



Índice de crecimiento y proyección a 10 años para la implementación de una empresa importadora de vehículos de fabricación China a Ecuador, 2021

Growth rate and 10-year projection for the implementation of a company importing Chinese-made vehicles to Ecuador, 2021

Taxa de crescimento e projeção de 10 anos para a implantação de uma empresa importadora de veículos de fabricação chinesa para o Equador, 2021

Miguel Mejía Rojas ^I
miguel.mejiar@esPOCH.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-2723-9851>

Pamela Alejandra Molina Bayas ^{II}
pamela.molinab@esPOCH.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3192-5074>

Clara Nataly Valdiviezo Medina ^{III}
claravaldiviezo@colegiomaldonado.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0001-8003-1619>

Correspondencia: miguel.mejiar@esPOCH.edu.ec

Ciencias Técnicas y Aplicadas
Artículo de Investigación

* **Recibido:** 23 de junio de 2022 * **Aceptado:** 12 de julio de 2022 * **Publicado:** 22 de agosto de 2022

- I. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.
- II. Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Ecuador.
- III. Unidad Educativa Pedro Vicente Maldonado, Ecuador.

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo determinar el nivel de aceptación e índice de crecimiento, proyectado a 10 años, para la importación de vehículos de fabricación China a Ecuador; con la finalidad de crear una empresa importadora en la provincia de Chimborazo, entre las ventajas competitivas y propuesta de valor de comercializar vehículos chinos está: el precio altamente competitivo, autos con tecnología avanzada, estándares de calidad internacionales y repuestos disponibles, Metodología se desarrolló un plan de marketing cuyo objetivo a 3 años es ingresar al mercado del cantón Riobamba, teniendo ventas sostenidas, iniciando por el conocimiento e ingreso al mercado, la creación de imagen corporativa y finalmente lograr un incremento en ventas. Resultados: se aplicaron encuestas indicando que la aceptación actual de vehículos de fabricación China es del 32%, la mayoría de personas adquiere vehículos directamente del concesionario, seguidamente de las ventas a través del internet, desarrollando estrategias de promoción tanto en medios electrónicos como físicos, el plan financiero mostro 3 escenarios valores actuales netos positivos, tasas de mayores a la tasa de oportunidad (10,48%), considerada como la suma de la inflación, tasa pasiva y premio al riesgo de la inversión, en cuanto a la relación beneficio/costo todas son mayores a 1, el periodo de recuperación de la inversión en todos los escenarios está dentro de los primeros 5 años, lo cual es beneficioso considerando un horizonte de evaluación de 10 años, por lo que la importación de vehículos de fabricación China a Ecuador, con la finalidad de crear una empresa importadora es perfectamente viable.

Palabras Clave: Implementación; empresa; importadora; vehículos; chinos.

Abstract

The objective of this research is to determine the level of acceptance and growth rate, projected for 10 years, for the import of Chinese-made vehicles to Ecuador; With the purpose of creating an importing company in the province of Chimborazo, among the competitive advantages and value proposition of marketing Chinese vehicles is: the highly competitive price, cars with advanced technology, international quality standards and available spare parts, Methodology was developed a marketing plan whose objective for 3 years is to enter the market of the Riobamba canton, having sustained sales, starting with knowledge and entry into the market, the creation of a corporate image and finally achieving an increase in sales. Results: surveys were applied indicating that the current acceptance of Chinese-made vehicles is 32%, the majority of people acquire vehicles directly from

the dealer, followed by sales through the internet, developing promotion strategies in both electronic and physical media, The financial plan showed 3 scenarios positive net present values, rates higher than the opportunity rate (10.48%), considered as the sum of inflation, deposit rate and investment risk premium, in terms of the benefit ratio /cost are all greater than 1, the payback period of the investment in all scenarios is within the first 5 years, which is beneficial considering an evaluation horizon of 10 years, so the import of Chinese-made vehicles to Ecuador, in order to create an importing company is perfectly viable.

Keywords: Implementation; business; importer; vehicles; chinese.

