, plantearon la necesidad de efectuar una actualización para precisar los criterios de origen, aclarar, simplificar y ordenar los procedimientos y fortalecer los mecanismos de sanción.

Dicha actualización se realizó el 30 de julio de 1997, por medio de la [Decisión 416](#) de la Comisión de la Comunidad Andina.

CRITERIOS

Los criterios establecidos por la Decisión 416 para calificar de originaria a las mercancías, se resumen en las siguientes categorías:

- Las mercancías llamadas íntegramente producidas: comprende a los productos naturales (minería, agricultura y pesca) y aquellos manufacturados totalmente a partir de éstos en territorio de cualquier país miembro.
- Las mercancías elaboradas en su totalidad con materiales originarios del territorio de los países miembros.
- Mercancías en cuya elaboración se utilicen materiales no originarios. Para este tipo de mercancías, el criterio básico es que los materiales no originarios se sometan a un proceso de transformación, el cual se refleje en un cambio de partida arancelaria. De no cumplir con este cambio, el valor CIF de los materiales no originarios no debe exceder del 50 por ciento del valor FOB de la mercancía final en el caso de Colombia, Venezuela y Perú, y del 60 por ciento en el caso de Bolivia y Ecuador.
- Las mercancías que son resultado de la operación de ensamblaje y en los que se haya utilizado materiales originarios de la subregión, para las cuales la exigencia es también la del valor agregado indicado anteriormente.
- De la Secretaría General. Se utilizan cuando los otros criterios no resultan adecuados para determinada producción. Los REOS prevalecen

sobre cualquier otro criterio y son fijados de oficio o a petición de cualquier país miembro.”

ASPECTOS COMPLEMENTARIOS

“Para su mejor aplicación, la Decisión establece aspectos complementarios como son los referidos al concepto de expedición directa de las mercancías, el permitir la facturación desde un tercer país para el comercio de productos originarios y casos de reexportación.

Reconoce, además, el origen acumulativo, según el cual, para la determinación del origen de una mercancía, se consideran originarios de un País Miembro los materiales importados originarios de los demás Países Miembros.

La [Decisión 416](#) reglamenta los procedimientos de declaración y certificación, la utilización de certificados de origen, la responsabilidad de las entidades que designen los respectivos gobiernos y el control que se debe ejercer, así como los procedimientos a seguir en casos de divergencia”

Autoridades y Firmas Autorizadas para Expedir Certificados de Origen

ECUADOR

Ultima Actualización: 26-6-2009

Subsecretaría Regional del Ministerio De Industrias y Productividad en el Litoral

María Everilda Cerezo Prado

Romy Elizabeth Guevara Rodríguez

Ministerio de Industrias y Productividad, Dirección Regional Costa Centro de Manabí

Martha Narcisa Cantos Mera

Subsecretaria de Recursos Pesqueros, Dirección Regional de Pesca

Jorge Demetrio Bermeo Sarmiento

Pedro Emilio Cucalón Malavé

Subsecretaría de Recursos Pesqueros

Marcos David Cevallos Vargas

Guillermo Hanze Robles

Erika Denisse Pazmiño Bravo

Cámara de Comercio de Guayaquil

Verónica Narcisa Andrade Herrera

Claudia Gabriela Santillán Rizzo

Richard Francisco Macías Orellana

Cámara De Comercio De Babahoyo

Jose Armendariz G.

Jose Barrosso Molina

Cámara De Comercio De Huaquillas

Maria Elizabeth Bravo Rueda

Wilson Fernando Ugarte Calero

Cámara De Industrias De Cuenca

María Fernanda Larrea Vivar

Carola Soledad Ríos Michaud

Cámara De Industrias De Guayaquil

Marco Ibarra Villalba

Carlos Palacios Maldonado

Ana Patricia Lopez A.

Andres Gustavo Briones Vargas

Cámara De Industrias De Manta

Galo Palacio Barberan

Carlos Aurelio Calero Calderon

Cámara De Industrias Y Produccion

Richard Ivan Martinez Alvarado

Daniel Eduardo Legarda Touma

Cámara De La Pequeña Industria De Carchi

Pablo Damian Rivera Guapulema

Cámara De Pequeños Industriales De Loja

Ricardo Jaramillo Ruiz

Máximo Herrera Castillo

Federación Ecuatoriana De Exportadores - Fedexpor

Celia Gabriela Urresta Chevalier

Jenny Paulina Najera Ceron

Oswaldo Giovany Enriquez Caicedo

Dafnis Marcelo Aleman Aguay

Marcelo Gabriel Cañarte Villacreces

Yolanda Isabel Quiroz Tubay

Alicia Paulina Beltrán Cáceres

Maria Daniela Garcia Freire

Tatiana Ivonne Macias Castillo

Maria Fabiola Cordero Heredia

Estela Rossana Sabando Mendoza

Min.De Indust. - Direccion Regional De Loja

Victor Antonio Pineda Serrano

Jorge Enrique Valdivieso Burneo

Min.Ind. Com. Int. -Direccion Regional Ambato

Edgar Magin Urrutia Freire

Zoila Beatriz Miranda Alban

Secret. Reg. Del Micip En El Austro

Fausto Vazquez Morales

Eugenio Jesus Bernal Orellana

Luis Gonzalo Orellana Vásquez

Ministerio De Industrias Y Compettividad

Luis Santiago Malo Gonzales

Carlos Fernando Molina Figueroa

Silvana Elizabeth Peñaherrera Toledo

Ramiro Edison Ruano Guerron

Jaime Marcelo Camacho Barrera

Mario Raul Herrera Andrade

Lorena Yesenia Guerra Burbabo

Min. Com. Ext. Ind. Y Pesca - Regional Del Norte

Lenin Daniel Lopez Ortega

Luis Abelardo Manzano Lopez

Cámara De Comercio De Machala- El Oro

Jorge Alex Serrano Aguilar

Mario Alberto Porter Castro

Luis Fredy Montalvo Salinas

Cámara De La Pequeña Industria De Pichincha

Luis Antonio Játiva Terán

COLOMBIA

Ultima Actualización: 6-4-2009

Ministerio De Comercio, Industria Y Turismo

Oficina Regional De Santa Fe De Bogota,

German Ricardo Torres C.

Ina Consuelo Arevalo De Bernal

Nora Patricia Cadena Sarria

Octavio Bonilla Sanchez

Piedad Eugenia Orozco Q.

Beatriz Echeverri Quintana

Martha Jacqueline Beltran Aristizabal

Jorge Alonso Gil Avila

Martha Luz Nuñez

Christian Gabriel Ospina Benavides

Norvey Efren Carreño Rincon

Olga Lucia Pulido

Marly Gallo Fernandez

Gladys Gonzalez Castro

Maria Elisa Abril Barreto

Jenny Patricia Gaitan Linares

Mario Padilla Ayala

Martha Cecilia Moreno Toro

Mauricio Jimenez Dominguez

Martha Lucia Medina Rubio

Carlos Arturo Neira Rivera

Gloria Cecilia Salazar Galeano

Donatila Osorio Lizarazo

Oficina Regional De Bucaramanga

Ludwing Sanchez Ortiz

Guillermo Barreto G.

Edgar Yovany Millan Ruiz

Oficina Regional De Buenaventura

Argenis Gutierrez Tamayo

Oficina Regional De Barranquilla

Rafael Añez Torres

Alma Acosta

Jorge Alejandro Galvis Escobar

Rosa María Garzón Maestre

Oficina Regional De Cucuta

Pedro Francisco Silva Mantilla

Luis Carlos Rubio Velandia

Oficina Regional De Cali (Valle)

Mauricio Piratova Quevedo

Jorge Campos

Willian Fernando Vergara García

Dora Isabel Hincapie Sanchez

Hebert Galvis Navia

Oficina Regional De Cartagena

Edgar Orlando Garcia Forero

Libia Rosa Escorcia Medina

Oficina Regional De Ipiales (Nariño)

Elisa Bastidas Erazo

Jesus Eduardo Arevalo Benavides

Oficina Regional De Manizales

Alfonso Jaramillo Castaño

Manuel Antonio Leal Rico

Oficina Regional De Medellin

Elena Maria Herrera Hincapie

Martha Cecilia Espinosa Botero

Juan Carlos Cardona

Wilman Antonio Rojo Zapata

Oficina Regional De Pereira (Centro Occidente)

Raul Antonio Echeverry Perez

Amparo Arias Escobar

Patricia Eugenia Pelaez Restrepo

Oficina Regional De Santa Martha (Magdalena)

Delia Amparo Muñoz Maldonado

Eleonora Ferroni Guzman

Oficina Regional De Arauca

Mariana Astrid Carmona Vescance

CAPITULO II

DIAGNOSTICO DE LA SITUACIÓN COMERCIAL DEL SECTOR

El sector automotriz tiene un rol importante dentro de la economía del país, su desarrollo genera ingresos fiscales para el estado vía aranceles e impuestos, y crea fuentes de empleo durante los procesos de producción y las actividades relacionadas al comercio del mismo.

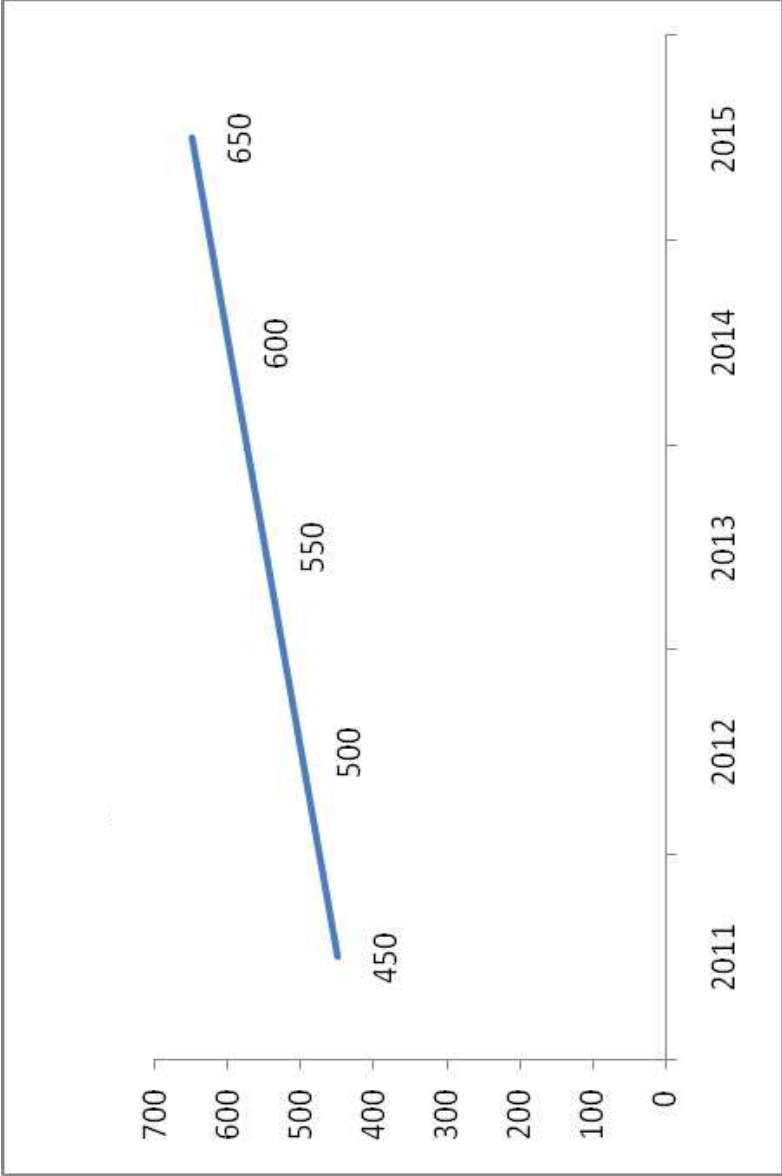
El dinamismo del sector se ha incrementado últimamente y en especial durante los años posteriores a la dolarización cuando la opción de adquirir bienes duraderos fue una alternativa ante la desconfianza de la población en el sistema financiero.

El Ecuador cuenta con un proyecto denominado Plan RENOVA, este lo ejecuta el Ministerio de Industrias y Productividad, el cual hasta el momento ha entregado cerca de cinco mil unidades nuevas en todas las modalidades del transporte público a nivel nacional y ha chat arrizado más de 600 automotores obsoletos.

En el año 1990 existían alrededor de 500 millones de automotores en todo el mundo, esta cifra se ha incrementado a 900 millones, de los cuales 450 mil se encuentran en la ciudad de Quito, la cual concentra el 45% del parque automotor del país.

Hasta finalizar este año más de 50 mil vehículos nuevos ingresarán a circular en las calles de la capital, incrementando en un 12% el parque automotor anualmente ingresan a la capital 50 mil vehículos. Grafico 01

Grafico No.1: Proyección de crecimiento



Elaborado por: Autores

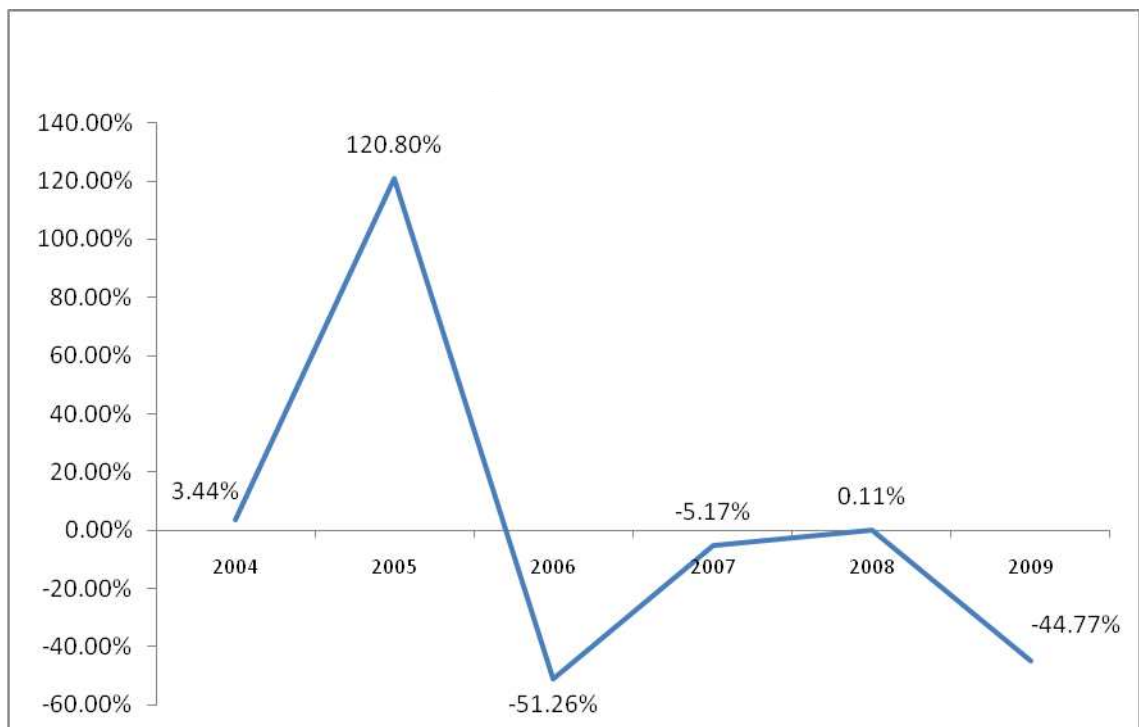
Tabla No. 1: Industria de fabricación de vehículos automotores, remolques y semirremolques. Enero 2003 – Agosto 2009

mes/año	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
enero	104,97	98,06	120,44	112,32	105,54	101,84	103,71
febrero	108,6	98,52	123,94	113,47	98,14	96,57	99,54
marzo	101,21	111,45	134,02	120,08	94,08	98,21	103,4
abril	113,59	91,1	128,09	116,46	99,37	98,76	80,41
mayo	101,19	95,62	113,35	113,26	100,8	104,81	68,56
junio	95,09	99,91	123,58	120,11	110,05	124,4	65,07
julio	99,24	109,13	118,66	111,43	96,5	127,86	91,48
agosto	95,42	98,04	110,17	111,44	105,16	97,99	77,58
septiembre	75,25	84,97	97,34	92,68	91,61	100,36	
octubre	88,58	100,37	103,99	105,3	125,38	91,69	
noviembre	98,48	106,05	101,05	97,82	112,76	114,28	
diciembre	100,02	129,07	108,75	101,04	108,04	92,01	
TOTALES	1181,64	1222,29	2698,79	1315,41	1247,43	1248,78	689,75

Fuente: INEC, Indicadores de la Producción Industrial

El comportamiento de actividad de la industria automotriz ha mostrado una tendencia irregular, en especial a partir del segundo trimestre del 2008, en donde se experimentan caídas importantes. En agosto del 2009, tanto la variación mensual como la anual indican un decrecimiento.

Gráfico No. 2: Porcentaje de crecimiento



Elaborado por: Autores

En el gráfico se observa el porcentaje de crecimiento para la fabricación de vehículos, remolques y semirremolques para el año 2010 existe una tendencia de descenso, esto se debe a la crisis financiera económica que afecto mundialmente al sector automotriz.

2.4 Exportadores

En nuestro país se dedican a la producción y exportación de parabrisas las siguientes empresas:

Cuadro No. 2: Exportadores del Ecuador

ARMORCAR DEL ECUADOR S.A.
CORDOVA BALLADARES FAUSTO XAVIER
CRISTALES LAMINADOS Y TEMPERADOS CRILAMYT S.A.
MONTESDEOCA MORALES FRANKLIN IVAN

Cifras de Exportaciones de Parabrisas

Subpartida Nandina: 7007210000

Descripción: de dimensiones y formatos que permitan su empleo en automóviles, aeronaves, barcos.

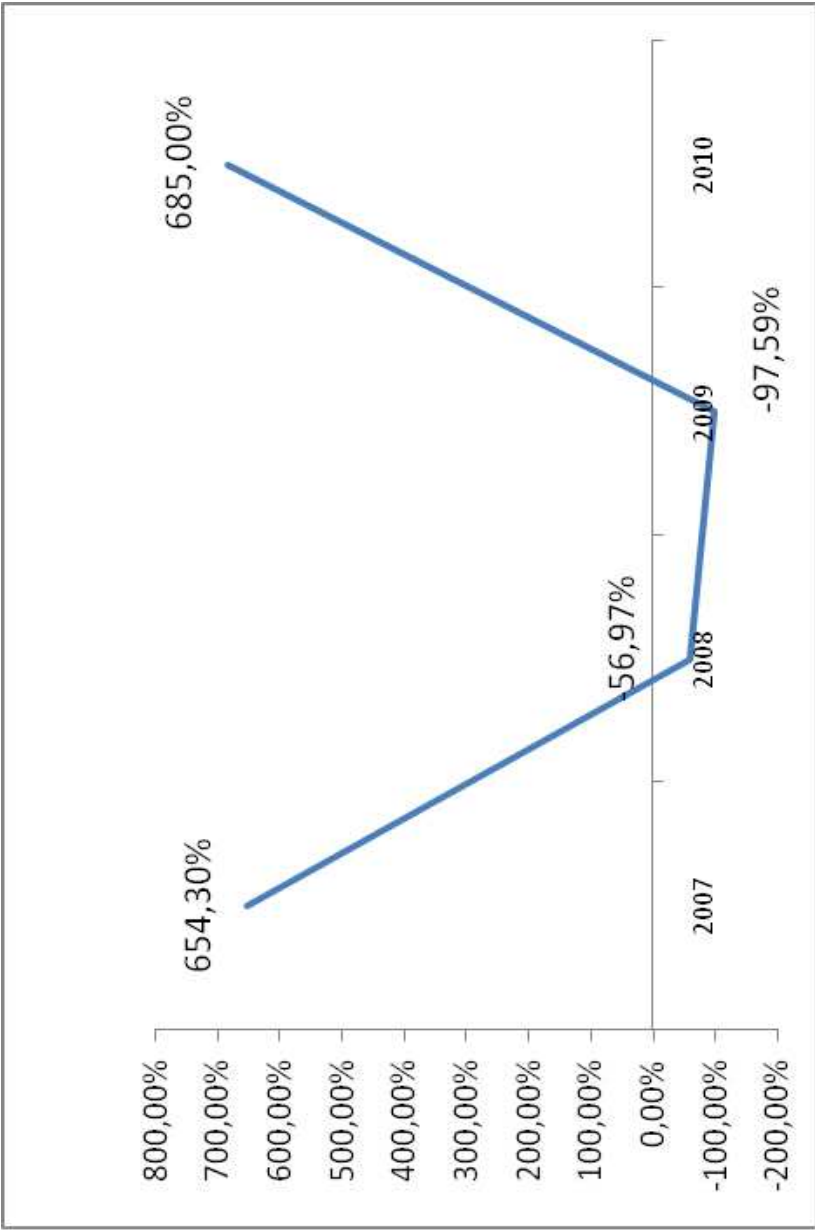
Tabla No. 2: Toneladas y miles de dólares

2005 hasta el año 2010

AÑOS	TONELADAS	FOB - DOLAR
2006	2.56	7.32
2007	19.31	61.93
2008	8.31	24.87
2009	0.20	0.36
2010/10	1.57	5.03

Fuente: BCE, Comercio Exterior

Grafico No. 3: Porcentaje de crecimiento



Elaborado por: Autores

Se puede observar en el Grafico 03, que en el 2007 las exportaciones incrementaron en un 654.30%, para los años 2008 y 2009 decreció en -56.97% y -97.59% respectivamente, pero hasta octubre del 2010 se registro un incremento del 685%.

Las exportaciones de parabrisas son muy variables tienen incrementos y descensos muy notables, su promedio anual es de -38.67%.

Durante los últimos cinco años el total de las exportaciones de parabrisas han sido de 31.95 toneladas lo cual no es nada significativo en la productividad del país.

2.5 Importadores

En nuestro país existen varias empresas que se dedican a la importación de parabrisas de los cuales se mantienen activos los siguientes:

ALMACENES JUAN ELJURI CIA.LTDA.

COMERCIAL ORGU S. A.

ALVAREZ BARBA S.A.

CONSTRUCTORA ANDRADE GUTIERREZ S.A.

AMBACAR CIA LTDA

CONSTRUCTORA PATRIDASA S.A.

ARELLANO RECALDE JOSE MARIA

COVINHAR

ARIASAN CIA. LTDA.

CRISTALES LAMINADOS Y TEMPERADOS CRILAMYT S.A.

AVISAN CIA LTDA

GARUVISA S.A.

AYMESA S.A.

GENERAL MOTORS DEL ECUADOR S.A.

BALSECA TRAVEZ MARCO MARCELO

GERMANMOTORS S.A.

BIGONI QUEIROLO PABLO FERNANDO

GOMEZ LEON WILMER XAVIER

BLINDEX EXTREM CIA.LTDA

GRUPO AUTOMOTRIZ GALARZA HNOS GALAUTO S.

BUCHELI VERDESOTO CARLOS

ELASTO S.A

CAMIONES Y BUSES DEL ECUADOR S.A.	HYUNMOTOR S.A
CANO ZAMBRANO JHON JAIME	IMOCOM ECUATORIANA CIA LTDA
CARBOQUIL S.A.	IMPOBUS IMPORTADORA Y COMERCIALIZ. DE BUSES
CARRASCO VINUEZA GONZALO MIGUEL	IMPORTADORA AUTOMOTRIZ AYORA S.A.
CASABACA S.A.	IMPORTADORA INDUSTRIAL AGRICOLA S.A. IIASA
CETIVEHICULOS CIA.LTDA.	IMPORTADORA TOMBAMBA SA.
CHEUNG YIP TING KO	IMRGARD EGGELING TORRES
CHOU TAM HUIGING	IMVERESA IMPORTADORA DE VEHICULOS Y REPUESTOS S.A.
MOTRANSA C A	TOYOCOSTA S.A.
MUÑOZ PESANTEZ JORGE-REPARA	TOYOTA DEL ECUADOR S.A.
NEGOCIOS AUTOMOTRICES S.A. NEOHYUNDAI S.A.	TRANSPORTADORA ECUATORIANA DE VALORES CI
NOVILLO VILLAMARIN ANGEL FRANCISCO	TUBOSCOPE VETCO INTERNATIONAL INC.

En el Ecuador, según información de importaciones de parabrisas obtenida por el Banco Central del Ecuador, las empresas CRISTALES LAMINADOS Y TEMPERADOS CRILAMYT S.A., ELASTO S.A., son nuestra competencia inmediata, razón por la cual debemos plantear estrategias para entrar en un mercado que es sumamente exigente y a su vez rentable debido a la creciente demanda de vehículos, los que no están libres de sufrir accidentes con sus parabrisas, tales como ralladuras o rupturas de los mismos.

Los parabrisas se pueden importar de varios países, pero desde Colombia se registran los mayores porcentajes, ya que el Ecuador mantiene acuerdos comerciales y preferencias arancelarias con dicho país.

Tabla No 3: Importaciones de la partida arancelaria 7007210000 en valores FOB

PAIS	TOTAL FOB - DOLAR
COLOMBIA	81.48
CHINA	8.30
ESTADOS UNIDOS	2.41
PANAMA	2.28
JAPON	1.78
CHILE	1.70
BRASIL	0.59
ALEMANIA	0.38
MEXICO	0.33
PERU	0.22
REPUBLICA CHECA	0.09
ARGENTINA	0.01
TAILANDIA	0.01
HONG KONG	0.01
HOLANDA(PAISES BAJOS)	0.01
BELGICA	0.01
FILIPINAS	0.01
INDIA	0.01

RUSIA	0.01
-------	------

Fuente: Banco Central del Ecuador

Cifras de Importación de parabrisas

Subpartida Nandina: 7007210000

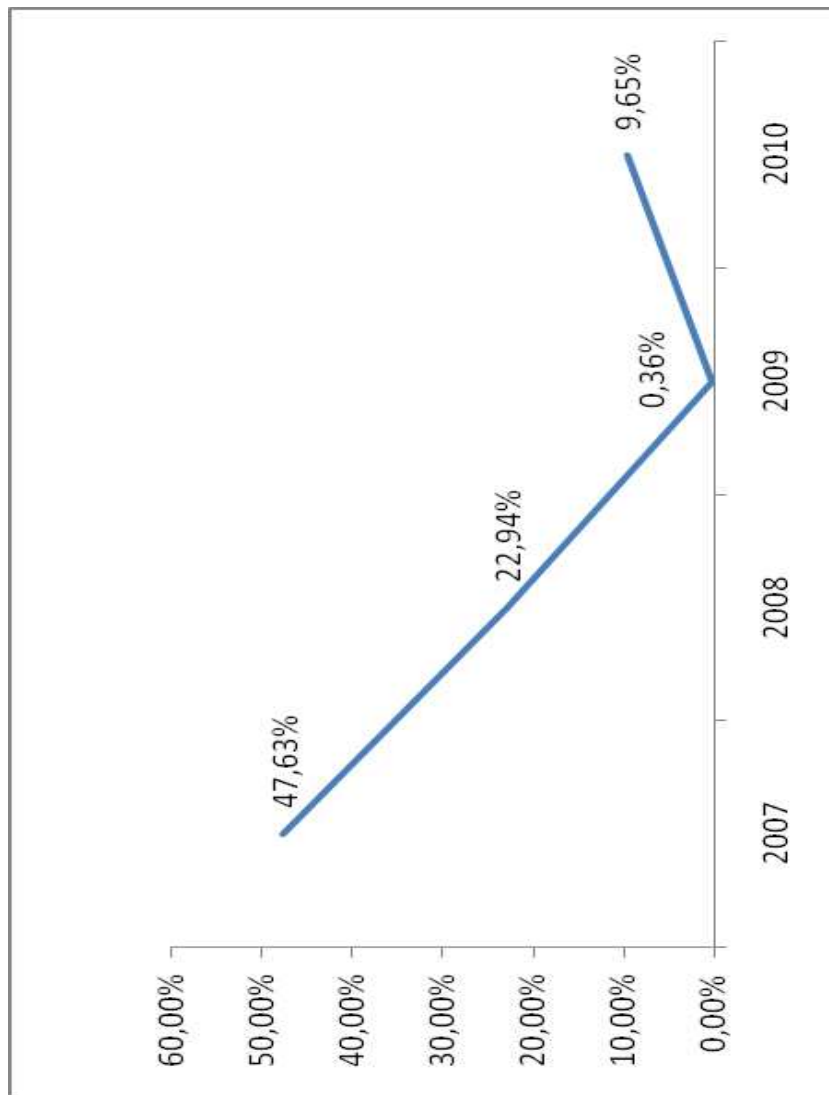
Descripción: de dimensiones y formatos que permitan su empleo en automóviles, aeronaves, barcos.

**Tabla No. 4: Toneladas y miles de dólares
2005 hasta el año 2010**

AÑOS	TONELADAS	FOB - DOLAR	CIF - DOLAR
2006	833.65	2,946.55	3,122.59
2007	1,230.68	3,936.87	4,171.72
2008	1,513.03	4,987.96	5,277.32
2009	1,518.46	4,767.99	5,033.54
2010/10	1,665.04	5,283.51	5,658.33

Fuente: BCE, Comercio Exterior

Grafico No. 4: Porcentaje de crecimiento importaciones



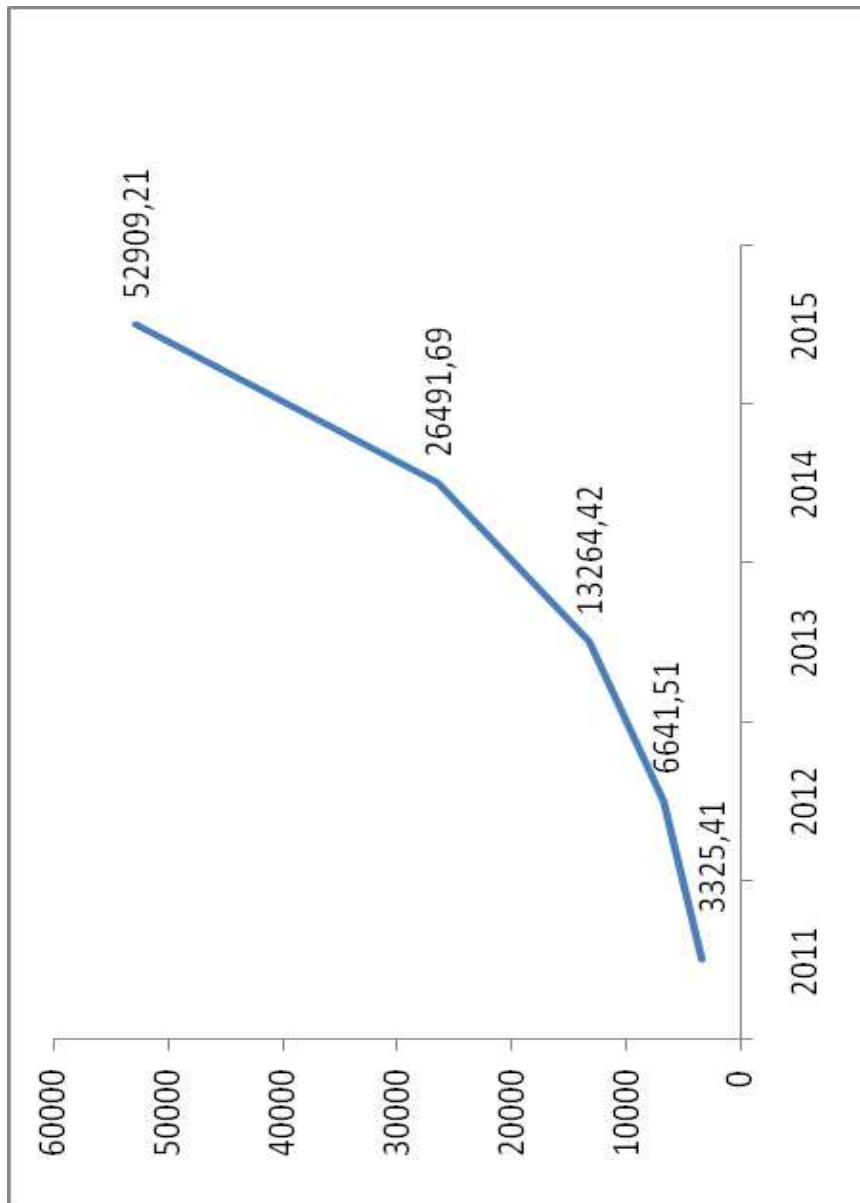
Elaborado por: Autores

Como se observa en el Grafico 04, las importaciones de parabrisas para el año 2007 tuvo un incremento del 47.63%, seguido de un descenso en los años 2008 y 2009 del 22.94% y 0.36% respectivamente, pero para octubre del 2010 se registra un crecimiento del 9.65%.

Como se puede comparar en las tablas 02 y 04 las importaciones de parabrisas son mayores a las exportaciones y la demanda interna es de 6728.91 toneladas

Durante los últimos cinco años las importaciones se han ido incrementando notablemente con un acumulado de 6.760,86 toneladas, su promedio de crecimiento anual es del 99.73%, ver grafico 05

Grafico No. 5: Proyección de Importaciones en toneladas



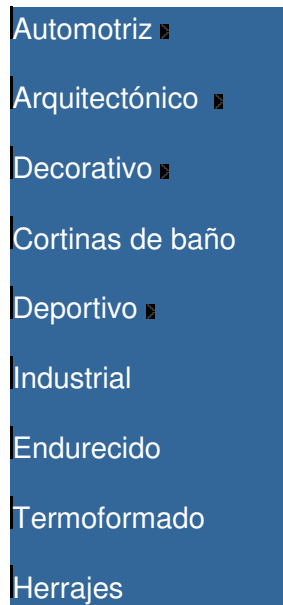
Elaborado por: Autores

2.6 Análisis de la Competencia

2.3.1 Líneas de Productos Empresa Induivit-Crylamit

La empresa Induivit en su pagina principal publicada en la web presenta y ofrece una gama de productos elaborados en vidrio que pueden ser utilizados en varios campos, además de publicar noticias acerca de que lugar son utilizados sus productos.

Estos son los productos con los que cuenta la empresa induvit, crylamit:



A continuación detallamos sus productos automotrices:



Esta empresa fabrica parabrisas, ventanas y ventoleras para todo tipo de vehículo. Y los únicos cristales de seguridad automotriz avalados son:

- cristales laminados con lámina de polivinil butiral o PVB
- cristales templados.

Los parabrisas delanteros deben ser fabricados con cristal laminado; los parabrisas posteriores usan cristal templado al igual que las ventanas y ventoleras del vehículo.

Sus clientes son ensambladoras como General Motors Ecuador y Aymesa.

2.3.2 Líneas de Productos Empresa Autoglass

Autoglass es una empresa productora pequeña ubicada en Quito, la cual únicamente presenta dos variedades de parabrisas, los laminados y las laminas de protección solar (polarizados).

Las láminas de protección solar para cristales de vehículos están diseñadas para dar protección, ahorro y confort.

Las lunas tintadas se ven más fenomenales, con certeza. Pero estas pueden cumplir una función fundamental, al mantener fresco el interior, mediante la absorción de la energía solar, para evitar la acumulación de calor, permitiendo al mismo tiempo el ingreso de la luz solar al vehículo, para beneplácito del conductor y de los pasajeros.

2.5 Proveedores Internacionales

2.5.1 Directorio

EMPRESA PROVEEDORA DE PARABRISAS DESDE COLOMBIA



Saint-Gobain Sekurit es una filial de Saint-Gobain, una de las 100 principales compañías en el mundo. Saint-Gobain tiene actividades en cinco sectores principales: vidrio plano, productos para la construcción, materiales de alto rendimiento, contenedores y distribución de edificios.

Con sede central en París, Saint-Gobain cuenta con más de 200.000 empleados en 56 países y está inscrita en la bolsa de París, Londres, Francfort, Zurich, Bruselas y Ámsterdam.

PRODUCTOS

- Vidrio acústico
- Vidrio anti-calor
- Vidrio anti-reflejo
- Vidrio electrocrómico
- Vidrio hidrofóbico
- Vidrio laminado
- Vidrio térmico
- Vidrio tintado

CONTACTO

Saint-Gobain de Colombia, S.A. Planta Barranquilla

Zona Franca, Bodega 4 Barranquilla, Colombia

Tel: +57 (5) 379 95 99 Fax: +57 (5) 379 96 93

Giro del Negocio: Fabricación de Vidrio automotriz

Mercado: Automotriz

Principales Productos: Vidrio Templado y Vidrio Laminado

Saint-Gobain de Colombia, S.A.

Carrera 7 No. 2620. Piso 18 Edif. Seguros Tequendama

Santa Fe de Bogota, Colombia

Tel: +57 (1) 210 60 00 Fax: +57 (1) 210 5880

Giro del Negocio: Fabricación y manufactura de vidrio plano y automotriz

Mercado: Construcción, edificación, remodelación y automotriz

Principales Productos: Vidrio Plano, Vidrio Templado y laminado

EMPRESAS DE TRANSPORTE TERRESTRE



Es una corporación con más de 20 años de experiencia, creada para ahorrarle tiempo y dinero en sus operaciones logísticas. Nuestro ámbito de acción abarca tanto al comercio exterior como a las actividades domésticas.

SERVICIOS

LOGÍSTICA INTEGRAL.- Un Servicio de Logística Integral (SLI) es un proceso de tercerización intermedia que permite a los clientes reducir significativamente el costo y el tiempo del proceso de gestión de sus importaciones y exportaciones.

CARGA INTERNACIONAL para importaciones y exportaciones

AGENCIAMIENTO DE ADUANAS para importaciones y exportaciones

OFICINAS DE CONTACTO

COLOMBIA

Oficina Bogota

- Calle 72 Nro. 5-83 Piso 6
- Telefónos: (571) 326-4270

- E- mail : infoco@cli.com.pe

Oficina Medellín

- Calle 2 Sur Nro. 20-85 Apartamento 506 Edificio Twins Torre 2
- Telefónos : (574) 285-2400
- E- mail : infoco@cli.com.pe

ECUADOR

Oficina Quito

- Av. La Prensa N42-75, N42-95. Edificio Rendón, Oficinas 6 y 8
- Telefónos : (593 2) 243-8282, (593 2) 243-8067, (593 2) 227-4244
- Fax : (593 2) 227-8059
- E- mail : customerservices@cli.com.ec
- Web site : <http://www.cli.com.ec>

Oficina Guayaquil

- Av. Juan Taca Marengo Y Joaquin Orrantia.
Edificio Nobis, 6to. Piso Oficina 601
- Telefónos : (593 4) 228-6755, (593 4) 228-1767
- Fax : (593 4) 228-3121
- E- mail : amoran@cli.com.ec



Como Operadores Logísticos, implementamos, operamos y desarrollamos servicios logísticos para el abastecimiento de materias primas a plantas de producción; almacenamiento y distribución de producto terminado al consumidor final, buscando eficiencia y el menor costo.-

SERVICIOS

Transporte Terrestre Masivo Nacional e Internacional

Almacenamiento

Distribución

OFICINAS

Quito:

Dirección: Av. Eloy Alfaro E3 – 199 y Los Arupos (Esquina)

Tel: 593 (2)346 32 43 – 346 31 98 – 346 46 77

Km. 11 1/2 Vía a Daule

Ecuador - Guayas, Guayaquil

Teléfono(s) : (593) (4) 2100393

Medellín

Dirección: Cra 41 N°32-10 - Itagui

Tel: 57 (4)372 23 11 – 372 23 55



Nuestra mayor fortaleza radica en poseer la licencia autorizada en nuestro país ante la Corporación Aduanera Ecuatoriana como Consolidador y Desconsolidador de carga y además el respaldo de la Corporación nos permite ofrecer costos beneficiosos debido a que no mantenemos compromisos con ninguna aerolínea o naviera ya que trabajamos siempre seleccionando un servicio efectivo que satisfaga los requerimientos y necesidades del cliente.

Servicios

- Transportación y Logística de sus cargas
- Consolidados aéreos y marítimos.
- Importación-Exportación
- Embarques en Tránsito y Distribución
- Empacado y Embalaje de las cargas
- Despacho de aduanas
- Coordinación de inspecciones y verificaciones personalizadas de carga
- Manejo de carga para proyectos y carga
- Manejo y control de documentos de embarque

CONTACTO

Av. Occidental y Antonio Roman

Edificio Torres Constelación

Telf: 2 466 806 2 444 910 / Fax. 2 270 422



Secure Logistics International es una Compañía dedicada a brindar servicios de calidad, generando e innovando soluciones en el área de logística para el Comercio Internacional.

SERVICIOS

Asesoría en comercio exterior y aduanas

Embarques aéreos de importación y exportación

Embarques marítimos FCL, LCL, Break bulk

Logística y distribución

Proyectos y comercialización

Servicios puerta a puerta

Transporte interno

CONTACTO

Calle de la Canela N45-30 (1era Transv) y Amazonas Quito - Ecuador

Ph: (5932) 2419190 / 2416904 **Movil:** (593) 084252902

Msn: Secure_logistics@hotmail.com



Es un operador logístico con más de 35 años de experiencia, especializado en el diseño de soluciones individualizadas de transporte nacional e internacional y en el manejo de contratos que involucren un servicio integral de la carga que demanden un alto grado de calidad en el servicio.

SERVICIOS

TRANSPORTE NACIONAL E INTERNACIONAL DE CARGA:

En TSP desarrollamos los procesos logísticos de Transporte, Almacenamiento, Inventario y Servicio al Cliente.

Planeación Logística sobre la carga de nuestros clientes en las siguientes modalidades:

- Logística de instalaciones, a través del transporte de materiales
- Logística corporativa, a través del transporte interno, despachos nacionales en Colombia, Venezuela y Ecuador, transporte Multi modal, transporte masivo de minerales.
- Logística de la cadena de suministro, a través de los servicios de Almacenamiento, inventario, paqueteo, cross docking y distribución.

CONTACTO

Alpallana 581 y Wimper

Edificio. Pradera II, al lado del hospital La Carolina

Telf. (593-2) 2588637 – 2583593 / Fax. 226844



Provexcar es una empresa en continuo crecimiento creada en noviembre de 1997, desde entonces y hasta ahora hemos trabajado con eficacia para convertirnos en el mejor aliado de su organización.

SERVICIOS

Transporte marítimos de importación y exportación

Transporte aéreo

Transporte terrestre

Consolidación y desconsolidación de mercadería

Despacho aduana

Seguros

Bodegas

Embalaje

CONTACTO

Av. Pampite

Edificio Office Center Cumbayá

2do piso oficina 314

PBX:6001800 / 2890690

2892218

EMPRESAS ASEGURADORAS



Tecniseguros es la empresa líder en Corretaje y Asesoría profesional de seguros en el Ecuador. Además cuenta con un alto nivel de excelencia en seguridad industrial, constituyéndose en una de las empresas pioneras a nivel latinoamericano en lograr minimizar su riesgo de pérdidas.

COBERTURA

- Seriedad de Oferta
- Cumplimiento de Contrato
- Buen Uso de Anticipo
- Garantías Aduaneras
- Póliza Global Bancaria
- Crimen Computacional
- Directores y Administradores
- Uso Fraudulento de Tarjetas de Crédito
- Seguro de Vida
- Accidentes Personales
- Accidentes de Trabajo
- Asistencia Médica
- Florícolas
- Agropecuarios
- Acuicultura
- Obras de Arte
- Joyas
- Espectáculos

- Deportivos
- Incendio o Rayo
- Transporte
- Lucro Cesante por Incendio
- Vehículos
- Robo y Asalto
- Casco Marítimo
- Dinero y Valores
- Casco Aéreo
- Fidelidad
- Responsabilidad Civil

CONTACTO:

- **Quito**
Shyris N41-151 e Isla Floreana, Edificio Axios
Telefax (593 2) 2941600
- **Guayaquil**
Calle Nahím Isaías y Av. Luis Orrantía, Edificio Tecniseguros.
Telf. (593 4) 2680700
Fax (593 4) 2698822. Casilla No. 09-01-9441



Actualmente, Coopseguros del Ecuador se encuentra en franco proceso de expansión, respondiendo a las exigencias del mercado actual, proyectándose con seguridad y optimismo en este tercer milenio.