Resumo

O objetivo desta pesquisa é determinar o nível de aceitação e taxa de crescimento, projetada para 10 anos, para a importação de veículos de fabricação chinesa para o Equador; Com o objetivo de criar uma empresa importadora na província de Chimborazo, entre as vantagens competitivas e proposta de valor da comercialização de veículos chineses está: o preço altamente competitivo, carros com tecnologia avançada, padrões internacionais de qualidade e peças de reposição disponíveis, foi desenvolvida uma metodologia de marketing plano cujo objetivo para 3 anos é entrar no mercado do cantão de Riobamba, tendo vendas sustentadas, começando com o conhecimento e a entrada no mercado, a criação de uma imagem corporativa e, finalmente, o aumento das vendas. Resultados: foram aplicadas pesquisas indicando que a aceitação atual de veículos fabricados na China é de 32%, a maioria das pessoas adquire veículos diretamente da concessionária, seguido de vendas pela internet, desenvolvendo estratégias de promoção tanto em mídia eletrônica quanto física, O plano financeiro apresentou 3 cenários de valores presentes líquidos positivos, taxas superiores à taxa de oportunidade (10,48%), considerados como a soma da inflação, taxa de depósito e prêmio de risco do investimento, em termos de relação benefício/custo são todos maiores que 1, o período de retorno do investimento em todos os cenários é nos primeiros 5 anos, o que é benéfico considerando um horizonte de avaliação de 10 anos, então a importação de veículos fabricados na China para o Equador, a fim de criar uma empresa importadora, é perfeitamente viável.

Palavras-chave: Implementação; o negócio; importador; veículos; chinês.

Introducción

En el mercado automotriz ecuatoriano, destaca que dentro de las 10 marcas de vehículos más vendidas en el país se encuentra la marca china Great Wall, la cual durante el periodo 2015-2019 ocupó el octavo lugar de este ranking mientras que en el 2020 ascendió al quinto lugar, esto se debe en gran parte a su modelo estrella M4, del cual se comercializaron 3,500. El comportamiento del consumidor, por cuenta de los clientes en la búsqueda, adquisición, uso y evaluación, y enajenación de productos y servicios, cuando los clientes asumen necesidades satisfechas. Además del comportamiento del consumidor, se analiza el comportamiento de cada individuo en relación con el empleo y el consumo de bienes y servicios en un intento de comprender y explicar las decisiones de las personas centradas en el consumo que incurren en costos necesarios (Schiffman & Kanuk, 2010).

Por otro lado, se entiende que el comportamiento del consumidor como la forma en que los individuos (particulares, empresas y hogares) adquieren bienes y servicios para su propio consumo, y todos estos grupos de clientes constituyen un mercado de consumo; dicho comportamiento se basa en analizar la forma en que la gente compra, ya sea por varios factores o por desconocimiento del producto, es diferente en todos, tomando sus decisiones según sus necesidades insatisfechas, explorando y estudiando diversas propuestas existentes a lo largo del mercado para elegir el bien o servicio que más se ajuste a su necesidad (Kotler & Armstrong, Marketing, 2017)

Tipos de consumidores, constituyen el consumidor personal compra bienes y servicios para su propio uso o el de su familia o amigos, estos productos son adquiridos para un uso final por lo que a este cliente se lo denomina consumidor final. Según Holguín Paredes (2014) el consumidor organizacional es conformado por empresas con fines lucrativos, instituciones, entidades gubernamentales y demás, que compran productos, equipos y servicios para el correcto funcionamiento de sus actividades organizacionales, por esta razón este tipo de consumidor adquiere grandes cantidades de materia prima, accesorios de manufactura, instalaciones, equipo, abastecimientos y servicios, por lo que resulta importante determinar su procedimientos de compra debido a que se encuentra dentro de la mercadotecnia del consumo (Schiffman & Kanuk, 2010).

Proceso de decisión de compra, consiste en seleccionar una alternativa entre una o varias opciones. En caso de que no existan alternativas para elegir no se considera una opción si no es un acontecimiento forzado. La gran mayoría de las decisiones que se toman diariamente son elegidas sin tener conciencia del porque se la elige (Sánchez Pozo, 2014).