PRODUCTOS

Productos // General // Industrias, Comercio, Oficina

- Incendio y líneas aliadas
- Lucro Cesante por incendio y aliadas
- Robo y asalto
- Equipos electrónicos
- Rotura de maquinaria
- Lucro Cesante por Rotura de maquinaria
- Equipo y maquinaria de contratistas y maquinaria agrícola
- Responsabilidad Civil
- Dinero y valores
- Fidelidad empleados
- Seguro de Vehículos
- Seguro de Transportes



CONTACTO

Quito

- Noruega 210 y Suiza,
Edificio Coopseguros.
PBX : 292 1669 / 670
FAX : 292 1667



El Fénix del Ecuador es empresa de seguros eficiente enfocada a clientes pequeños y medianos con productos adaptados a sus necesidades, cuidando el dinero de los clientes y rentabilidad de los accionistas, brindando un servicio ágil, oportuno y amable

COBERTURA

- Vehículos
- Transporte
- Incendio
- Robo
- Responsabilidad Civil
- Accidentes Personales
- Lucro Cesante por Incendio / rotura de maquinaria
- Equipo Electrónico
- Rotura de Maquinaria
- Equipo y Maquinaria

CONTACTO

Corea 126 y Amazonas, Edificio BELMONTE,

1er. Piso teléfono 593-2-2-440-821

Fax: 2-440-820

Quito - Ecuador

2.5.2 Análisis de Consumidores Nacionales

2.4.3.2 Situación cultural

A nivel nacional los hogares destinan el 13% de su gasto de consumo al rubro de transporte dentro del cual se incluyen las categorías relacionadas al sector automotor. Los gastos relacionados a este rubro son generalmente altos, en especial los afines a la compra de automóvil, mantenimiento y matrícula del vehículo.

**Cuadro No. 3: Gasto promedio anual en vehículos y su mantenimiento 2005
- 2009**

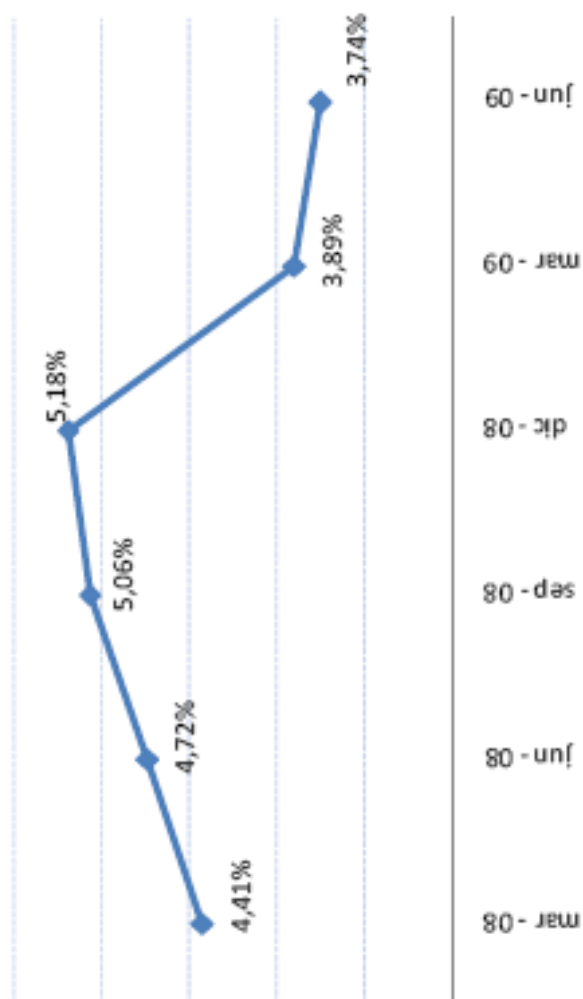
Rubro	Gasto promedio anual en dólares
Mantenimiento de vehículos	652
Automóviles	7.848
Matrícula de vehículos	193

Fuente:

INEC, ECV Quinta Ronda 2005 - 2009

A pesar de que el gasto promedio en el consumo de rubros concernientes al sector automotriz es significativo, éste se relaciona a un reducido número de hogares, el 4,8% de las familias gastaron en compra de automóviles y el 12,1% en mantenimiento de vehículo.

Grafico No. 6: Expectativas de compra de vehículo de los hogares



Fuente: INEC, Encuesta Nacional de Empleo y Desempleo Urbano

Al hablar de expectativas de consumo según la encuesta nacional de empleo y desempleo urbano, en junio de 2009 el 3,74% de los hogares, mostraron interés en la compra de un vehículo a futuro. Esta proporción ha caído en relación al 2008 y da cuenta de la confianza que el consumidor tiene en relación a su situación económica y a la estabilidad que su entorno le pueda proporcionar.

2.4.3.3 Demanda cuantitativa

De acuerdo a las estadísticas del Banco Central del Ecuador, podemos observar en la tabla 02 y tabla 04 que la demanda interna es de 6728.91 toneladas, y en el gráfico 05 las importaciones de parabrisas van aumentando, ya que existen más personas que adquieren un vehículo, ya sea para desempeñar un trabajo o por una necesidad personal.

2.4.3.4 Demanda cualitativa

Para poder determinar la demanda cualitativa hemos elaborado una encuesta la cual nos va ayudar a obtener datos relevantes para el desarrollo del proyecto, con un nivel de confianza del 95% y un error de 6% se determino que se debe realizar la encuesta a 200 personas.

Encuesta

A continuación vamos a presentar una encuesta de demanda de parabrisas en el mercado local. La cual gracias a su generosa ayuda nos permitirá plantear estrategias para proporcionarle un mejor producto en el futuro.

1.- ¿Cual es la marca de su auto?

- Chevrolet _____
- Mazda _____
- Hyundai _____
- Toyota _____
- Kya _____
- Otros _____

2.- ¿Cuál es el modelo de su auto y el año de fabricación?

- D- Max _____
- Mazda 6 _____
- Accent _____
- Corolla _____
- Sportage _____
- Otros _____

3.- A continuación le voy a presentar las características que presentan varios parabrisas:

- **Vidrio acústico.-** evita el ingreso de los los ruidos más fastidiosos por los conductores y pasajeros.

- **Vidrio anti-calor.-** bloquea la acumulación de energía solar, con el coche en movimiento o aparcado.
- **Vidrio anti-reflejo.-** evitan que los resplandores y reflexiones afecten la visibilidad, bajo la luz solar más parpadeante.
- **Vidrio electrocrómico.-** están disponibles solo para el techo solar o cubierta de vidrio, permitiendo a cada propietario gozar de un nuevo nivel de control y confort.
- **Vidrio hidrofóbico.-** aumentan la visibilidad en un 33%, en comparación con las lunas no tratadas, permitiéndole ver a través de todo tipo de temporal, con confianza y confort.
- **Vidrio laminado.-** los fragmentos de vidrio laminado se adhieren al plástico, manteniendo el vidrio intacto.
- **Vidrio térmico.-** las lunas térmicas pueden retirar el hielo y la bruma en un parabrisas, en menos de cinco minutos.
- **Vidrio tintado.-** Las lunas tintadas están diseñadas para absorber la energía solar, antes de que esta ingrese en su vehículo, manteniendo fresco el interior.

4.- ¿De acuerdo a las características de los parabrisas proporcionadas anteriormente cual es importante para usted? (Escoja 3 y califique en un rango de 1 a 10; donde: 10= de Vital importancia; 9; 8; 7= Muy importante; 6; 5; 4;= Importante; 3; 2; 1= No muy Importante)

- Vidrio acústico _____
- Vidrio anti-calor _____
- Vidrio anti-reflejo _____
- Vidrio electrocrómico _____
- Vidrio hidrofóbico _____
- Vidrio laminado _____
- Vidrio térmico _____
- Vidrio tintado _____

5.- ¿De la variedad de parabrisas que presentamos anteriormente cual escogería usted para colocarlo en su vehículo? (Escoja por favor solo uno)

- Vidrio acústico _____
- Vidrio anti-calor _____
- Vidrio anti-reflejo _____
- Vidrio electrocrómico _____
- Vidrio hidrofóbico _____
- Vidrio laminado _____
- Vidrio térmico _____
- Vidrio tintado _____

6.- ¿Cual es su ingreso mensual?

- De \$ 200 hasta \$ 250 _____
- De \$ 250 hasta \$ 300 _____
- De \$ 300 hasta \$ 350 _____
- De \$ 350 hasta \$ 400 _____
- Mayor a \$400 _____

7.- ¿Cuanto estaría dispuesto usted a pagar por un parabrisas?

- De \$ 150 hasta \$ 200 _____
- De \$ 200 hasta \$ 250 _____
- De \$ 250 hasta \$ 300 _____
- De \$ 300 hasta \$ 350 _____
- Mayor a \$ 350 _____
- _____

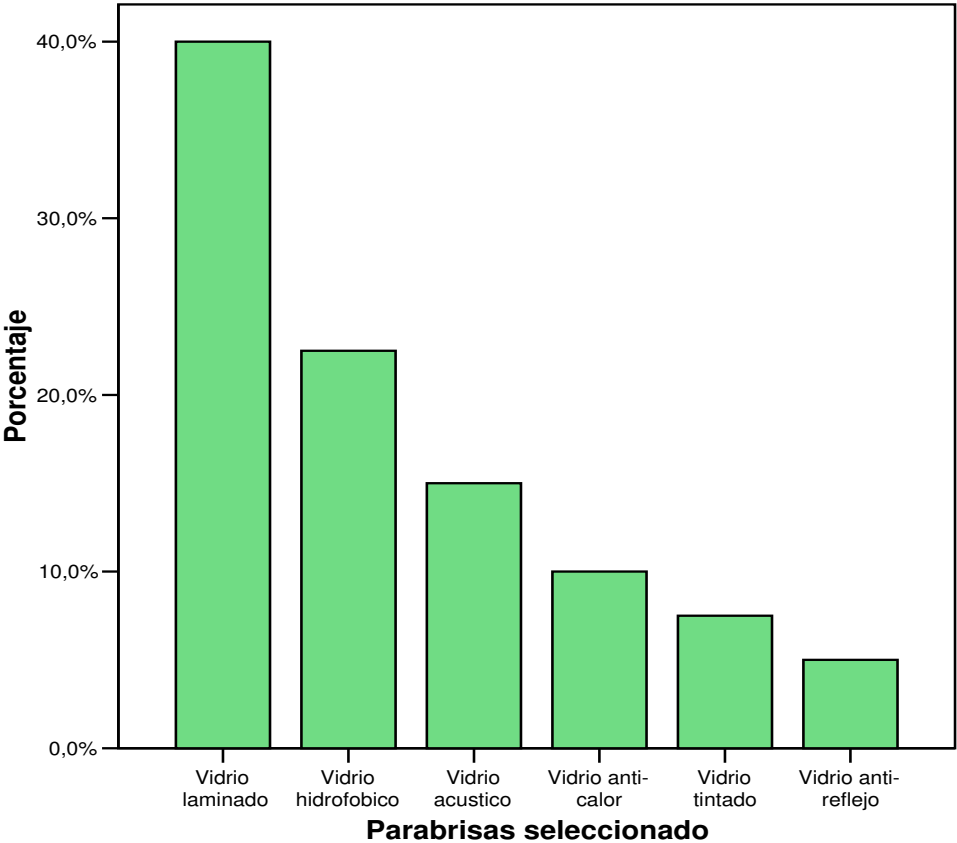
2.4.4 Análisis del consumo de productos sustitutos en el país

Cuadro No. 4: Parabrisas seleccionado

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Vidrio acústico	30	15,0	15,0	15,0
	Vidrio anti-calor	20	10,0	10,0	25,0
	Vidrio anti-reflejo	10	5,0	5,0	30,0
	Vidrio hidrofóbico	45	22,5	22,5	52,5
	Vidrio laminado	80	40,0	40,0	92,5
	Vidrio tintado	15	7,5	7,5	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Elaborado por: Autores

Grafico No. 7 Parabrisas seleccionado



Elaborado por: Autores

El parabrisas que ha sido elegido por un gran número de personas encuestadas gracias a sus características, beneficios y seguridad ha sido el parabrisas laminado.

De un total de 200 encuestas realizadas, 80 personas han elegido el parabrisas laminado representado un porcentaje del 40%.

En segundo lugar se encuentra el parabrisas hidrofóbico con una elección de 45 personas que representa el 22.5%..

En tercer lugar se encuentra el parabrisas acústico con una elección de 30 personas representada por el 15%..

En cuarto lugar se encuentra el parabrisas anti calor con una elección de 20 personas que representa el 10%.

En quinto lugar se encuentra el parabrisas tintado con una elección de 15 personas que representa el 7.5%

En sexto lugar se encuentra el parabrisas anti reflejo con una elección de 10 personas que representa el 5%.

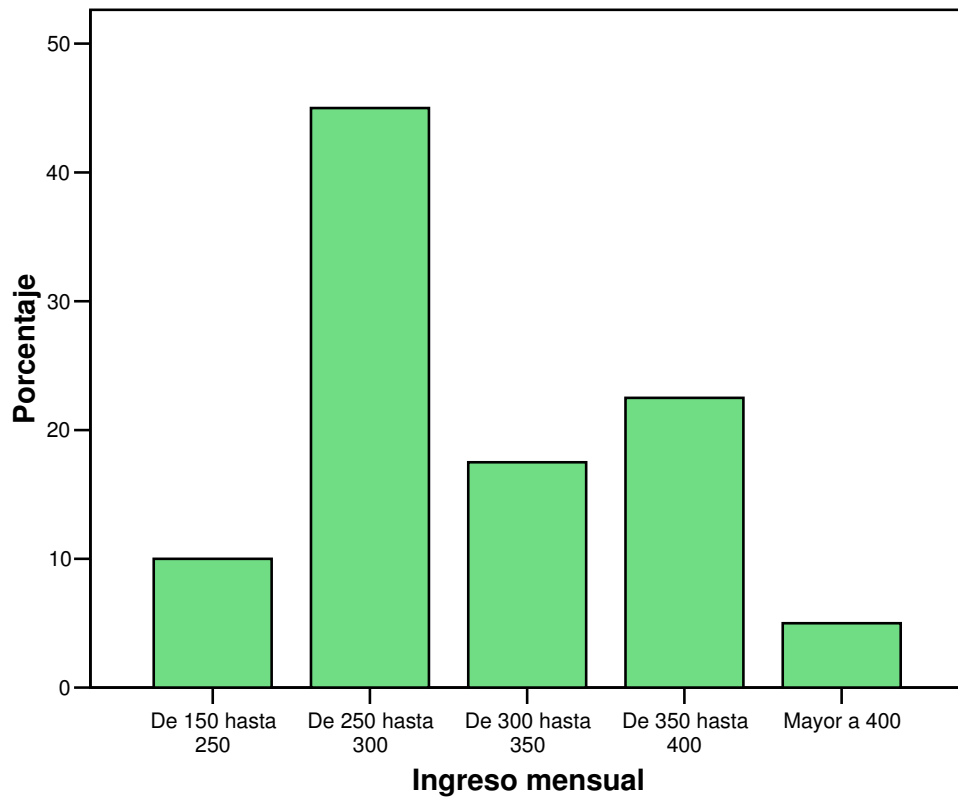
Hay que destacar que de todas las personas encuestadas no han considerado al parabrisas térmico.

2.4.4.1 Tendencias

Cuadro No. 5: Ingreso mensual

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 150 hasta 250	20	10,0	10,0	10,0
	De 250 hasta 300	90	45,0	45,0	55,0
	De 300 hasta 350	35	17,5	17,5	72,5
	De 350 hasta 400	45	22,5	22,5	95,0
	Mayor a 400	10	5,0	5,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Grafico No. 8: Ingreso mensual



Elaborado por: Autores

El ingreso mensual de 90 personas oscila entre los 250 a 300 dólares americanos representando el 45%.

El ingreso mensual de 45 personas perciben un ingreso de 350 hasta 400 dólares representando el 22.5%.

El ingreso mensual de 35 personas es de 300 hasta 350 dólares que representa el 17.5%.

El ingreso mensual de 20 personas es de 150 hasta 250 que representa el 10%.

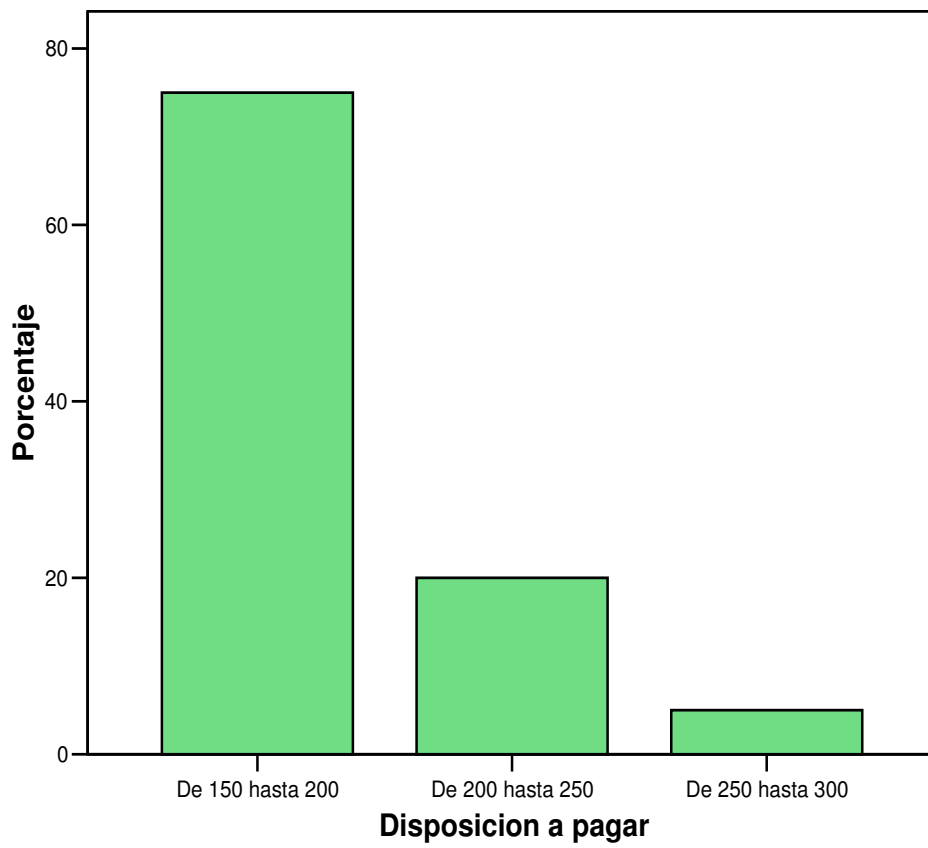
El ingreso mensual de 10 personas es de un ingreso que supera los 400 dólares que representa el 5%.

Cuadro No. 6: Disposición a pagar

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	De 150 hasta 200	150	75,0	75,0	75,0
	De 200 hasta 250	40	20,0	20,0	95,0
	De 250 hasta 300	10	5,0	5,0	100,0
	Total	200	100,0	100,0	

Elaborado por: Autores

Grafico No. 9: Disposición a pagar



Elaborado por: Autores

Sin duda alguna el ingreso de las personas tiene gran influencia para poder adquirir un parabrisas, por lo tanto los resultados que hemos obtenido son:

De 200 personas encuestadas, 150 de las mismas estarían dispuestas a pagar por la adquisición de un parabrisas un valor que oscile entre los 150 y 200 dólares que representa el 75%.

De 200 personas encuestadas, 40 de las mismas estarían dispuestas a pagar un valor entre 200 y 250 dólares por la adquisición de un parabrisas que representan el 20%.

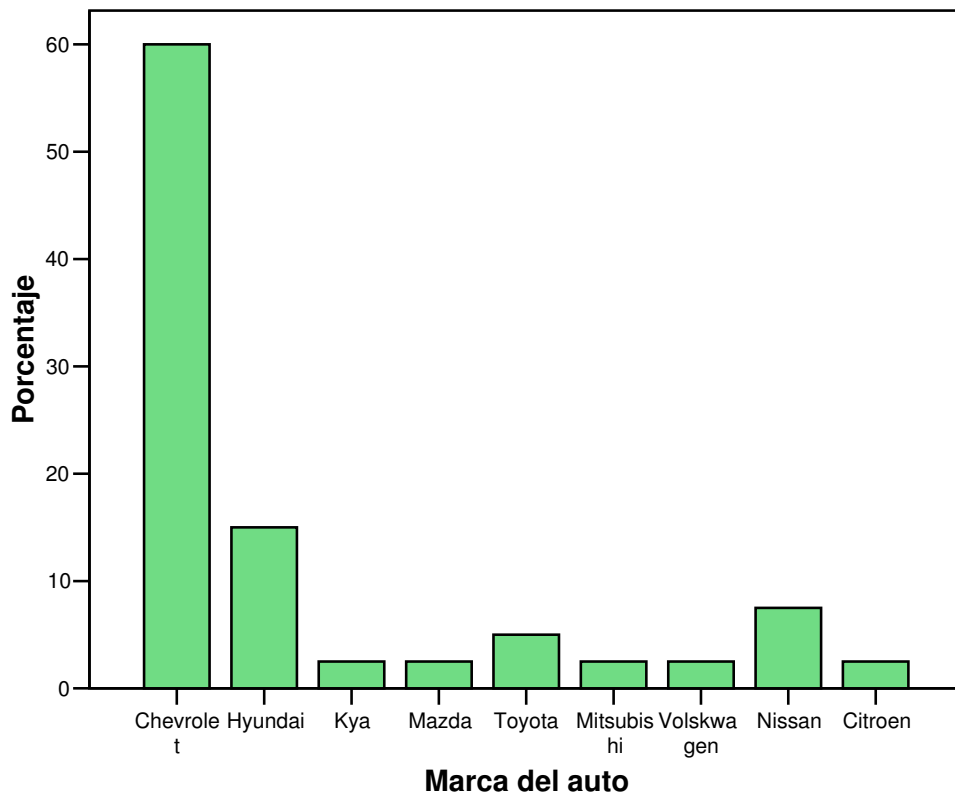
De 200 personas encuestadas, 10 de las mismas estarían dispuestas a pagar un valor entre 250 y 300 dólares que representa el 10%.