Por otro lado, Holguín Paredes (2014) propone que un consumidor previamente a adquirir un bien o servicio, se ve en un dilema complicado donde su mayor preocupación es la de encontrar soluciones para elegir la mejor opción, por tal motivo, es fundamental definir las situaciones básicas antes de que el cliente llegue hasta la etapa de ejecución de la compra, las cuales son:

- Decisiones rutinarias: se los define como los bienes o servicios que se utilizan frecuentemente
- Problema limitado de decisión: son los nuevos productos que salen al mercado
- La decisión compleja: se refiere a los servicios que durarán un largo tiempo

Marcas chinas en el sector automotriz del país, la marca china Great Wall, la cual planificó su consolidación y crecimiento en el país desde el 2010. Además, mencionando que la concesionaria Ambacar también distribuye vehículos de la marca Zotye, destacando que el equipamiento de los vehículos chinos, por lo que varias empresas y concesionarios reconocidos en el país han decidido comercializar y representar estas marcas, como es el caso del grupo Maresa, la cual comercializa varias marcas de vehículos. Además, plantas ensambladoras como Aymesa.

Plan de marketing, La planeación es el proceso de anticipar los eventos futuros y determinar las estrategias para lograr los objetivos organizacionales en el futuro. La planeación de marketing comprende el diseño de las actividades relacionadas con los objetivos de marketing, y su entorno cambiante. La planeación de marketing es la base de todas las estrategias y decisiones de marketing. Todos los elementos como líneas de productos, canales de distribución, comunicación de marketing y fijación de precios están delineados en el plan de marketing. Este es un documento escrito que actúa como guía de las actividades para el gerente de marketing (Lamb, 2011)

Planeación estratégica, La planeación estratégica es el proceso gerencial de crear y mantener un equilibrio entre los objetivos y los recursos de la organización y las oportunidades del mercado en evolución. La meta de la planeación estratégica es la rentabilidad y el crecimiento a largo plazo. Por tanto, las decisiones estratégicas requieren también del compromiso de los recursos a largo plazo (Lamb, 2011).

Materiales y métodos

Los métodos que se emplearon para el desarrollo de esta investigación fueron los siguientes:

Método analítico. Este método se lo empleó para analizar la información primaria, la misma que fue adquirida mediante el estudio de mercado realizado a la población económicamente activa de la ciudad de Riobamba, los datos obtenidos permitieron realizar el estudio económico financiero y el diseño del plan de negocios.

Método inductivo. Este método se lo empleó durante toda la elaboración del estudio, ya que se analizó el desarrollo de cada uno de los objetivos planteados, el estudio de mercado, plan estratégico de la investigación

Método deductivo. empleando para argumentar la información obtenida del estudio de mercado, el técnico y el estudio económico financiero, los cuales brindan pautas para implementar un concesionario de Vehículos en la ciudad de Riobamba de manera efectiva, que satisfaga las necesidades que tienen los habitantes por contar con un medio de transporte de calidad, conveniente y seguro.

Tipos de investigación Para el desarrollo de este trabajo investigativo se emplearon los siguientes tipos de investigación:

Investigación aplicada. planteando preguntas dirigidas a la población económicamente activa para conocer la demanda que existe de un Concesionario de Vehículos Chinos en la ciudad de Riobamba.

Investigación descriptiva. se pudo describir la información que se obtuvo del trabajo de campo, con el propósito de alcanzar los objetivos que se plantearon en esta investigación, los cuales estuvieron enfocados en el estudio de mercado para conocer las preferencias de los habitantes, el estudio técnico para definir el tamaño del trabajo y el económico financiero permitiendo representar la inversión y la rentabilidad que se podrá obtener si se pone en marcha el Concesionario de Vehículos Chinos.

Investigación bibliográfica Este tipo de investigación se la aplicó para obtener información secundaria respecto a temas que tengan que ver con el Plan de Negocios para implementar un Concesionario de Vehículos en el Cantón Quevedo, los cuales permitieron conocer las opiniones, criterios, obras y textos escritos por autores científicos.

Diseño de investigación. La investigación se basó en el siguiente proceso:

- Conocimiento del universo de estudio y análisis FODA.
- Determinación de la muestra mediante la aplicación de una fórmula.
- Diseño del formato para el formulario de encuesta.

- Desarrollo del trabajo de campo mediante la aplicación de un formato de encuesta.
- Revisión de la información obtenida.
- Tabulación y análisis de los datos obtenidos durante la investigación.
- Elaboración del estudio de mercado.
- Diseño del estudio técnico.
- Realización del estudio económico financiero para saber la rentabilidad del proyecto.
- Diseñar un plan de negocios, plan estratégico operativo.

Conocimiento del mercado automotriz

A través de un estudio se determinan los gustos y preferencias del mercado en relación a los autos, para esto se ha considerado como población de análisis a la provincia de Chimborazo con 519.777 habitantes, la población económicamente activa es del 43,62% y el porcentaje de entre 28 a 65 años de edad es del 29,4%, esto abarcan los criterios principales de la segmentación de mercado. Es decir que la población de estudio es de 66.658 personas.

Para la determinación de la muestra se utiliza la fórmula para poblaciones finitas.

$$n = \frac{1,962 * 0,5 * 0,5 * 66.658}{0,52(66.658 - 1) + 1,962 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 382$$

Las encuestas fueron aplicadas en los diferentes cantones de la provincia, el número empleado está relacionado directamente a la cantidad de personas en relación a la población total.

Resultados y discusión

Análisis FODA. en la cual se resume y clasifica las variables del análisis situacional.

Tabla 1. Análisis FODA Implementación empresa

Oportunidades	Fortalezas
Tasas de interés (estables)	Conocimientos de importación Requisitos de constitución
Densidad poblacional alta en Riobamba	Se utilizará personal capacitado
Red vial adecuada	Se contará con un plan de marketing que permita llegar al mercado objetivo directamente
Telefonía móvil (gran alcance)	Disponibilidad de personal
Clima no agresivo contra los vehículos	Conocimiento de preferencias mediante encuestas
Escasos productos sustitutos	aplicadas 19% quiere adquirir un vehículo
Gran cantidad de proveedores de marcas chinas	26% piensa en cambiar de vehículo
Difícil acceso a nuevos concesionarios	58% de encuestados comprarían en un concesionario

Amenazas	Debilidades
Riesgo país (Reduce inversión extranjera) Impuestos (Encarece el precio de los vehículos) PIB (Tendencia a la baja) Desempleo Telefonía fija (escaso alcance) Escaso acceso a internet en el sector rural Rivalidad entre competidores existentes	Empresa nueva (dificulta el ingreso en el mercado) Necesidad de un local con ubicación adecuada Capital limitado 68% de encuestados no comprarían un vehículo chino 32% de encuestados consideran un aspecto relevante a la marca, (Marcas chinas aún no son favorecidas)

Imagen corporativa. La empresa requiere la utilización de una imagen que sea reconocida en el mercado, la misma debe incluir un nombre y elementos relativos a los automotores y la procedencia de los mismos (China). Para la composición del imagotipo se considera la bandera China, un automóvil y las iniciales Miguel Mejía.



Figura. 1 Módulo compositivo

Incrementar ventas mediante estrategias de marketing. Las estrategias de marketing están enfocadas al producto, precio, plaza y promoción.

Estrategias de producto. En cuanto a los productos a vender existen algunas marcas de proveedores, pero para reducir el riesgo se considerarán las que tienen una mayor participación en el mercado. Great Wall es la marca con mayor participación y es la elegida para el concesionario, pues es una de las más reconocidas en el mercado en cuanto a vehículos chinos, además de que ya tiene permanencia en el mercado por lo tanto la existencia de repuestos no es una debilidad.

Estrategias de precio. Se presentan los precios referenciales de los diferentes vehículos, se debe considerar que para cada uno de los vehículos detallados existen modelos que hacen que el precio varíe. Los precios serán los mismos que en los demás concesionarios para no afectar al mercado, pero se ofrecerá beneficios como la matricula del primer año y cambio de aceite.

Estrategias de plaza. En cuanto a la plaza, se considera la venta a través del concesionario, página web y redes sociales.

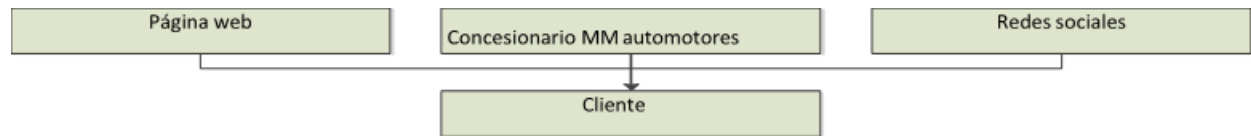


Figura 2: Canal de distribución

Estrategias de promoción. Las estrategias de promoción se las realizará tanto en medios electrónicos como físicos, para los primeros se utilizará Facebook y pagina web y para los segundos a través de volantes repartidos en las ferias de autos y aglomeraciones existentes pertinentes a vehículos.