Cuadro No. 7: Marca del auto

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Chevrolet	120	60,0	60,0	60,0
Hyundai	30	15,0	15,0	75,0
Kya	5	2,5	2,5	77,5
Mazda	5	2,5	2,5	80,0
Toyota	10	5,0	5,0	85,0
Mitsubishi	5	2,5	2,5	87,5
Volskwagen	5	2,5	2,5	90,0
Nissan	15	7,5	7,5	97,5
Citroen	5	2,5	2,5	100,0
Total	200	100,0	100,0	

Elaborado por: Autores

Grafico No. 10: Marca de auto



Elaborado por: Autores

De 200 personas encuestadas 120 personas poseen un vehículo de marca Chevrolet.

De 200 personas encuestadas 30 personas cuentan con un vehículo marca Hyundai.

De 200 personas encuestadas 15 personas cuentan con un vehículo marca Nissan.

De 200 personas encuestadas 10 personas cuentan con un vehículo marca Toyota.

De 200 personas encuestadas 5 personas cuentan un vehículo marca Kya.

De 200 personas encuestadas 5 personas cuentan un vehículo marca Mazda.

De 200 personas encuestadas 5 personas cuentan un vehículo marca Mitsubishi.

De 200 personas encuestadas 5 personas cuentan un vehículo marca Volkswagen.

De 200 personas encuestadas 5 personas cuentan un vehículo marca Citroen.

El resultado obtenido en la pregunta referente a marca y modelo de auto, servirá tan solo como dato estadístico, dejando un panorama claro de su participación en el mercado, y poder determinar cual será el parabrisas más vendido.

En base a toda la información recogida de las encuestas, determinamos la segmentación del mercado a la que nos proyectaremos y esto es una:

Segmentación por comportamiento: misma que se refiere al comportamiento relacionado con el producto, utiliza variables como los beneficios deseados de un producto y la tasa a la que el consumidor utiliza el producto, es decir con que frecuencia usaría el producto, bastante, poco o no usa y sobre todo a la fidelidad de la marca de los parabrisas.

Según las encuestas realizadas se observa que los clientes prefieren comprar un parabrisas laminado y original, que les brinden protección, seguridad, garantía y precios accesibles.

Por tal razón se importara parabrisas delanteros laminados, originales marca SEKURIT, para los vehículos Chevrolet, Hyundai, Nissan, Wolskagen, Mitshubishi, Toyota y Mazda.

CAPITULO III

PROCESO DE COMERCIO EXTERIOR

3.4 Instituciones de Comercio Exterior

- **Corporación Aduanera Ecuatoriana**



Visión

“Ser una Aduana Moderna, con filosofía innovadora, justa y eficaz en el cobro de tributos, facilitadora de las operaciones del comercio exterior, reconocida entre las mejores aduanas de la región y del mundo, modelo de honestidad, servicio y eficiencia, cuyo competitivo accionar coadyuve activamente al desarrollo sostenido del País.”

Misión

“Administrar los servicios aduaneros en forma ágil y transparente, orientados hacia un cobro eficiente de tributos, a la facilitación y control de la gestión aduanera en el comercio exterior actual, sobre la base de procesos integrados y automatizados, con una férrea cultura de competitividad, que garanticen la

excelencia en el servicio a los usuarios externos e internos, contribuyendo activamente al desarrollo del Estado Ecuatoriano.”

- **Corpei**



Visión

“La CORPEI será un organismo promotor del desarrollo, técnico y profesional, de reconocido prestigio nacional e internacional; líder en la promoción de las exportaciones e inversiones de los sectores productivos del país, gracias a la calidad de sus servicios con valor agregado, a su gestión transparente y a la capacidad de influir en los sectores público y privado para el cumplimiento de su misión.

La CORPEI generará propuestas de políticas y leyes para fomentar las exportaciones e inversiones, dispondrá de infraestructura para realizar su gestión ofreciendo los servicios a un mayor número de usuarios, con recursos humanos calificados y comprometidos.”

Misión

“Promocionar las exportaciones e inversiones de los sectores productivos, mediante la prestación de servicios técnicos de calidad, contribuyendo a potenciar la imagen y el desarrollo competitivo del país”

- **Comexi**

Visión

INSERTAR AL ECUADOR EN LA GLOBALIZACIÓN DE LA ECONOMÍA

“Las transformaciones que se están gestando en el mundo tienen un efecto sobre los agentes económicos y la sociedad en su conjunto al interior del país.

La globalización, la integración de bloques económicos, la apertura de mercados y la firma de acuerdos internacionales en aspectos económicos, ambientales y de normalización, comprometen al país a revisar sus políticas, el marco legal vigente, los mecanismos de negociación interna y externa y de concertación para lograr un desarrollo nacional sostenible.

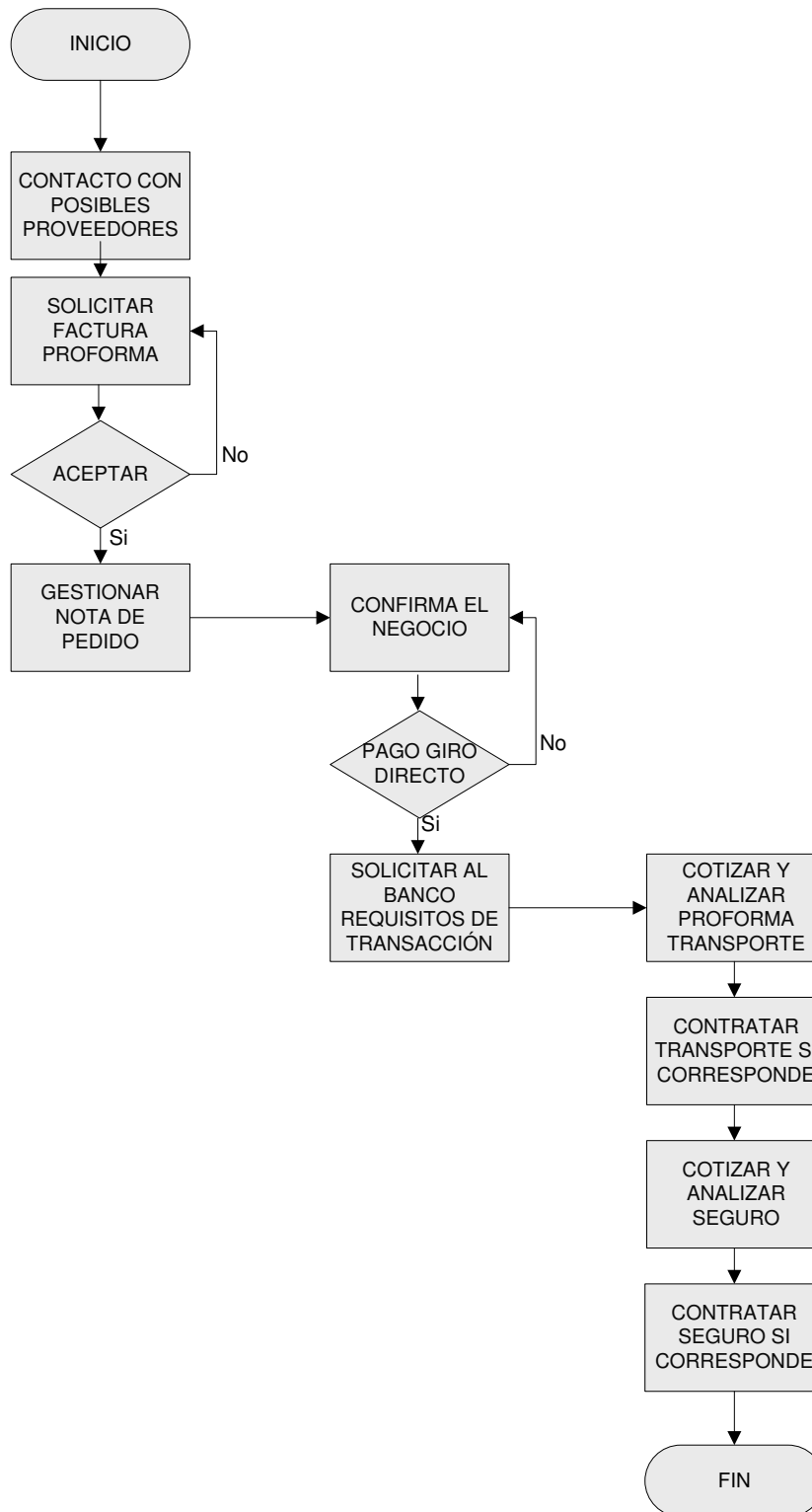
El Ecuador se encuentra inmerso en esta etapa de cambios y la Ley de Comercio Exterior e Inversiones (de la cual el COMEXI es su expresión institucional) es una respuesta a los mismos.”

Misión

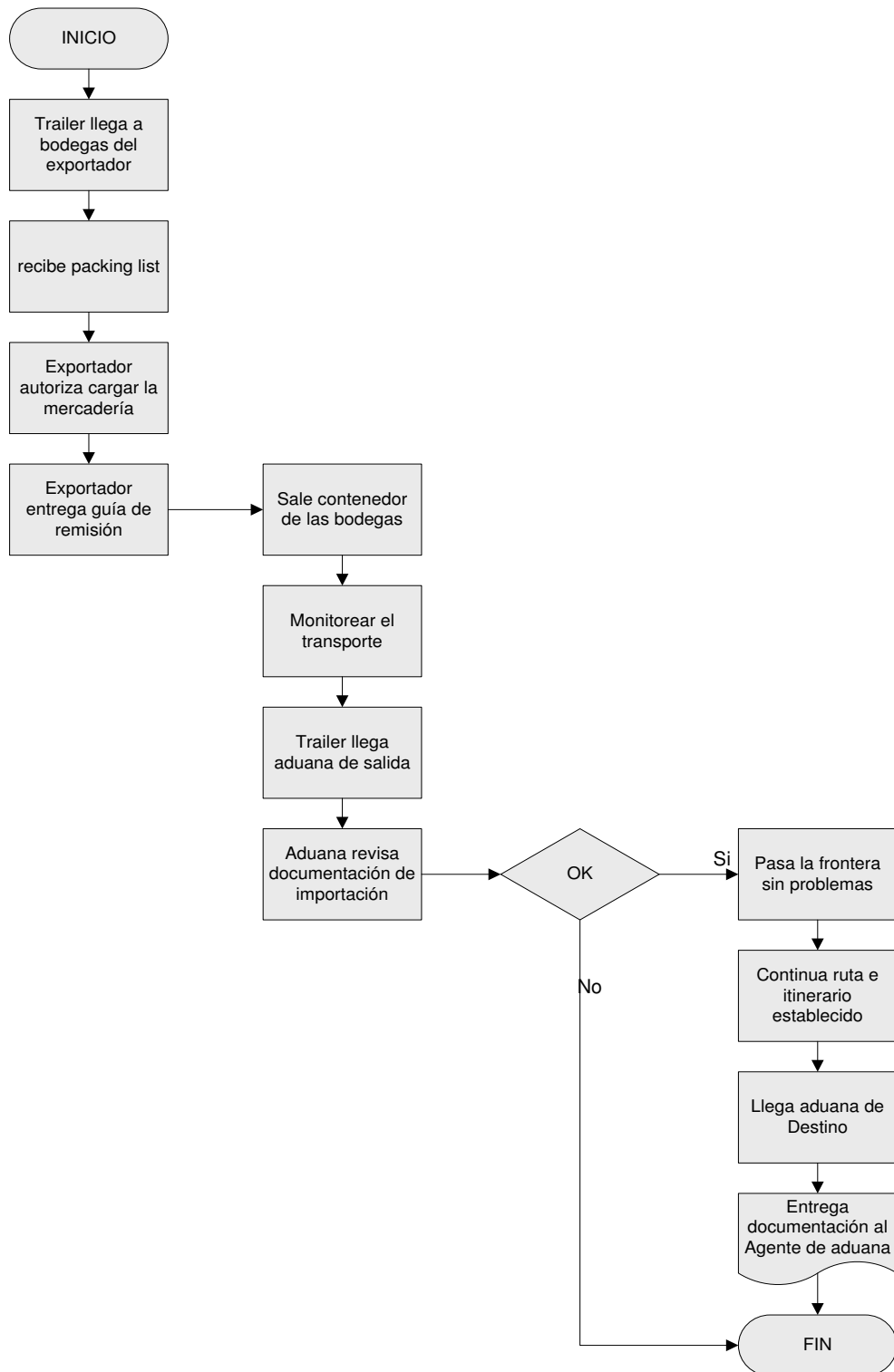
“El COMEXI es un foro de concertación de políticas de comercio exterior e inversiones. Su misión es mantener un nexo constante entre el sector público y privado para establecer de forma conjunta los lineamientos de corto, mediano y largo plazo que impulsen las relaciones comerciales del país con el exterior.”