Página web. La página web presentará las siguientes opciones de navegación: Inicio, Información sobre la empresa, marca y promociones, productos Automóviles, camionetas, Suv's, contacto, teléfonos, ubicación, mapa del concesionario

Plan legal. En relación al plan legal se muestran todos los procesos legales que deben cumplirse para la puesta en marcha y funcionamiento de la empresa.

Registro único de contribuyente (RUC). El RUC es obligatorio para el desarrollo de cualquier actividad dentro del Ecuador, se lo obtiene en el Servicio de rentas internas y sus requisitos son: (Servicio de Rentas Internas, 2019). Identificación del representante legal, Dirección, Formulario 01-A, Nombramiento del representante legal, Escritura de constitución

Patente municipal. La patente municipal es la licencia única de funcionamiento requerida para el desarrollo de actividades y se la obtiene en el gobierno autónomo descentralizado de Riobamba y sus requisitos son: razón social, nombre comercial, datos generales, RUC, nombramiento del representante lega

Constitución de la compañía. En Ecuador existen varias alternativas para la constitución de una compañía, pero la más adecuada para el tipo de empresa es una de responsabilidad limitada, cuyos requisitos son: (Ley de compañías, Asamblea Nacional Constituyente, 2014). Reserva del nombre, Estatuto, Cuenta de integración financiera, Inscripción registro mercantil, Escritura, RUC

Plan de operaciones. En este apartado se diseña la cadena de valor que muestra y dirige los procesos y actividades de la empresa.

Tabla 2: Cadena de valor

--	--

ACTIVIDADES DE SOPORTE	INFRAESTRUCTURA Gestión, Contabilidad		
	RECURSOS HUMANOS Reclutamiento, capacitación		
	IMPORTACIÓN Adquisición de vehículos		
ACTIVIDADES PRIMARIAS	LOGÍSTICA INTERNA Inventario	OPERACIONES Asesoramiento y venta	MARKETING Promociones y Publicidad

Infraestructura. Dentro de Infraestructura se encuentran las actividades de gestión y contabilidad, las cuales cumplen los siguientes procesos.

Gestión. Los procesos de gestión de la empresa MM Automotores están enfocados a:

- Planificar las operaciones de importación, venta, personal y procesos internos.
- Organizar las actividades el personal de las diferentes áreas.
- Dirigir las actividades del personal y las estrategias de la empresa.
- Controlar y evaluar los procesos y el desarrollo de las planificaciones realizadas.

Contabilidad. Los procesos ya actividades del área de contabilidad están dirigidos a:

- Registrar los movimientos contables de la empresa, declaración y pago de impuestos.
- Elaboración de balances financieros.
- Pago al personal tanto de sueldos como beneficios sociales y Otras que demande la gerencia en relación a su área.

Recursos humanos. El área de recursos humanos se ocupará tanto de los procesos de reclutamiento como de capacitaciones.

Proceso de capacitación. Con el fin de otorgar al cliente un valor agregado y adecuado servicio en cuanto a la asesoría en función del tipo de vehículo a adquirir es necesaria la capacitación tanto en técnicas de negociación como en los detalles de marca y vehículo.

Importación. El proceso de importación muestra todos los pasos para la adquisición de los vehículos.