3.5 Flujograma de Importación

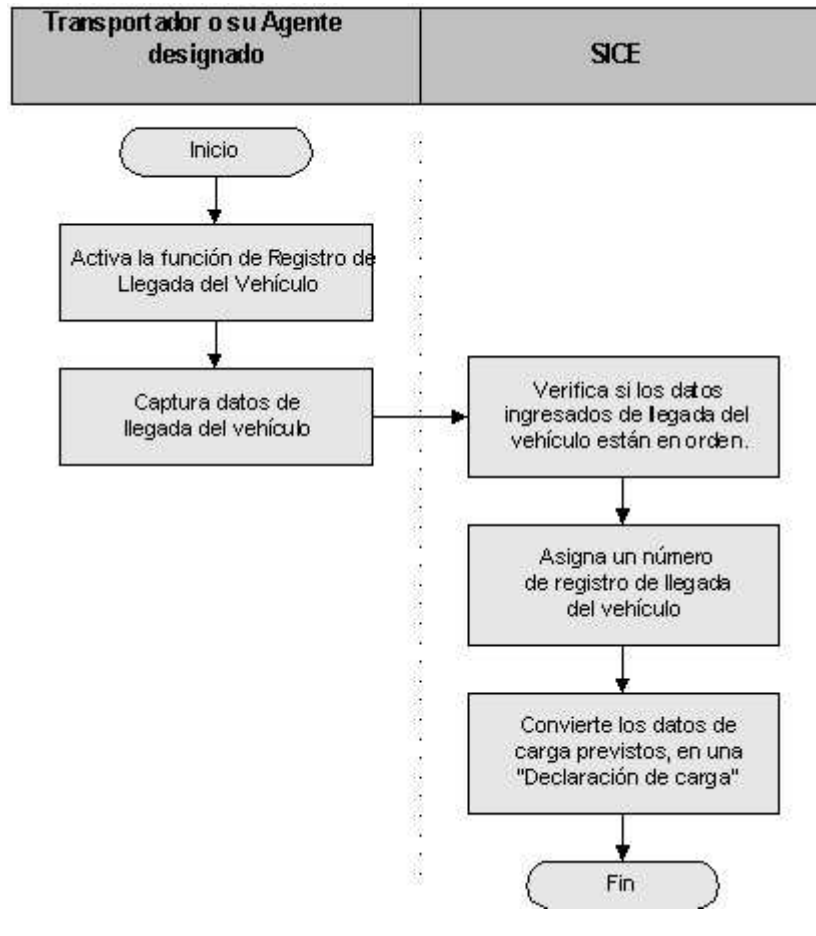
Solicitud Nota de Pedido



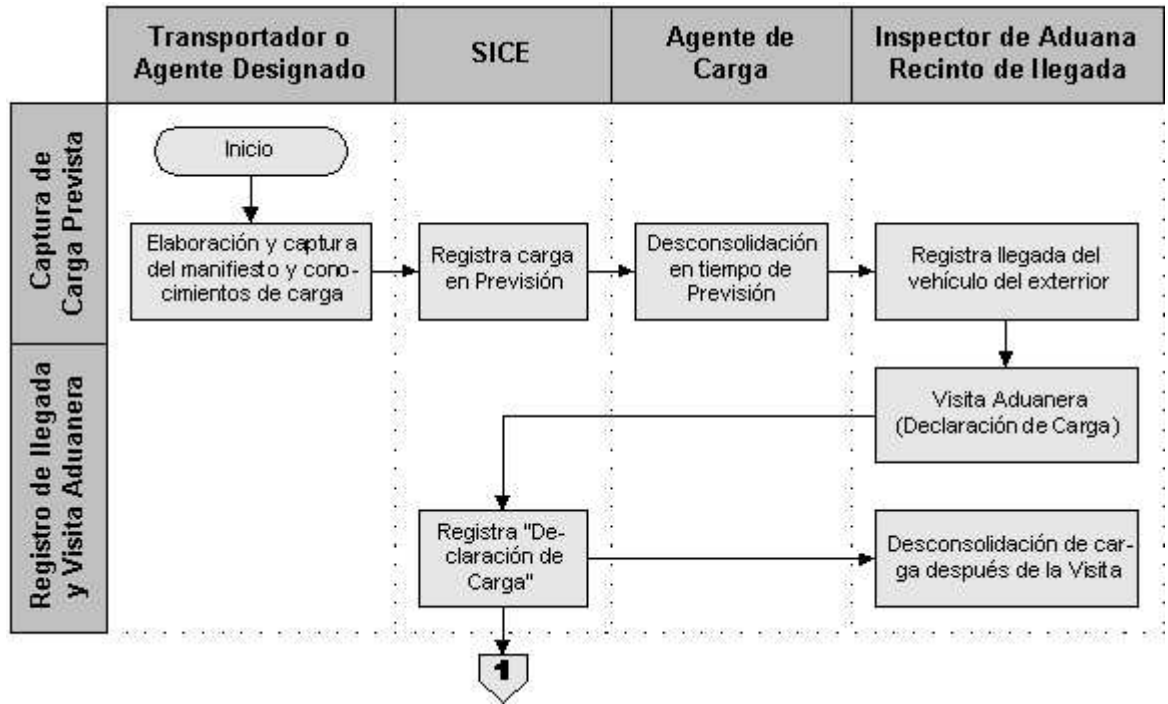
Transporte de la Importación

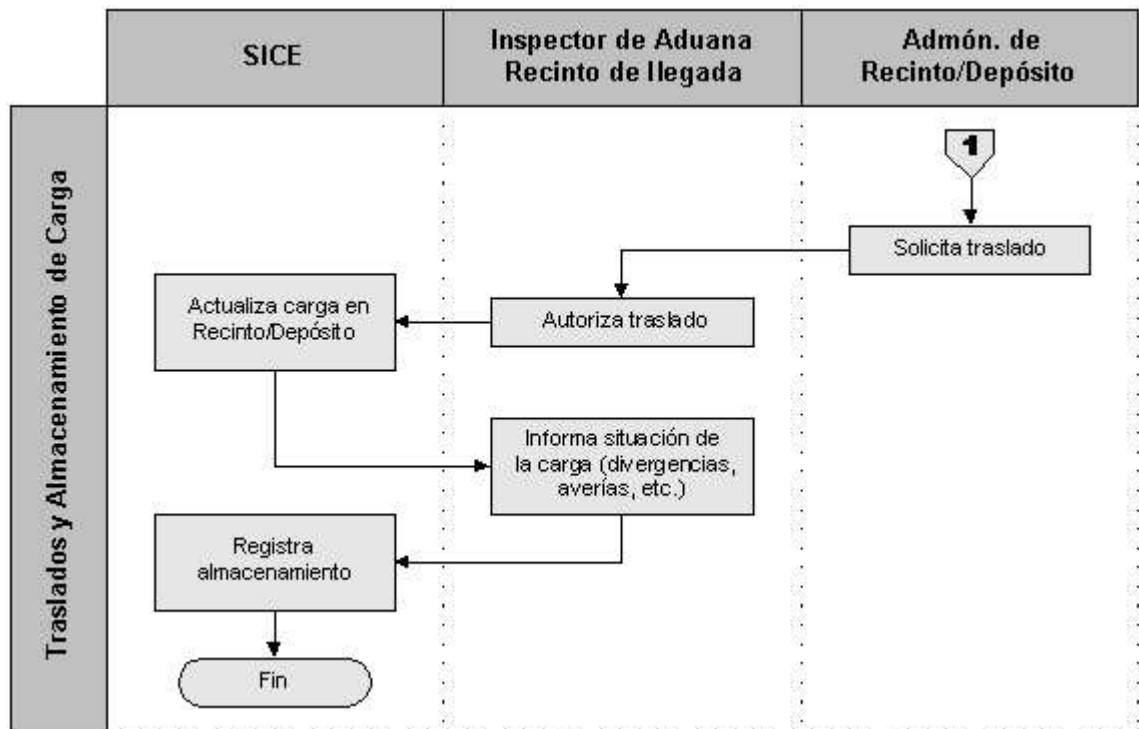


Registro De Llegada Del Vehículo Del Exterior

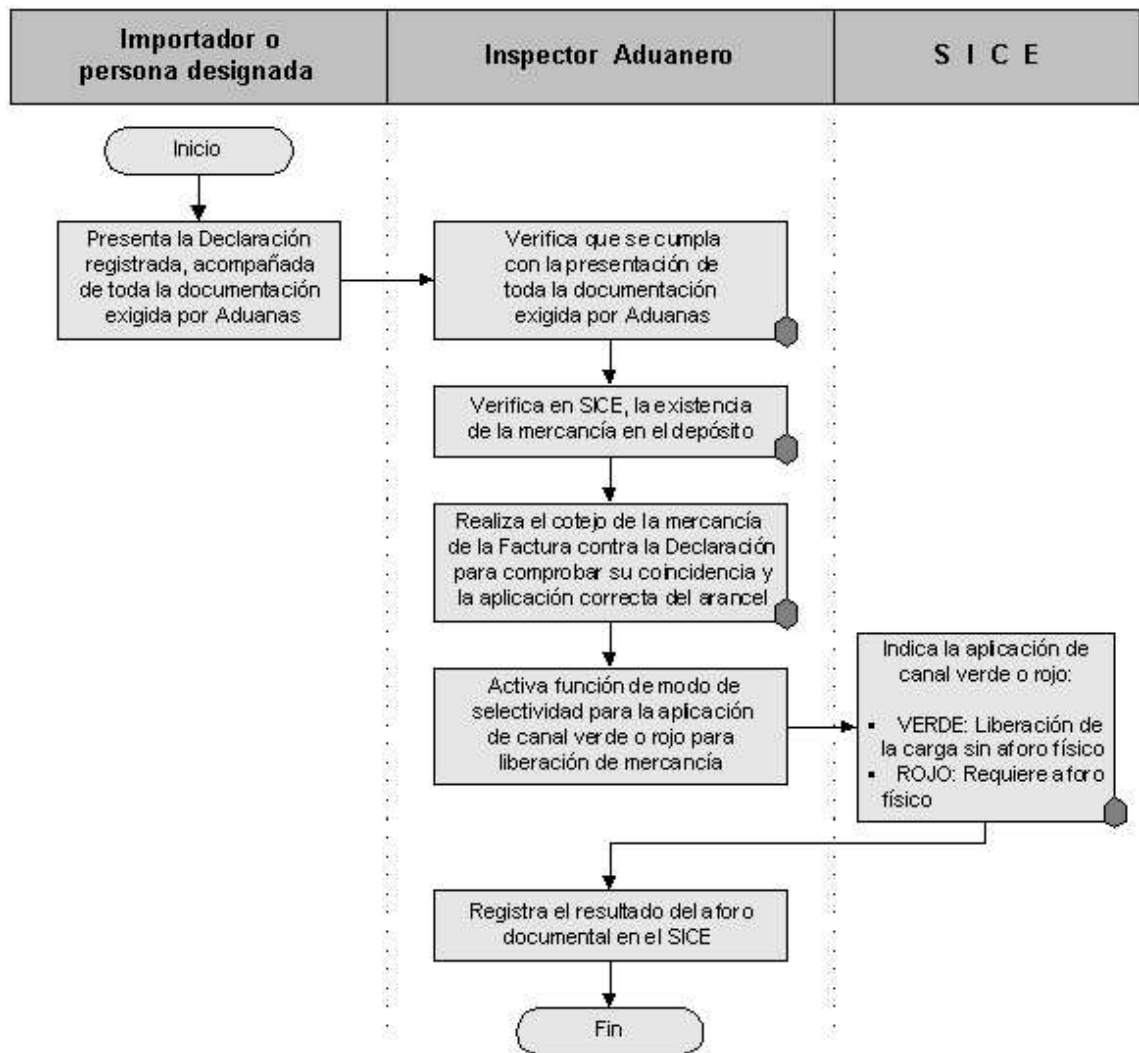


Modulo De Control De Carga

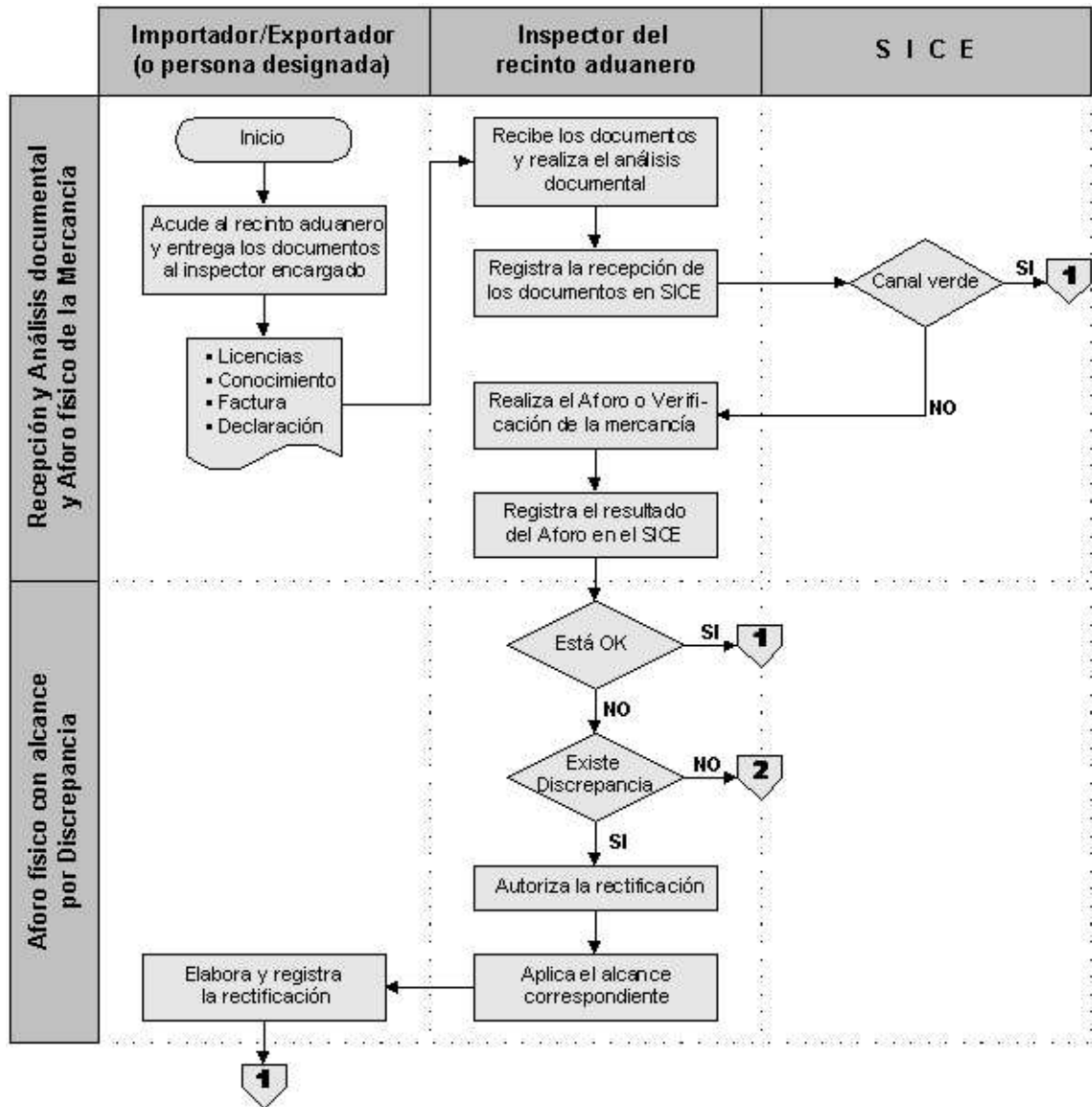


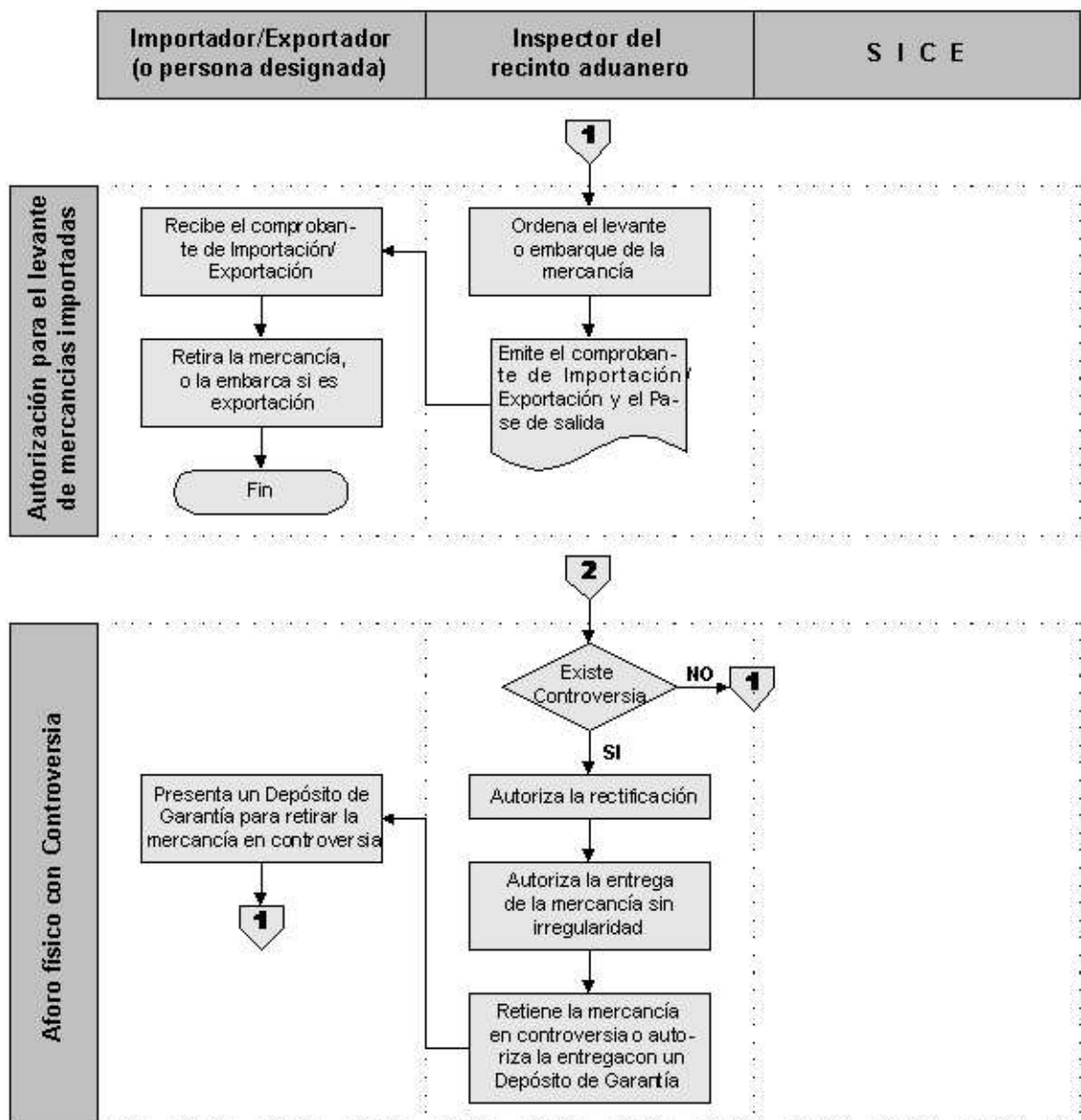


Recepción Y Análisis Documental Para El Despacho De La Mercancía

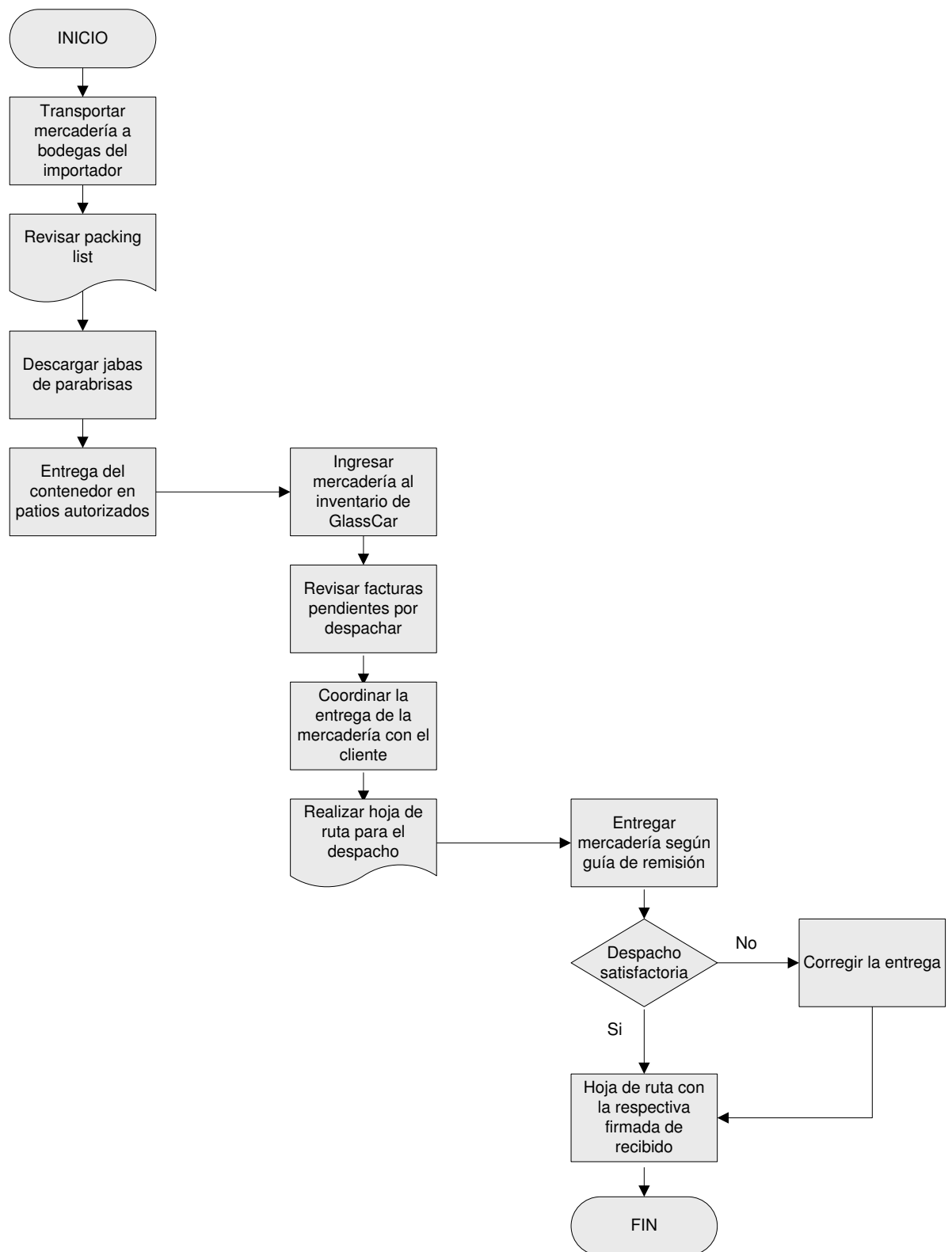


Módulo De Despacho





Distribución de la Mercadería



3.6 Proceso de Importación

FASES

A) Selección de Proveedor

CARGLASS.- ha escogido como proveedor a la empresa SAINT GOBAIN, la cual nos ofrece mensualmente 1500 unidades, tiene la experiencia en diferentes ámbitos a desenvolverse, además son los pioneros en la fabricación de parabrisas laminados, entre otros productos, nos facilitan negociaciones y sobre todo tienen precios accesibles ya que directamente son los fabricantes y no necesitan de intermediarios, cuenta con una variedad de productos, pero a nuestra empresa le interesa importar los vidrios laminados, los cuales son de la marca SEKURIT, originales lo que permite garantizar el producto hacia nuestros futuros clientes.

Proveedor líder de cristal para automoción centrandó sus actividades en el desarrollo y fabricación de cristal para automoción, SAINT-GOBAIN SEKURIT es considerado por los constructores como un aliado internacional fiable y dinámico: El proveedor de cristal de automoción por excelencia.

En Europa uno de cada dos coches incorpora cristal de SAINT-GOBAIN SEKURIT. Su posición de líder europeo y su presencia industrial y comercial internacional hacen de él uno de los proveedores mundiales principales de cristal.

Dirige su actividad a 3 mercados: **Ensamblaje, Transporte** (vehículos pesados, autobuses, ferrocarril, etc) y **Recambios**.

SAINT-GOBAIN SEKURIT cuenta con una presencia industrial y comercial en 22 países de América, Asia y Europa. La dimensión global es una prioridad en la estrategia de SAINT-GOBAIN SEKURIT. Para aprovechar las oportunidades en diferentes países, los fabricantes tendrán que incrementar su presencia mundial.

SAINT-GOBAIN SEKURIT participa en esta tendencia ofreciendo a sus socios su experiencia y recursos. Su know-how y fiabilidad hacen de él el proveedor líder de cristal en la industria de automoción. La globalización permite a SAINT-GOBAIN SEKURIT anticipar las necesidades y expectativas del consumidor final y suministrar productos fiables y de alta calidad.

Portafolio de productos

- **Vidrio acústico.-** evita el ingreso de los ruidos más fastidiosos por los conductores y pasajeros.
- **Vidrio anti-calor.-** bloquea la acumulación de energía solar, con el coche en movimiento o aparcado.
- **Vidrio anti-reflejo.-** evitan que los resplandores y reflexiones afecten la visibilidad, bajo la luz solar más parpadeante.
- **Vidrio electrocrómico.-** están disponibles solo para el techo solar o cubierta de vidrio, permitiendo a cada propietario gozar de un nuevo nivel de control y confort.
- **Vidrio hidrofóbico.-** aumentan la visibilidad en un 33%, en comparación con las lunas no tratadas, permitiéndole ver a través de todo tipo de temporal, con confianza y confort.
- **Vidrio laminado.-** los fragmentos de vidrio laminado se adhieren al plástico, manteniendo el vidrio intacto.

- **Vidrio térmico.-** las lunas térmicas pueden retirar el hielo y la bruma en un parabrisas, en menos de cinco minutos.
- **Vidrio tintado.-** Las lunas tintadas están diseñadas para absorber la energía solar, antes de que esta ingrese en su vehículo, manteniendo fresco el interior.

Estrategias Comerciales de Saint Gobain tenemos:

Publicidad.- el cual su eje de campaña es a través de Notas de Prensa y temas actuales relacionados con los automóviles y parabrisas.

Diseño.- coloca la imagen de un vehículo nuevo, elegante y moderno

Medios.- sus medios son las publicaciones en el internet y sus páginas web.

Eje de campaña.- su eje de campaña se basa en cuatro aspectos que son: “mi siguiente coche, mi coche ideal, selección de equipamiento y fácil conducción”. Los cuales fomentan dos puntos específicos que son la protección y seguridad

Promoción de Ventas Saint Gobain tiene catálogo de vidrios disponible en su página web, mismo que contiene varias preguntas que lo orientarán en la compra de su parabrisa

B) Ilustración No. 1: Selección de Potenciales Distribuidores



CARGLASS.- enfoca su distribución a clientes potenciales como **CristalAutos**, **CristalCar** y **Favicón**, distribuidores mayoristas los cuales realizan venta directa a los consumidores finales, además tienen cantidades de demanda altas y sobre todo podemos sustentarlos ya que son clientes que compran cajas enteras de parabrisas.

En el siguiente proceso encontraremos la ubicación para un nuevo y posible distribuido en la ciudad de Quito, zona norte.

Tabla No. 5: Método centro de gravedad

Clientes	Lote de Pedido	Coordenadas	
		X	Y
CristalAutos	200	9.90	13.30
CristalCar	100	10.90	17.40
Favicón	100	6.00	16.90
VidrioCar	50	8.10	2.60
Tecnividrio	50	6,70	6,00
Stock CARGLASS	100	12.80	22.80
TOTAL	600		

$$x = \frac{(9,9)(200) + 10,9(100) + 6(100) + 8,10(50) + 6,7(50) + 12,80(100)}{600}$$

$$x = \frac{1980 + 1090 + 600 + 405 + 335 + 1280}{600}$$

$$x = \frac{5690}{600} = 9,48$$

$$y = \frac{13,3(200) + 17,4(100) + 16,9(100) + 2,6(50) + 6(50) + 22,8(100)}{600}$$

$$y = \frac{2660 + 1740 + 1690 + 130 + 300 + 2280}{600}$$

$$y = \frac{8500}{600} = 14,17$$

Realizando el proceso del Método del Centro de Gravedad hemos encontrado las siguientes coordenadas (9.48 ; 14.17) las que nos sugiere un punto de distribución en este lugar, que le corresponde al Sector del Inca y la Av. 6 de Diciembre.

C) Contratación De Empresas De Transporte



Pasos Para Contratar El Transporte:

a) Investigar empresas de transporte terrestre internacional

Revisar en páginas amarillas

Buscar en internet

Preguntar a otros importadores sobre su mejor opción

b) Solicitar cotización de transporte y de Seguros

Revisar Incoterms con los cuales es posible importar y escoger el que más satisfaga la necesidad del importador.

Especificar el producto, fechas aproximadas en las que se desea importar y sobre todo determinar el lugar de donde procederá la mercadería.

c) Analizar cotizaciones, Elegir la mejor propuesta de transporte

Para la contratación del transporte, la mejor propuesta que hemos tenido es la de la empresa CORPORACIÓN LOGÍSTICA INTEGRAL, brinda un Servicio de Logística Integral (SLI) es un proceso de tercerización intermedia que permite a los clientes reducir significativamente el costo y el tiempo del proceso de gestión de sus importaciones y exportaciones.

El SLI comprende todas las actividades que conlleva la prestación de un servicio puerta a puerta, tanto para importaciones y exportaciones de carga general y productos perecederos, como para proyectos especiales, incluyendo la entrega a nivel nacional. Todo ello se realiza a través de un interlocutor único que nuestra organización designa para el cliente: el coordinador de SLI, quien supervisa las diversas acciones que llevan a cabo las divisiones de negocio de nuestra organización y sus asociados en el exterior y entrega reportes actualizados en tiempo real.