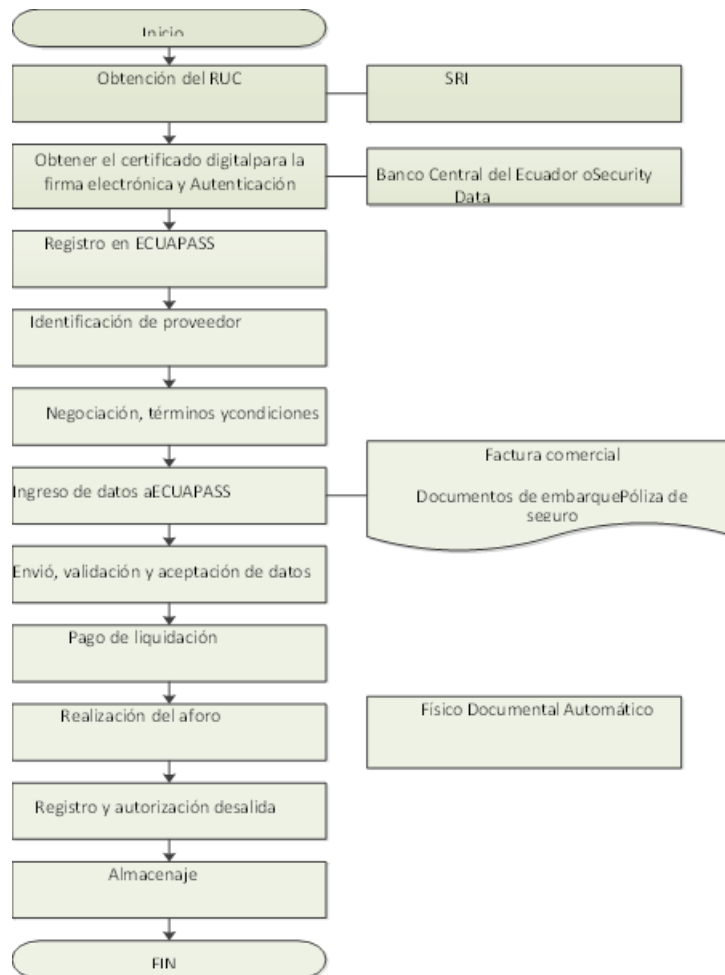


Figura 3: Proceso de importación

Marketing

El marketing, como el conjunto de procesos y actividades dirigidas a alcanzar y llegar a los clientes estará a cargo de la gerencia, la cual utilizará y aplicará las estrategias diseñadas en el plan de marketing del presente plan de negocios, manteniendo, formulado y actualizado nuevas promociones para la página web y Facebook en cuanto a publicidad de tipo electrónico y de igual manera para los medios físicos.