Son evidentes las ventajas que representa este contacto directo entre el coordinador y nuestro cliente, quien sólo requerirá verificar nuestra información por vía electrónica

CLI Aduanas cuenta con un equipo de más de 100 personas cuyas actividades se apoyan en una plataforma de sistemas de última generación, desarrollada específicamente para satisfacer las necesidades de información de sus clientes. Tiene, además, una conexión dedicada de fibra óptica que le permite entrelazarse con Aduanas en tiempo real.

OFICINAS DE CONTACTO

ECUADOR

Oficina Quito

- Av. La Prensa N42-75, N42-95. Edificio Rendón, Oficinas 6 y 8
- Telefónos : (593 2) 243-8282, (593 2) 243-8067, (593 2) 227-4244
- Fax : (593 2) 227-8059
- E- mail : customerservices@cli.com.ec
- Web site : <http://www.cli.com.ec>

COLOMBIA

Oficina Bogota

- Calle 72 Nro. 5-83 Piso 6
- Telefónos: (571) 326-4270
- E- mail : infoco@cli.com.pe

d) Elegir la mejor propuesta de seguro



Hemos optado por la empresa COOPSEGUROS S.A., ya que son promotores de aseguramientos especializado para el sector cooperativo, las soluciones son integrales y a la medida y van desde el aseguramiento de los bienes y servicios de la Cooperativa y sus socios, hasta el manejo de recursos financieros en la Cooperativa y la promoción de seguros individuales para los asociados en condiciones especiales a través de convenios especiales. Coopseguros del Ecuador S.A., está asociada a la Federación Internacional de Cooperativa y Mutuales, ICMIF, con el propósito de estar al día en tecnología, nuevos productos y servicios del sector asegurado. El propósito es promover la cooperación internacional para ayudar a las aseguradoras cooperativas y mutuales que operan sobre las bases de principios compartidos, en diferentes países y regiones del mundo. La cooperación entre cooperativas trabaja para el desarrollo sostenible de su comunidad por medio de políticas aceptadas por sus socios. Sus cotos y alcances están cumpliendo con nuestros requerimientos para el producto a ser importado, además satisface las necesidades que exigimos, tanto en formas de pago como el de la cobertura del seguro.

CONTACTO

Noruega 210 y Suiza / PBX: 2921669 / 670

FAX: 2921667 (Quito)

e) Reunir documentación necesaria

Factura Comercial

Packing list / lista de empaque

Datos de la empresa importadora

Datos de la empresa exportadora

Póliza de seguro

f) Enviar aceptación cotización

Hacer conocer al proveedor del transporte y seguro que su propuesta fue aceptada

g) Solicitar el contrato de transporte

El proveedor del transporte debe hacer llegar al interesado el contrato para que este prosiga con sus trámites de importación.

h) Firmar contrato y adjuntar documentos solicitado

Legalizar los contratos de transporte y de seguros, y continuar con el proceso de importación.

D) Elaboración De La Guía

Documento que las partes otorgan para acreditar la existencia y condiciones del contrato, y la entrega de las mercaderías al porteador.

La Guía de Corte debe tener la siguiente información:

- El nombre, apellido y domicilio del cargador, porteador y consignatario;
- La calidad genérica de las mercaderías, su peso y las marcas y número de los bultos que las contengan:
- El lugar de la entrega;
- El plazo en que debe hacerse la entrega de la carga;
- El lugar, día, mes y año del otorgamiento;
- El nombre, apellido y firma de las personas que concurren a su otorgamiento, presumiéndose que éstas representan al cargador y al porteador, y
- Cualquier otro pacto o condición que acordaren los contratantes

Packing List / Lista de Embarque

Su finalidad es informar el contenido, peso bruto y neto de la mercadería a ser exportada, de acuerdo a como se encuentra embalada.

La emite el exportador en hoja membrete de la empresa, y los principales datos que figuran en ella son:

- Datos del exportador.
- Datos del importador.
- Marcas y números de los bultos.
- Lugar y fecha de emisión.
- Modo de embarque

- Cantidad de bultos y descripción de la mercadería.
- Total de los pesos brutos y netos.
- Tipo de embalaje.
- Firma y sello del exportador.

Habitualmente, este documento no es muy exigido en las operaciones de comercio internacional, dependiendo este factor de la naturaleza de las mercaderías. Por lo general, se lo solicita en grandes embarques, o en aquellos donde existen variedad de tipos de mercadería. Si el embarque contiene un solo tipo de mercadería, este documento puede ser obviado. El Packing list lo emite el exportador, este a su vez lo entrega al transportista para que tenga constancia de lo que esta transportando y verifique todo el producto al momento de cargar en las bodegas del exportador y descargar en las bodegas del importador, de esta manera llevara un control de lo facturado para importar.

E) Grafico No. 12: Diseño De Ruta Por Tipo De Transporte A Ser Utilizado



La Hoja de Ruta.- es el documento que se utiliza en las cargas terrestres y que acompaña al permiso de embarque de exportación. En el se detallan las principales ciudades y rutas por las cuales transita el medio de transporte con destino a la Aduana de Salida. También se detalla en el documento el número de la destinación aduanera correspondiente, como así también el plazo para efectuar el

recorrido previsto.

Por lo general, esta documentación la efectúa la empresa de transporte y debe estar firmada por un Agente de Transporte Aduanero.

La importación desde Medellín – Colombia hasta Quito – Ecuador, realizará la siguiente ruta: saldrá desde la fabricas de SAINT GOBAIN ubicadas en Medellín, luego hacia Bogotá pasando a Cali siguiendo a Pasto y al llegar a Ipiales la aduana de salida efectuara el debido control de la documentación de importación, luego se dirige a Tulcán hasta llegar a la aduana de destino en Quito. Todo este recorrido lo realizará en 7 días hábiles.

El acceso terrestre a Ecuador desde Colombia se hace por la Carretera Panamericana, que atraviesa el territorio ecuatoriano de norte a sur. Existe la vía Ipiales-Tulcán, que pasa por el Puente Internacional de Rumichaca. Desde Bogotá hasta el Puente Internacional hay una distancia de 880 kilómetros, mientras que desde Cali la distancia es de 441 kilómetros. La ruta Rumichaca – Quito tiene una distancia de 243 kilómetros, mientras que la ruta Rumichaca

F) Entrega Del Conocimiento De Embarque

Para el transporte por carretera el documento principal es la carta de porte, que constituye al mismo tiempo, recibo de mercancía por parte del transportista y prueba del contrato de transporte.

Contenido de la Carta de Porte

Los transportistas, usuarios del transporte de mercancías y operadores de transporte estarán obligados a documentar cada uno de los envíos en que se materialicen los contratos de transporte de mercancías por carretera que celebren en una carta de porte u otra documentación acreditativa, la cual deberá acompañar a las mercancías en su desplazamiento y en el que deberán constar, al menos, los siguientes datos:

- Nombre o denominación social y domicilio de la empresa transportista.
- Nombre o denominación social y domicilio del destinatario o consignatario del envío.
- Lugares de origen y destino de la expedición de transporte de que se trate.
- Fecha de realización del transporte del envío de que se trate.
- Matrícula del vehículo o vehículos utilizados en la realización del transporte.
- Naturaleza, peso y, en su caso, número de bultos de la mercancía transportada. En los supuestos en que, por razón de las circunstancias en que se produzca la carga del vehículo, resulte de difícil determinación el peso exacto de la mercancía que se va a transportar, se buscará otro tipo de magnitud para determinar su cantidad y peso.

Características esenciales:

- Es prueba del contrato de transporte
- No es título de crédito, por lo que no es negociable
- Da fe de las instrucciones dadas al transportista, por lo necesariamente debe acompañar el envío.

G) Disposición De Orden De Embarque

El exportador extranjero (proveedor) revisa la forma de pago convenida, toda vez esté de acuerdo, embarca las mercaderías según lo estipulado; En esta etapa el exportador extranjero (proveedor) confirma el medio de transporte internacional que lleva las mercaderías, fecha de salida, número de viaje, nombre del transporte, tiempo de demora del viaje y fecha estimada de arribo.

El importador coordina con el Agente de Aduanas la recepción de las mercaderías en aduana de llegada e internación.

La orden de embarque debe ser transmitida por el exportador o por su Agente de Aduana a la Corporación Aduanera Ecuatoriana a través del Sistema Interactivo de Comercio Exterior, la cual será aprobada automáticamente por el sistema asignándole un número de registro.

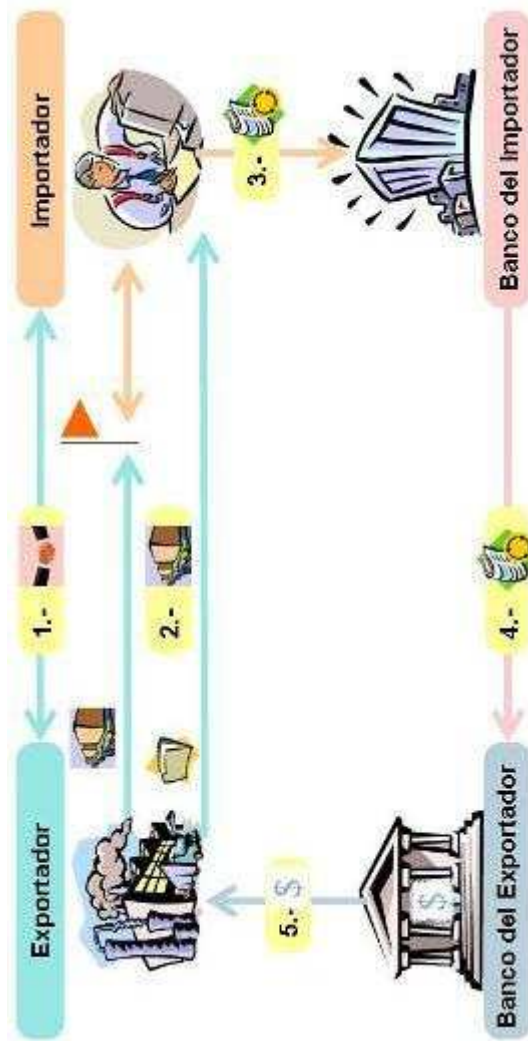
La orden de embarque deberá ser utilizada, **dentro del plazo de treinta días calendario** a partir de su aprobación, para el ingreso de las mercancías a Zona Primaria Aduanera para su exportación definitiva. Vencido este plazo, la orden de embarque quedará sin efecto, debiendo el exportador directamente o a través de un Agente de Aduana, transmitir una nueva orden de embarque. La orden de embarque amparará exportaciones de un solo exportador hacia un solo país de destino.

Bajo ningún concepto, se podrá realizar el embarque de una mercancía, si esta no se encuentra amparada por su respectiva orden de embarque. En caso de que la mercancía salga del país sin la orden de embarque, el exportador, transportista y/o el Agente de Aduana serán sancionados por la autoridad competente, conforme a lo dispuesto en la Codificada Ley Orgánica de Aduanas, siguiendo el procedimiento que para el efecto prevé el Código Tributario.

De comprobarse que la orden de embarque fue utilizada en una fecha posterior a la vigencia de la misma, el exportador y/o su Agente de Aduana será sancionado conforme lo estipula el artículo 90 literal d) de la Codificada Ley Orgánica de Aduanas. Si la orden de embarque no va a ser utilizada, esta deberá ser anulada dentro del plazo de vigencia por el exportador o el Agente de Aduana.

H) _Entrega De La Mercancía En El País Importador

Grafico No. 13: Autorización de pago al exportador por parte del importador



Fuente CAE; importaciones

Los documentos exigibles para nacionalizar

- Original del conocimiento de embarque, guía aérea o carta de parte
- Factura comercial que servirá de base para la declaración aduanera.
- Certificado de Origen cuando preceda.
- Los demás exigibles por regulaciones expedidas por el COMEXI

Los impuestos y aranceles a cancelar por la importación son

- Los Derechos Arancelarios establecidos en los respectivos aranceles
- Los impuestos establecidos en Leyes Especiales (ICE).
- EL IVA (impuesto al valor agregado).
- Las Tasas por Servicios Aduaneros (Fodinfra, Corpei)

I) Proceso Aduanero

a) Fase de Clasificación

Clasificación Arancelaria del producto, se hace una verificación del código arancelario del producto, para establecer el arancel que le corresponde como producto importado.

Cuadro No. 8: Clasificación arancelaria

Sección XIII :	MANUFACTURAS DE PIEDRA, YESO FRAGUABLE, CEMENTO, AMIANTO (ASBESTO), MICA O MATERIAS ANALOGAS; PRODUCTOS CERAMICOS; VIDRIO Y MANUFACTURAS DE VIDRIO
Capítulo 70 :	Vidrio y sus manufacturas
Partida Sist. Armonizado 7007 :	Vidrio de seguridad constituido por vidrio templado o contrachapado
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 70072100 :	- - De dimensiones y formatos que permitan su empleo en auto
Código Producto Comunitario (ARIAN) 7007210000-0000 :	

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	15 %
FDI	0,5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Especifico	
Unidad de Medida	UN
Observaciones	

Fuente: Banco Central del Ecuador

b) Procesos de Valoración

Esta fase se inicia con la realización de la valoración de la mercancía para cancelar al Fisco Nacional los impuestos de importación, en el banco autorizado, tomando en consideración los valores de la Factura comercial (valor de la mercancía), del Seguro, del Flete y de aquellos costos que establece el mecanismo de valoración. Con los datos antes nombrados se iniciará el proceso de pre-liquidación de la mercancía.

c) Retiro de Mercancías

Al momento de la aceptación de la Declaración de Ingreso, la Aduana establece la selección de aforo, pudiendo determinar aforo físico, documental, o sin revisión.

Si la operación fue seleccionada para "aforo físico" o "documental", una vez cancelados los gravámenes, los funcionarios de Aduana destacados en los recintos de depósito, certifican la concordancia entre los documentos y la mercancía física contenida en los embalajes del embarque, como también la correcta aplicación de las normas legales vigentes, clasificación y valoración de las mercancías.

Si la operación fue seleccionada "sin revisión", una vez cancelados los gravámenes de internación se procede directamente al retiro de las mercancías desde los almacenes de depósito y son trasladadas a las bodegas o lugar que el importador determine

d) Entrega de la Mercancía / Retiro

Se procede la entrega de las mercancías:

- Cuando se han pagado los tributos al comercio exterior;
- Cuando se ha garantizado el pago de los tributos al comercio exterior; y,
- Cuando se ha presentado el certificado liberatorio otorgado por la autoridad competente.

Ordenada la entrega de la mercancía ninguna autoridad podrá retenerla, salvo orden judicial que disponga lo contrario

J) Distribución del Producto

Ilustración No. 2: Transportar mercadería a bodegas del importador



Revisar packing list

Importador, transportista y bodeguero Constatar físicamente que la mercancía en proceso de importación es efectivamente la contenida en la respectiva documentación

Ilustración No. 3: Descargar jabas de parabrisas



Ilustración No. 4: Entrega del contenedor en patio autorizado



Ilustración No. 5: Ingresar mercadería al inventario



Ilustración No. 6: Revisa facturas pendientes por despachar



Ilustración No. 7: Coordinar entrega del producto



Realizar hoja de ruta

En la hoja de ruta deberá constar el orden de entrega y el tiempo que se utilizó para el despacho de los parabrisas a cada cliente, al final del día se revisará la hoja de ruta con la respectiva firma de recibido.

Ilustración No. 8: Entrega de la mercadería



- ✓ Despacho satisfactorio
Si no existe novedad entregarán hoja de ruta con la respectiva firma de recibido
- ✓ Despacho insatisfecho
Corregir entrega y hacer firmar la hoja de ruta sin novedades.

CAPITULO IV

PLAN DE MARKETING ESTRATEGICO Y OPERATIVO

La razón principal para desarrollar la importación de parabrisas, es debido a que previo a un análisis de la información obtenida en las estadísticas consultadas en paginas oficiales, ha quedado demostrado que el parque automotor en el Ecuador ha crecido de una forma considerable formándose un mercado ideal para los intereses de la distribución de parabrisas y demás complementos.

Por este motivo se tomo la decisión de conformar la empresa Carglass, la cual va tener una personería jurídica y se constituirá como compañía limitada (Cia Ltda.).

Nombre de la Empresa

CARGLASS, misma que se dedica a la importación y distribución de parabrisas para automóviles.

Misión

Distribuir y comercializar parabrisas de alta calidad capaces de brindar seguridad y protección para los clientes, la meta que se ha propuesto CARGLASS es llegar a un nivel en el que el portafolio de productos presentado cumpla con los mas altos estándares nacionales e internacionales a fin de satisfacer las necesidades del mercado local automotriz y convertir a la empresa en un generador de empleo para contribuir al desarrollo económico del país.

Visión

En el 2016 mantener a CARGLASS como uno de los líderes en el Ecuador en la provisión de parabrisas y los complementos para el mercado Automotriz, llegando a satisfacer las necesidades de los clientes, destacándose por la experiencia y un equipo humano competente, daremos un enfoque que se basara en cuatro puntos importantes: seguridad, comodidad, calidad y precios asequibles a la economía de nuestros clientes.

Valores Institucionales

- **Valores Corporativos**

Carglass es responsable y eficiente con sus clientes logrando de esta manera el desarrollo y éxito de la empresa.

Carglass es creador de respeto dentro y fuera de la empresa, este valor ayuda a la empresa a ser uno de los mejores a nivel nacional e internacional.

Carglass fomenta la puntualidad como una herramienta esencial en el desarrollo de cada una de sus actividades, pues se ha comprendido que de ahí parte el alma de los buenos negocios.

Carglass con profesionalismo demuestra una mejora continua en todos los ámbitos del negocio de la distribución.

- **Valores Estratégicos:**

Para el desarrollo de los valores estratégicos CARGLASS se va a enfocar en dos características esenciales que ofrecen nuestros productos, como son Protección y Seguridad.

4.1 Desarrollo de la imagen y el logo de la empresa

Para el desarrollo de la imagen y el logo de la empresa se ha tomado en cuenta varias características que permiten enaltecer el nombre de Carglass ante sus clientes:

Gama Cromática

Para la gama cromática se utiliza 3 colores los cuales son:

- **Amarillo:** El cual brinda una sensación de inteligencia, aliento, precaución e innovación.
- **Azul:** El cual brinda una sensación de veracidad, serenidad, armonía, fidelidad, sinceridad y responsabilidad
- **Rojo:** El cual brinda una sensación de energía, vitalidad, poder, fuerza, apasionamiento, valor, agresividad e impulso.

Tipografía Corporativa

El tipo de letra que se utiliza es Arial Narrow debido a que cada uno de los rasgos de sus letras genera una imagen de seriedad, cumplimiento, compromiso, respaldo, y excelencia.

Logotipo:



Logo:



Slogan

Su seguridad y protección es nuestro mayor compromiso.

Marca

CARGLASS.

4.2 Marketing Estratégico

Estrategias de Cobertura

La estrategia de cobertura de CarGlass será la de especialización por producto, porque a través del producto parabrisas la empresa se dirige al segmento establecido.

Estrategias de Crecimiento

Las estrategias de crecimiento que se implementaran en la empresa CarGlass es la Estrategia Intensiva para la penetración en el mercado. En la cual se reforzara la distribución de los parabrisas y la obtención de un mayor porcentaje de ventas en el mercado.

4.3 Marketing Operativo

Mix Marketing

Características del Parabrisas

Ilustración No. 9: Vidrio laminado



Pag. Web Saint Gobaint

El vidrio es un material único: aporta luminosidad y confortabilidad a los espacios interiores.

A diferencia del parabrisas templado, el parabrisas laminado consiste en realidad en dos vidrios unidos mediante una capa intermedia de plástico. Al romperse, los fragmentos se adhieren al plástico, reduciendo el riesgo de eyección y ayudando a aumentar la seguridad durante un accidente o colisión.

Especificación Técnica:

- Fabricado con dos láminas de vidrio del mismo espesor (de 2,1 mm o 1,6 mm).
- 10% más ligero que el vidrio templado, lo cual reduce el peso total del vehículo en hasta 4 kg, dependiendo del tamaño de este.
- La resistencia estructural mejorada del vidrio laminado ayuda a los rendimientos de seguridad de los airbags frontales y laterales, durante una colisión.
- Capacidad para añadir una variedad de funciones adicionales, incluyendo una protección anti-calor, acústica mejorada, tintado y antenas incorporadas.
- Garantías de instalación, en general todas las reparaciones o instalaciones están garantizadas por tres meses o 2.000 kilómetros, excepto vehículos industriales que el plazo será de 15 días.

Producto Básico:

- Delinear nuestro Portafolio de producto.-
 - CARGLASS se va a dedicar a la distribución de parabrisas delanteros laminados, y únicamente bajo pedido y con algún tiempo de anticipación se puede ofertar parabrisas posteriores, ventoleras, ventanas posteriores y delanteras.

Producto Aumentado:

Brindar información y servicios adicionales por la adquisición de parabrisas.

- Se entregará catálogos para la instalación de parabrisas y los beneficios del producto.
- Se entregaran los parabrisas puerta a puerta sin ningún costo adicional del flete.

Precio:

Los precios de los parabrisas serán los establecidos por el mercado y la empresa tendrá una utilidad que varia desde el 15 al 30% de acuerdo al modelo del parabrisas.

Promoción:

- Incentivar el consumo de una manera mas frecuente a través de:
 - Distribución de parabrisas originales marca SEKURIT
 - Descuento del 30% a los clientes que compren cajas enteras de parabrisas.
 - Créditos de hasta 15 días para el pago de sus facturas.
 - A nuestros clientes les daremos un letrero publicitario para su local con la marca de nuestro parabrisas.
 - Además se entregaran camisetas, gorras, canguros y esferográficos con el logo de nuestra empresa y la marca de los parabrisas.

Publicidad

- Se realizaran publicaciones de la empresa Carglass en medios impresos como las revistas especializadas en todo lo referente al mercado automotriz, por ejemplo en 'Carburando' de la editorial el Comercio, la cual constara con la siguiente información:



- Además se planea la utilización de una página web, la cual presenta toda la información de CarGlass, portafolio de productos, y servicios que presta la empresa.

Ilustración No. 10: Pagina WEB



¿Accidente?



Parabrisas

- Importación
- Distribución
- Venta



La chica
Carglass 2008-
2009

ECONOMICOS PRODUCTOS PARA USTED

Carglass Glass garantiza precios bajos todo el tiempo en Vidrios para carro y Parabrisas.
Solamente con nosotros usted puede encontrar los mejores precios con una calidad de servicio inigualable y los mejores precios en vidrios y parabrisas para las diferentes marcas de carro.



Venga con nosotros y disfrute del mas variado surtido en nuestros productos. Disfrute los descuentos diarios que le ofrecemos.



Venga con nosotros y disfrute del mas variado surtido en nuestros productos. Disfrute los descuentos diarios que le ofrecemos.

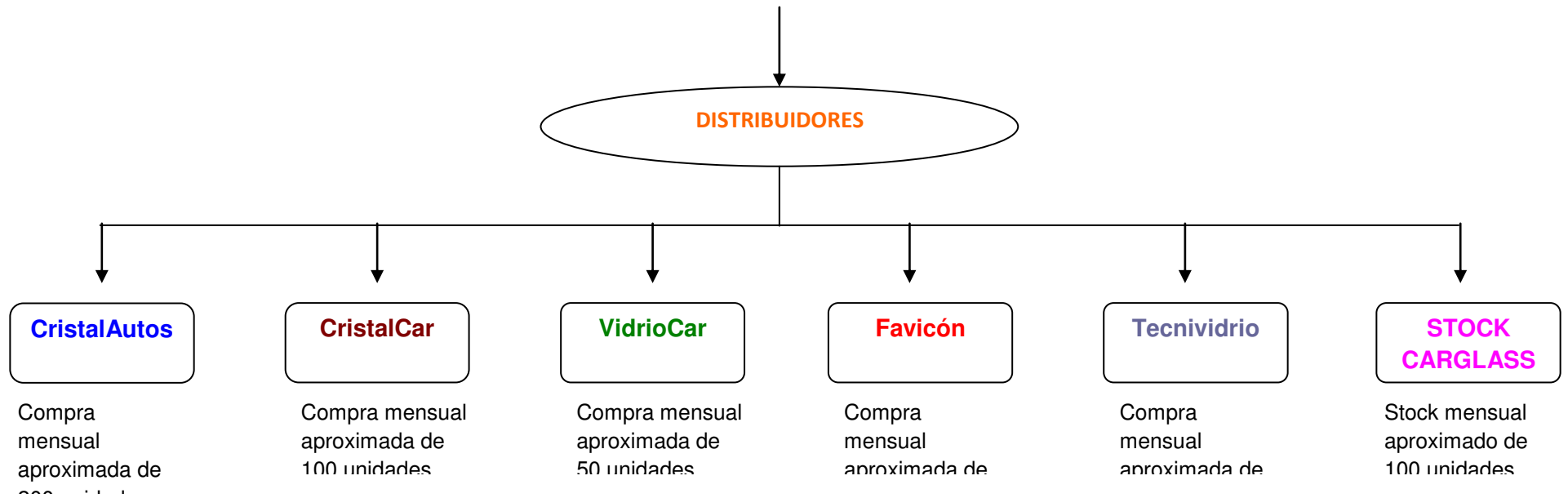
Llame ahora para servirle con Calidad y Eficacia
593-023172244

Ventas:

Los parabrisas se comercializarán con una venta directa y personalizada, a distribuidores de la ciudad de Quito, sin la participación de intermediarios.

CarGlass ha dispuesto tener un stock aproximado de 100 unidades de parabrisas para cualquier eventualidad que se pueda presentar, y los restantes 500 parabrisas se distribuirán de acuerdo a la capacidad de comercialización de los distribuidores y un estimado de ventas para la totalidad de la importación es de la siguiente manera:

CARGLASS



CAPITULO V

PRESUPUESTO

5.2. Ingresos

El ingreso que se presupuesta esta basado en la aplicación de la política de precios por modelo de parabrisas, las cuales varían entre el 15% y 30%.

5.2.4. Venta del producto

Como política de ventas se espera vender los parabrisas de la primera importación en seis meses y en los siguientes seis meses la totalidad de la segunda importación. Estos valores reflejan la venta de los parabrisas en un año y están dados por la siguiente operación que es la suma de los costos variables más los costos fijos y menos la utilidad bruta en ventas así tenemos que:

Tabla No. 6: Proyección de ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS AL CONTADO	73.913,28	147.826,57	177.391,88	212.870,26	255.444,31

	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
	306.533,17	367.839,81	441.407,77	529.689,32	635.627,18

Elaborado por: Autores

5.2. Gastos

5.2.2. Gastos de Importación

Dentro de los gastos de importación tenemos los costos variables.

Costos Variables

El costo variable de los parabrisas se verá reflejado en los costos de importación. El costo variable unitario se obtendrá dividiendo los costos de importación para el número de unidades de parabrisas.

Tabla No. 7: Proceso Solicitud de la Nota de Pedido

ACTIVIDAD	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	Costos y Tiempos estimados
Contacto con posibles Proveedores	importador o representante del departamento de comercio exterior	Solicitar toda la información para el contacto	\$ 0.00 2 horas
Solicitar Factura Pro-forma	importador o su representante	El Usuario debe pedir que se incluya la forma de pago y el tiempo de entrega	\$ 0.00 1 hora
Gestionar Nota de Pedido	Proveedor en el extranjero	Debe constar la descripción del producto y la cantidad con el valor total a pagar	\$ 0.00 2 horas
Confirmar el Negocio	Importador y exportador llegan a un acuerdo de negociación	Se emite la factura comercial	\$15.000 24 horas
Solicita al Banco Requisitos para la transacción con el exportador	Departamento financiero del Importador	Obtener las autorizaciones necesarias	\$ 0.00 2 horas
Cotizar transporte para la importación	Departamento de logística del importador	Analizar la mejor cotización para transportar la mercadería	\$ 0.00 1 semana
Contratar el Transporte si corresponde	Importador o exportador según términos de negociación	Revisar Incoterms con el que se negocio.	\$ 3600 flete contratado

			3 horas
Cotizar Seguro	Importador o exportador según términos de negociación	Analizar la mejor cotización para asegurar la mercadería	\$ 0.00 1 semana
Contratar Seguro	Importador o exportador según términos de negociación	Revisar Incoterms con el que se negocio	\$ 450 prima contratada 2 horas

Elaborado por: Autores

Tabla No. 8: Transporte de la Importación

ACTIVIDAD	RESPONSBLE	OBSERVACIÓN	Costos y Tiempos Estimados
Tráiler llega a bodegas del exportador	Empresa de transporte contratada	Revisar si el transporte corresponde al seleccionado para la importación	\$ 0.00 30 minutos
Entrega packing list	Exportador	entrega al transportista el packing list	\$ 0.00 5 minutos
Cargar la mercadería	Bodeguero y ayudantes de bodega	El exportador autoriza el embarque de la mercadería al transporte	\$ 0.00 4 horas
Guía de remisión	Exportador	Contenedor con mercadería lista para trasladar recibe guía de remisión	\$ 0.00 10 minutos
Sale contenedor de las bodegas del	Transportista	El exportador autoriza la salida del transportista	\$ 0.00

exportador		con la mercadería	5 minutos
Monitorear transporte	Empresa de transporte contratada	Determinar la ubicación del transportista	\$ 0.00 Cada 2 horas
Llegada a la aduana de salida	Transportista	Aduana detiene al transportista	\$ 0.00 5 minutos
Revisión de documentación	Aduana de salida	Chequean que los documentos estén OK	\$ 0.00 30 minutos
Transporte pasa la frontera	Transportista	Si no existe novedad en documentación pasa	\$ 0.00 10 minutos
Continúa ruta e itinerario	Transportista	Transportista reporta su ubicación	\$ 0.00 5 minutos
Llegada a la aduana de destino	Transportista	Informa al importador y al agente su llegada	\$ 0.00 10 minutos
Entrega documentación de la importación	Transportista	Se entrega al importador la documentación y este a su vez al agente aduanero	\$ 0.00 10 minutos

Elaborado por: Autores

Tabla No. 9: Registro de llegada del vehículo del exterior

ACTIVIDAD	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	Costos y Tiempos estimados
------------------	---------------------	----------------------	-----------------------------------

<p>Ingresar al SICE al Módulo de Control de Carga en la función de "Registro de Llegada del Vehículo" de acuerdo con el medio de transporte.</p>	<p>Transportador o su Agente designado</p>		<p>\$ 0.00</p> <p>1 hora</p>
<p>Captura los datos de llegada del vehículo, solicitados en SICE.</p>	<p>Transportador o su Agente designado</p>	<p>Los datos de llegada del vehículo son:</p> <p>fecha de llegada</p> <ul style="list-style-type: none"> • hora de llegada • nacionalidad del veh. • punto de salida del veh. • punto de destino del veh. • Cédula del responsable 	<p>\$ 0.00</p> <p>1 hora</p>
<p>Verifica si los datos ingresados de llegada del vehículo están en orden.</p> <p>El SICE indica si hay error o falta de datos y el usuario procede a realizar la corrección.</p>	<p>SICE</p>	<p>Esto es una validación de datos que realiza el sistema en forma automática.</p>	<p>\$ 0.00</p> <p>2 horas</p>
<p>Asigna un número de registro de llegada del vehículo de carga procedente del exterior.</p>	<p>SICE</p>	<p>El número de registro de llegada tiene la siguiente composición:</p> <p>E (indica que se trata de un Manifiesto del Exterior)</p> <ul style="list-style-type: none"> • año • número secuencial • dígito de control 	<p>\$0.00</p> <p>10 minutos</p>

<p>Convierte los datos de carga previstos, en una "declaración de carga" lo que significa que no se pueden realizar modificaciones sin auto-rización de Aduanas.</p>	<p>SICE</p>	<p>La "Declaración de Carga" formaliza los datos de carga que efectivamente arribaron al país y se encuentran bajo control aduanero. El número de registro de llegada quedará asociado al manifiesto correspondiente, de modo que para acceder a los datos del manifiesto, se hará a través del número de registro de llegada.</p>	<p>\$ 0.00</p> <p>2 horas</p>
--	-------------	--	-------------------------------

Tabla No. 10: Modulo de control de carga

ACTIVIDAD	PROPÓSITO	RESULTADO / PRODUCTO	Costos y Tiempos Estimados
Elaboración y captura del manifiesto de carga y su conocimiento	Contar con los datos de carga del manifiesto antes de la llegada del vehículo.	<ul style="list-style-type: none"> Datos del manifiesto y los conocimientos de carga registrados en SICE 	<p>\$ 0.00</p> <p>2 horas</p>
Modificación de datos de carga en tiempo de previsión	Modificar datos de carga antes de la llegada del vehículo del exterior.	<ul style="list-style-type: none"> Actualización de datos de carga. 	<p>\$ 0.00</p> <p>30 minutos</p>
Registro de la llegada del vehículo del exterior	Registrar la llegada efectiva del vehículo y la carga.	<ul style="list-style-type: none"> Formaliza la llegada de la carga convirtiéndose en "Declaración de Carga". 	<p>\$ 0.00</p> <p>30 minutos</p>
Acto de visita aduanera	Inspeccionar la carga llegada del exterior en relación con las cantidades y condiciones de la misma.	<ul style="list-style-type: none"> Registro de los resultados encontrados en la visita al vehículo que transporta la carga. Registro de cantidad de conocimientos recibidos. 	<p>\$ 0.00</p> <p>1 hora</p>

Llegada de la carga	Llevar control del embarque de carga.	<ul style="list-style-type: none"> Control de saldo del embarque 	<p>\$ 0.00</p> <p>7 días hábiles</p>
Registro de almacenamiento de carga	Mantener actualizado el depósito donde se encuentra almacenada la carga.	<ul style="list-style-type: none"> Actualización del inventario de la carga. Registro de divergencias entre la carga manifestada y la entregada. 	<p>\$ 0.00</p> <p>40 minutos</p>

Tabla No.11: Recepción y análisis documental para el despacho de la mercancía

ACTIVIDAD	RESPONSABLES	OBSERVACIONES	Costos y Tiempos Estimados
Presenta la Declaración de importación registrada, acompañada de toda la documentación exigida por Aduanas.	Corredor de Aduanas, Importador o designado		<p>\$ 0.00</p> <p>2 horas</p>
<p>Verifica que se cumpla con toda la documentación exigida por Aduanas y graba en el Módulo de Despacho Aduanero los siguientes datos:</p> <ul style="list-style-type: none"> Fecha de recepción de documentos. <p>Cédula del Inspector de Aduanas.</p>	Inspector de Aduanas	<p>El Usuario debe presentar los documentos de apoyo:</p> <p>Extracto de la Declaración registrada</p> <ol style="list-style-type: none"> Boleta de pago Factura comercial Documentos de embarque. Solicitud/Orden de Entrega emitida por el Depósito aplicable a retiro parcial (Ley 6ª) Licencia previa autorizando la importación a requerimiento. Se podrá incluir la presentación de la Lista de Empaque (Packing List). 	<p>\$ 0.00</p> <p>40 minutos</p>

<p>Verifica en SICE, la existencia de la mercancía en el depósito, ocasionado mediante el traslado del puerto al recinto, según Decreto No. 26.</p>	<p>Inspector de Aduanas</p>	<p>El pase de la mercancía hacia el recinto requiere:</p> <p>Control de mercancía no nacionalizada (Decreto 26)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Autorización de parcialización (cuando aplique Ley 6ª) • Carta de autorización de traslado emitido por el depósito. • Conocimiento de embarque. 	<p>\$ 0.00</p> <p>15 minutos</p>
<p>Realiza el cotejo (documental) de cada renglón de mercancía de la Factura Comercial contra la Declaración para comprobar su coincidencia, así como la aplicación correcta del arancel y verificación de pago o exoneración de impuestos, licencias y vistos buenos requeridos.</p>	<p>Inspector de Aduanas</p>	<p>Si se detecta irregularidad, errores, inexactitudes en la declaración el Inspector podrá autorizar modificaciones siguiendo el Procedimiento de Rectificación existente.</p>	<p>\$ 0.00</p> <p>2 horas</p>
<p>Activa función de modo de selectividad para la aplicación de canal verde o rojo para liberación de mercancía.</p>	<p>Inspector de Aduanas</p>	<p>El modo de selectividad indica Canal Verde para omitir el aforo físico o Canal Rojo que implica realizar aforo físico de las mercancías. El sistema indicará la utilización de canal verde para las declaraciones que estén debidamente registradas y que no tengan alerta roja. Los parámetros y condiciones para esta aplicación serán decididos por Aduanas.</p>	<p>\$0.00</p> <p>15 minutos</p>

<p>Indica la aplicación de canal verde o rojo del modo de selectividad, hacia dos situaciones:</p> <p>1. Liberación de la carga aplicando criterio de canal verde por el cual se omite el aforo físico. En este caso registra en SICE el resultado del aforo.</p> <p>2. Concluye que la documentación esta en orden pero requiere aforo físico, o se requiere rectificación.</p>	SICE	El importador o el agente de aduanas tiene que estar presente para este procedimiento	<p>\$ 0.00</p> <p>10 minutos</p>
Registra el resultado del aforo documental en el SICE.	Inspector de Aduanas	<p>El Inspector de Aduanas deberá grabar en SICE el resultado del aforo documental con los siguientes datos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Fecha del aforo 2. Cédula del Inspector de Aduanas. 3. Resultado del aforo: mercancía liberada con aforo documental (canal verde) o documenta en orden pero requiere aforo físico. Si aplica canal verde se deberá seguir el procedimiento de Levante de las Mercancías. 	<p>\$ 0.00</p> <p>10 minutos</p>

Elaborado por: Autores

Tabla No. 12: Módulo de despacho

ACTIVIDAD	PROPÓSITO	RESULTADO OBSERVACIÓN	Costos y Tiempos Estimados
Recepción y Análisis documental para	Verificar que la importación de mercancías se efectúe	<ul style="list-style-type: none"> • Orden de proceder con el aforo físico • Documentación revisada, analizada 	<p>\$ 0.00</p> <p>30 minutos</p>

el despacho de mercancías importadas	conforme a las normas y regulaciones preestablecidas y que este tipo de operación esté adecuadamente respaldada con toda la documentación legalmente exigible.	y validada <ul style="list-style-type: none"> • Orden de rectificación, en casos necesarios 	
Aforo físico de mercancías importadas	Constatar físicamente que la mercancía en proceso de importación es efectivamente la contenida en la respectiva documentación presentada a despacho y, en tal virtud, determinar los gravámenes aplicables a la nacionalización.	<ul style="list-style-type: none"> • Resultado del aforo registrado en SICE • Orden de rectificación, si fuera necesario 	\$ 80.00 + IVA 2 horas
Autorización para el levante de mercancías importadas	Materializar el acto administrativo que faculta al importador o su representante para el retiro de las mercancías legalmente importadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Pago de Impuestos arancelarios + IVA • Comprobante de importación • Pase de salida • Retiro de la mercancía 	\$2396.88 30 minutos
Reclamos por discrepancias de aforo	Explicar cada uno de los trámites necesarios para realizar una reclamación por discrepancia de aforo, y los pasos a seguir para solucionar la discrepancia.	<ul style="list-style-type: none"> • Solución de la discrepancia 	\$ 0.00 1 hora

Elaborado por: Autores

Tabla No. 13: Distribución / Comercialización

ACTIVIDAD	RESPONSABLE	OBSERVACIÓN	Costos y Tiempos Estimados
Transportar mercadería a bodegas del importador	Importador y transportista contratado	Facilitar información exacta al transportista de la ubicación de las bodegas	\$ 0.00 \$ 1 hora
Revisar packing list	Importador, transportista y bodeguero	Constatar físicamente que la mercancía en proceso de importación es la respectiva a la documentación	\$ 0.00 10 minutos
Descargar jabas de parabrisas	Bodeguero, montacarguista y ayudantes de boga	Verificar carga con packing list	\$ 120 trabajadores \$ 28 para diesel montacargas 4 horas
Entrega del contenedor	Transportista	Llevar contenedor a patios autorizados	\$ 0.00 1 hora
Ingresar mercadería al inventario	Importador	Actualizar el stock con el ingreso de la nueva mercadería	\$ 0.00 2 horas
Revisar facturas pendiente por despachar	Bodeguero	Verificar el producto pendiente por entregar	\$ 0.00 30 minutos
Coordinar entrega del producto	Departamento de logística	cliente confirma día y hora para el despacho	\$ 0.00 1 hora
Realizar hoja de ruta	Departamento de logística	Especifica el orden para despachar el producto	\$ 0.00 30 minutos
Entrega de la mercadería	Bodeguero, transportista y	Realizan despacho según guía de remisión	\$ 56.00 camión 2 días reparten toda

	ayudantes de bodega		la mercadería
Despacho satisfactorio	Bodeguero, transportista y ayudantes de bodega	Si no existe novedad entregarán hoja de ruta con la respectiva firma de recibido	\$ 0.00 2 minutos
Despacho insatisfecho	Bodeguero, transportista y ayudantes de bodega	Corregir entrega y hacer firmar la hoja de ruta sin novedades.	\$ 10 diesel 1 hora extra

Elaborado por: Autores

Tabla No. 14: Total tiempo y costo importación

Total Tiempo Importación	26 días 8 horas con 37 minutos	Total Costo Importación	21,740.48
--------------------------	--------------------------------	-------------------------	-----------

5.2.2 Gastos Operacionales

Dentro de los gastos operacionales tenemos a los costos fijos.

Costos Fijos

Los costos fijos se relacionan con los siguientes rubros:

Tabla No. 15: Sueldos y salarios

EMPLEADOS

SUELDOS Y SALARIOS	SUELDO UNITARIO	No. DE EMPLEADOS	PAGO MENSUAL
SALARIO BASICO	240	3	720
OTROS RUBROS	44	3	132

Elaborado por: Autores

ADMINISTRATIVO

SUELDOS Y SALARIOS	SUELDO UNITARIO	No. DE EMPLEADOS	PAGO MENSUAL
SALARIO BASICO	504	2	1008
OTROS RUBROS	100	2	200

Elaborado por: Autores

Tabla No. 16: Publicidad

MATERIAL PUBLICITARIO

PUBLICIDAD ANUAL	250,00
------------------	--------

Elaborado por: Autores

Para cada activo fijo se aplicará un determinado porcentaje de depreciación anual y la base legal en la actualidad establece que para vehículos es un 20% de muebles y enseres 10%, equipos de oficina 10%.