Operaciones: Asesoramiento y venta

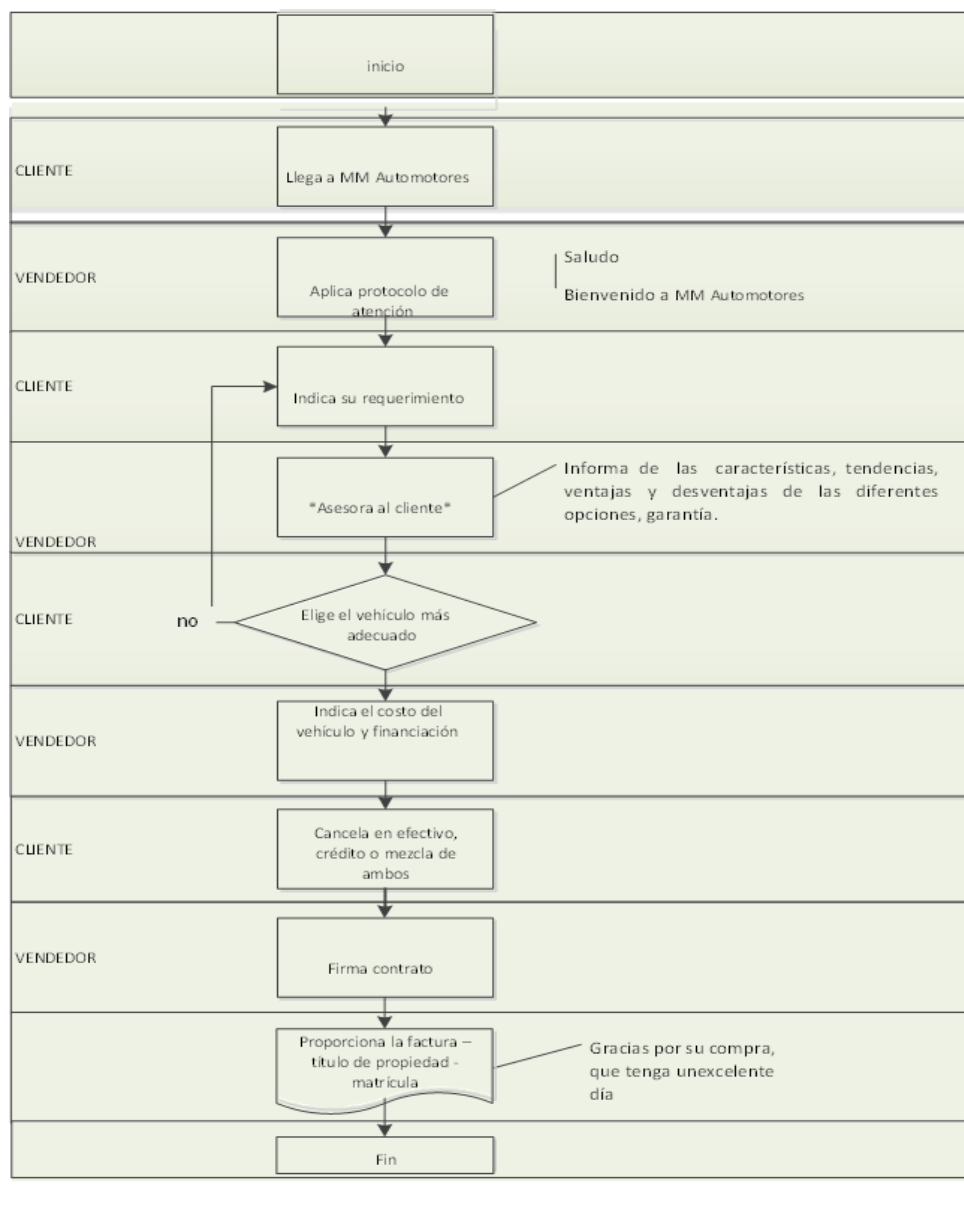


Figura 4: Operaciones: Asesoramiento y venta

Plan de recursos humanos

Los recursos humanos son uno de los componentes más importantes de una empresa, es así que se debe definir de manera adecuada sus funciones y su relación de dependencia en relación al área en la que se desempeña sus actividades.

Administrador

Para el puesto de administrador requiere un licenciado en ciencias administrativas o afín, el cual deberá demostrar una experiencia mínima de 2 años en el negocio de venta de vehículos, el mismo cumplirá las siguientes funciones:

- Planificar las operaciones de la empresa en relación a las ventas y promociones para la adquisición de los vehículos, organizar al personal para el eficaz desarrollo de actividades de la empresa
- Dirigir al personal, suministrando la motivación apropiada.
- Controlar las actividades y procesos que se desarrollan en la empresa, con el fin de corregirlos o estimularlos según corresponda.
- Se encarga de la publicidad y promoción de la empresa y sus productos.
- Encargado de los tramites de importación de vehículos
- Analizar las tendencias del mercado de vehículos

Contador

Para el puesto de contador se requiere de un contador público autorizado, con experticia en el área mínima de 2 años, el mismo cumplirá las siguientes funciones:

- Realizar el cobro por la venta de los vehículos a través de los diferentes medios de pago
- Realizar y entregar las facturas
- Anulación de facturas de ser necesario
- Control de ingresos y gastos
- Llevar el registro contable
- Proporcionar una adecuada atención a los clientes
- Ayudar en otras áreas de ser requerido con funciones acordes a su puesto
- Realizar informes financieros
- Realizar reportes de ventas
- Declaración y pago de impuestos
- Pago de sueldos y prestaciones

Vendedores

Para el área de ventas se necesitan 2 vendedores con conocimientos en técnicas comerciales, atención al cliente y experiencia en venta de vehículos, el mismo cumplirá las siguientes funciones:

- Asesorar al cliente en relación a la mejor opción de compra según sus gustos y requerimientos
- Comunicar de manera adecuada los beneficios de los productos,
- Cumplir con la metas de venta programadas
- Comunicar a la administración sobre cualquier necesidad o duda de los clientes
- Conocer sobre los productos de la empresa y las tendencias del mercado
- Elaborar reporte de ventas

Presupuesto de personal

A continuación, se muestran los gastos de personal de manera mensual.

Tabla 3: Presupuesto de personal

Cargo	Sueldo	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Anual	Presupuesto Mensual
Administrador	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 394,00	\$ 15.994,00	\$ 1.332,83
Vendedor 1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 394,00	\$ 10.794,00	\$ 899,50
Vendedor 2	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 394,00	\$ 10.794,00	\$ 899,50
Contador	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 394,00	\$ 10.794,00	\$ 899,50

Plan financiero

El plan financiero muestra las inversiones, costos y fuentes de financiamiento como se muestra a continuación:

Tabla 4: Inversión del proyecto

Rubro	Cantidad	Unitario	Subtotal	Total
Inversión Fija				\$ 8.200,00
Rampas	5	\$ 200,00	\$ 1.000,00	
Muebles				
Mobiliario	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	
Equipo de computo				