Cuadro No. 9: Depreciación activos fijos

<u>DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS</u>	
VEHICULO	
VALOR	25000
VIDA UTIL	5
DEPRECIACION ANUAL	4000
20% DEPRECIACIÓN	
MUEBLES Y ENSERES	
VALOR	1500
TIEMPO EN AÑOS	10
DEPRECIACION ANUAL	135
10% DEPRECIACIÓN	

EQUIPOS DE OFICINA	
VALOR	1600
TIEMPO EN AÑOS	3
DEPRECIACION ANUAL	480
10% DEPRECIACIÓN	

Elaborado por: Autores

Cuadro No. 10: Amortización deuda

AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA

PRESTAMO 25000 MONTO 27250

TASA DE INTERES ACTIVA ANUAL 9%

AÑOS	CAPITAL	INTERES	CUOTA DE CAPITAL	CUOTA
1	27250,00	2452,50	2089,17	4541,67
2	25160,83	2264,47	2277,20	4541,67
3	22883,63	2059,53	2482,14	4541,67
4	20401,49	1836,13	2705,54	4541,67
5	17695,96	1592,64	2949,03	4541,67
6	14746,92	1327,22	3214,45	4541,67
		11532,50	15717,52	27250,02

Elaborado por: Autores

5.4. Inversión

La empresa requiere de una inversión de \$75.380,96 misma que esta conformada por:

Cuadro No. 11: Estado de situación inicial

<i>ACTIVOS</i>		<i>PASIVO Y PATRIMONIO</i>	
CORRIENTES	24240,48	A CORTO PLAZO	25000,00
CAJA	500,00	DOCUMENTOS POR PAGAR	25000,00
BANCOS	2000,00		
MERCADERIA	21740,48		
FIJOS	28100,00	PATRIMONIO	28640,48
VEHÍCULOS	25000,00	CAPITAL SOCIAL	28640,48
MUEBLES Y ENSERES	1500,00		
EQUIPOS DE OFICINA	1600,00		
DIFERIDOS	1300,00		
GASTOS DE CONSTITUCION Y ORGANIZACIÓN	1300,00		
TOTAL ACTIVOS	53640,48	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	53640,48

Elaborado por: Autores

5.4 Flujo de caja

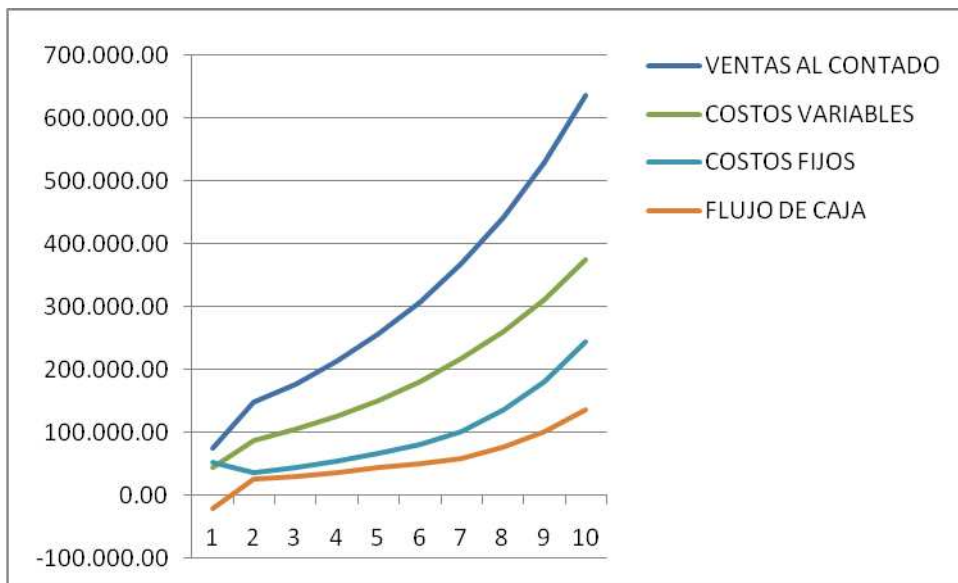
CUENTAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS										
VENTAS AL CONTADO	73.913,28	147.826,57	177.391,88	212.870,26	255.444,31	306.533,17	367.839,81	441.407,77	529.689,32	635.627,18
COSTOS										
COSTOS VARIABLES	43.480,96	86.961,92	104.354,30	125.225,16	150.270,20	180.324,24	216.389,08	259.666,90	311.600,28	373.920,34
COSTOS FIJOS	52.731,50	35.620,47	43.041,68	53.113,58	66.768,75	81.266,52	100.727,93	134.923,85	181.088,33	243.410,38
ARRIENDO BODEGA	7.200,00	9.720,00	13.122,00	17.714,70	23.914,85	32.285,04	43.584,81	58.839,49	79.433,31	107.234,96
INTERNET	420,00	567,00	765,45	1.033,36	1.395,03	1.883,29	2.542,45	3.432,30	4.633,61	6.255,37
TELEFONO	1.800,00	2.430,00	3.280,50	4.428,68	5.978,71	8.071,26	10.896,20	14.709,87	19.858,33	26.808,74
SERVICIOS BASICOS	600,00	810,00	1.093,50	1.476,23	1.992,90	2.690,42	3.632,07	4.903,29	6.619,44	8.936,25
SUMINISTROS Y MATERIALES	1.200,00	1.620,00	2.187,00	2.952,45	3.985,81	5.380,84	7.264,13	9.806,58	13.238,88	17.872,49
MANTENIMIENTO DE BODEGA	600,00	810,00	1.093,50	1.476,23	1.992,90	2.690,42	3.632,07	4.903,29	6.619,44	8.936,25
GASTOS MENORES	2.400,00	3.240,00	4.374,00	5.904,90	7.971,62	10.761,68	14.528,27	19.613,16	26.477,77	35.744,99
MOVILIZACION	1.920,00	2.592,00	3.499,20	4.723,92	6.377,29	8.609,34	11.622,61	15.690,53	21.182,22	28.595,99
SUELDOS Y SALARIOS ADMINISTRATIVOS	14.400,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00

SUELDOS Y SALARIOS OPERATIVOS	10.224,00	852,00	852,00	852,00	852,00	852,00	852,00	852,00	852,00	852,00
DEPRECIACION EQUIPOS DE OFICINA	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00	480,00
DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00	135,00
DEPRECIACION VEHICULO	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00					
MATERIAL PUBLICITARIO	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
AMORTIZACION DE INTERES	2.452,50	2.264,47	2.059,53	1.836,13	1.592,64	1.327,22				
AMORTIZACION DE ACTIVOS DIFERIDOS	108,33	108,33	108,33	108,33	108,33	108,33	108,33	108,33	108,33	108,33
CUOTA DE CAPITAL	4.541,67	4.541,67	4.541,67	4.541,67	4.541,67	4.541,67				
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	-22.299,18	25.900,47	29.919,68	35.398,88	42.853,91	48.981,48	57.143,13	76.084,36	101.655,02	136.175,41

Elaborado por: Autores

En el flujo de caja se aplico un índice inflacionario del 3.5% correspondiente al valor con el que cerro el año 2009 según estadística del INEC.

Grafico No. 14: Flujo de Caja



Elaborado por: Autores

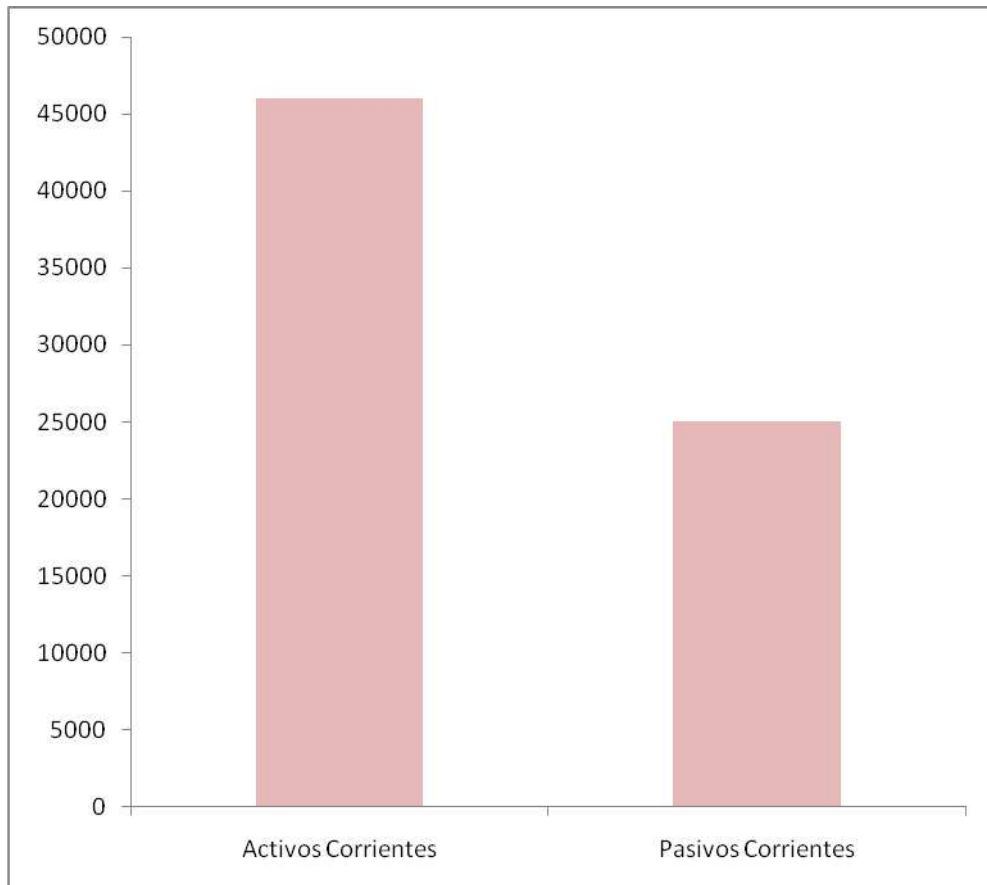
5.5 Indicadores Financieros

Los indicadores financieros en nuestro proyecto de inversión nos servirán para determinar en que condiciones empezamos nuestro negocio tanto en los aspectos de solidez, solvencia y endeudamiento.

5.5.1 Capital de Trabajo

Para cubrir las obligaciones a corto plazo la empresa cuenta con \$20980.96 dinero existentes de la diferencia entre el activo corriente y el pasivo corriente.

Grafico No. 15: Activos Corrientes – Pasivos Corrientes



Elaborado por: Autores

5.5.2 Razón Corriente

Se podrá cancelar en un 100% las obligaciones a corto plazo según, lo cual permitirá marginar un 83% para otros gastos inesperados.

Activo Corriente / Pasivo Corriente

5.5.3 Prueba Ácida o Liquidez Seca

Se cuenta con un 10% del valor adeudado para cubrir los pasivos en un corto plazo, pero CarGlass es una empresa inversionistas la cual recupera el efectivo con las ventas directas a los mayoristas, y así pagar las deudas.

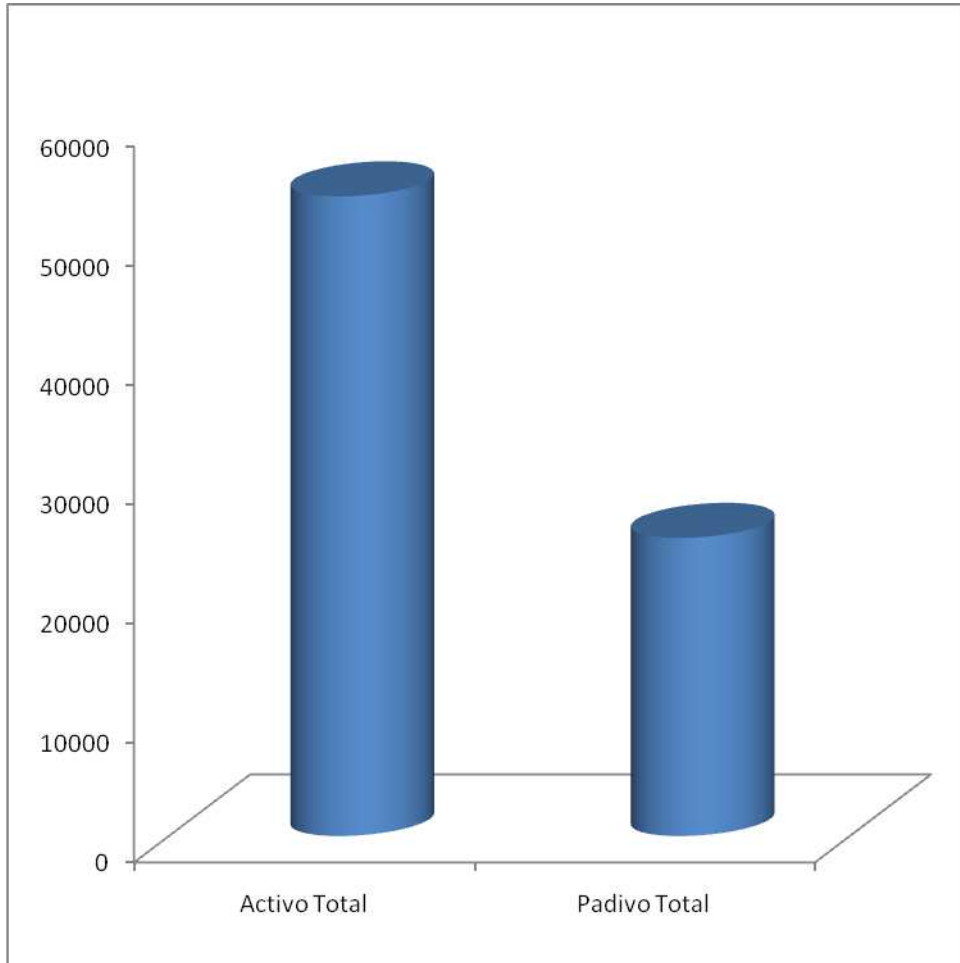
Activos Corrientes – Inventarios / Pasivo Corriente

5.5.4 Índices de Endeudamiento

El 47% de los activos de la empresa se recuperarán según el flujo de caja a los dos años de las comercializaciones de los parabrisas.

Pasivo Total / Activo Total

Grafico No. 16: Pasivo Total / Activo Total



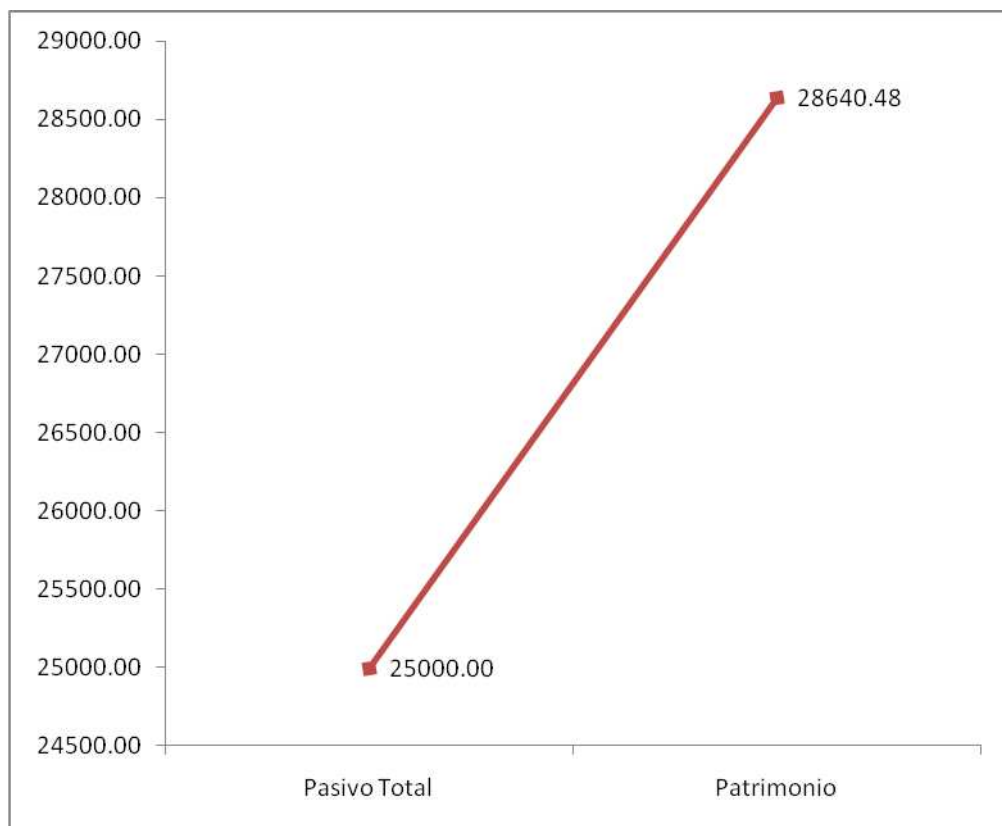
Elaborado por: Autores

5.5.5 Índice de Apalancamiento

El patrimonio de los socios pueden cubrir en un 87% las deudas de la empresa, por lo cual CarGlass cuenta con los recursos financieros propios para el pago de las obligaciones adquiridas.

Pasivo Total / Patrimonio Total

Grafico No. 17: Pasivo Total / Patrimonio Total



Elaborado por: Autores

5.6 Evaluación Financiera

La evaluación la realizaremos en base a tres indicadores financieros que son: el valor actual neto, tasa interna de retorno y periodo de recuperación.

5.6.1 Valor Actual Neto

Con una tasa de descuento del 10%, obtuvimos como resultado que el valor actual neto es mayor a cero, por lo tanto la inversión producirá ganancias.

VAN	\$ 288.726,45
-----	---------------

5.6.2 Tasa Interna de Retorno

El proyecto tiene una rentabilidad mayor que la tasa de mercado (tasa de descuento 10%), por lo tanto es conveniente el negocio.

TIR	133,20%
-----	---------

5.6.3 Periodo de Recuperación

El periodo de recuperación para la inversión inicial de \$53640,48 se verá reflejado al tercer año de la actividad comercial, como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla No. 17: Periodo de Recuperación

Flujo de	Año 1	Año 2	Año 3
Caja	-22.299,18	25.900,47	29.919,68

Elaborado por: Autores

CAPITULO VI

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

6.1 Conclusiones

El Marketing Estratégico en el proyecto nos permite delinear varios aspectos en la conformación de nuestra empresa que se dedica a la importación de Parabrisas para la cual hemos tomado la decisión de llamarla Carglass, todo esto manteniendo un concepto delineado a satisfacer las necesidades de seguridad y protección para toda la familia, respondiendo en una forma ágil y eficaz a la dinámica del mercado ecuatoriano, en estos aspectos nos hemos enfocado para poder llegar a la mente de los consumidores y generar confianza necesaria hacia Carglass, demostrando que ofrecemos un producto de calidad para salvaguardar la vida de cada uno de los integrantes de su familia mientras se encuentre viajando en su vehículo.

El Marketing Operativo se desarrolla en virtud al camino que vamos a tomar para poder adentrarnos en la mente de los clientes, planteando la elaboración de un slogan y logotipo llamativo para ser reconocidos en el mercado local. Todo esto enfocado al posicionamiento de Carglass en el mercado de una forma rápida y eficaz, ayudado también por la promoción y publicidad en medios impresos.

El presupuesto en su parte inicial está enfocado en los tiempos que se va a demorar toda la tramitación que tenemos que realizar para efectuar la importación y los costos que implica cada uno de los pasos que tenemos que seguir en el desarrollo de todos los procedimientos necesarios para realizar la importación, todos los tiempos y costos se encuentran detallados de tal forma que su estructura puede ser comprendida de una manera fácil.

El Presupuesto tiene su complemento enfocado en función de la parte contable del proyecto el cual está desarrollado en proyección en cifras hacia diez años,

tomando en cuenta varios aspectos como la inflación que se genera en el país, la depreciación de los bienes muebles e inmuebles entre otros aspectos. Todo esto lo hemos realizado para obtener una idea global de la rentabilidad de este proyecto, la cual arrojo como resultado ser muy beneficiosa para nosotros, tenemos que tomar en cuenta que el primer año va a resultar el tiempo de las vacas flacas pero con la perseverancia los réditos y ganancias nos llegara en años posteriores en donde el fruto de estos esfuerzos van resultar positivos, el cual va ser de beneficio tanto para los clientes como para Carglass.

6.3 Recomendaciones

Elaborar estrategias que nos permitan ayudar al desarrollo de la economía del país, otorgando plazas de empleo, adquiriendo un porcentaje de la compra de los parabrisas al mercado nacional para así a través de un granito de arena hacer conciencia que tenemos sacar adelante a la producción nacional y ayudar a cada uno de los integrantes de la sociedad ecuatoriana.

Establecer los precios de los productos ofertados de acuerdo a la realidad nacional para ajustarse al ritmo del mercado local y el de la competencia, elaborando periódicamente encuestas en las cuales los resultados que arrojen nos permitan tomar decisiones en función de cliente y empresa para obtener un beneficio mutuo en el cual las dos partes resulten ganando.

Conocer y actualizarse con cada una de las leyes y procedimientos establecidos por las instituciones encargadas de regir el Comercio Exterior, para de esta manera cumplir a cabalidad cada una de sus disposiciones, sin infringir la ley y que toda la gestión realizada por la empresa sea transparente.

En el desarrollo del flujo de la Importación procurar no utilizar palabras técnicas para que dicho procedimiento pueda ser útil hasta por la persona que no sepa casi nada del Comercio Exterior, de tal manera que esta herramienta sirva para la persona que decida realizar cualquier tipo de importación en el futuro.

Ampliar las estrategias de seguridad y protección ofrecidas en el proyecto por la empresa Carglass, y llegar de esta manera a satisfacer cada una de las necesidades de los clientes del producto brindado por Carglass en el futuro.

Buscar mecanismos para poder proyectar la marca Carglass en medios de comunicación masiva para poder llegar a liderar el mercado logrando el posicionamiento de marca y slogan en la mente de cada una de las personas que cuenta con un automóvil en el mercado local.

Buscar mecanismos que nos permitan optimizar los tiempos y costos de algunos aspectos que suelen ser innecesarios al momento de la realización de la importación, de esta manera todo lo que generemos será provechoso tanto para los clientes y para Carglass ya que estaremos satisfaciendo las necesidades de ambas partes de una manera eficiente.

Revisar periódicamente la parte contable para verificar si esta cumpliendo con lo proyectado para de esta manera tomar los correctivos necesarios en el camino y no cuando todo sea demasiado tarde, de esta manera vamos a estar prevenidos ante cualquier eventualidad inesperada que se pueda presentar en el futuro.

BIBLIOGRAFIA

- ✓ www.aduana.gov.ec
- ✓ www.corpei.com.ec
- ✓ www.comexi.ec
- ✓ www.bancocentral.com
- ✓ www.todocomercio.com
- ✓ www.inen.gov.ec
- ✓ www.corpaire.com
- ✓ www.ministerioindustriaproductividad.com.ec
- ✓ www.inec.gov.ec
- ✓ www.elcomercio.com
- ✓ www.saintgobain.com
- ✓ www.coopseguros.com
- ✓ www.cli.com.ec