Computadora	4	\$ 800,00	\$ 3.200,00	
Inversión Intangible				\$ 1.050,00
Gastos de constitución			\$ 800,00	
Permisos de funcionamiento			\$ 250,00	
Capital de Trabajo				\$ 208.965,87
Costo de venta				
Autos sedan	4	\$ 18.509,26	\$ 74.037,04	
Suvs	3	\$ 25.206,79	\$ 75.620,37	
Camionetas	2	\$ 25.972,22	\$ 51.944,44	
Gastos Administrativos				
Sueldos			\$ 1.799,00	
Arriendo			\$ 1.500,00	
Servicios básicos			\$ 50,00	
Gastos de Venta				
Tramites de importación			\$ 2.016,02	
Sueldos			\$ 1.799,00	
Publicidad			\$ 200,00	
Total de la Inversión				\$ 218.215,87

Fuentes de financiamiento

La fuente de financiamiento de la considera a través de socios y de un crédito bancario, el cual será obtenido a través de la corporación financiera nacional en el segmento de crédito productivo, el cual tiene una tasa de 14%.

Tabla 5: Fuentes de financiamiento

Fuente/Escenario	Razonable	Optimista	Pesimista
Socios	\$ 110.000,00	\$ 180.385,15	\$ 39.614,85
Crédito	\$ 108.215,87	\$ 108.215,87	\$ 108.215,87
Total	\$ 218.215,87	288601,0247	147830,716

El crédito bancario será a un plazo de diez años, a continuación se muestra los pagos anuales:

Tabla 6: Tabla de Amortización

Periodo	Deuda	Interés	Amortización	Cuota Fija
1	\$ 108.215,87	\$ 15.150,22	\$ 5.596,23	\$ 20.746,45
2	\$ 102.619,64	\$ 14.366,75	\$ 6.379,70	\$ 20.746,45
3	\$ 96.239,95	\$ 13.473,59	\$ 7.272,86	\$ 20.746,45
4	\$ 88.967,09	\$ 12.455,39	\$ 8.291,05	\$ 20.746,45
5	\$ 80.676,04	\$ 11.294,65	\$ 9.451,80	\$ 20.746,45
6	\$ 71.224,23	\$ 9.971,39	\$ 10.775,05	\$ 20.746,45
7	\$ 60.449,18	\$ 8.462,89	\$ 12.283,56	\$ 20.746,45
8	\$ 48.165,62	\$ 6.743,19	\$ 14.003,26	\$ 20.746,45
9	\$ 34.162,36	\$ 4.782,73	\$ 15.963,72	\$ 20.746,45
10	\$ 18.198,64	\$ 2.547,81	\$ 18.198,64	\$ 20.746,45
Total		\$ 99.248,61	\$ 108.215,87	\$ 103.732,24

Costos

Los costos se los consideran en función del escenario razonable y para los demás escenarios se los mostrará dentro de los estados de resultados y flujo de caja.

Tabla 7: Costos

	Fijo	Variable	Total
Costo de venta			\$ 2.419.222,22
Autos sedan		\$ 888.444,44	
Suvs		\$ 907.444,44	
Camionetas		\$ 623.333,33	
Gastos Administrativos			\$ 42.038,00
Sueldos	\$ 21.588,00		
Arriendo	\$ 18.000,00		
Servicios básicos	\$ 600,00		
Depreciación	\$ 1.640,00		

Amortización	\$ 210,00		
Gastos de Venta			\$ 48.180,22
Tramites de importación		\$ 24.192,22	
Sueldos	\$ 21.588,00		
Publicidad	\$ 2.400,00		
Gasto financiero	\$ 20.746,45		\$ 20.746,45
Costos	\$ 86.772,45	\$ 2.443.414,44	
Costo Total	\$ 2.530.186,89		\$ 2.530.186,89

Los costos son anuales es así que se considera la inversión de capital de trabajo y se la anualiza, también es necesario aumentar los gastos de depreciación y amortización de los activos fijos e intangibles, datos que se encuentran en los anexos.

Plan de ventas

El plan de ventas está en función de las estrategias de promoción que obedecen a las visitas que se puedan tener en la página web, Facebook y el alcance de los volantes.

Tabla 8: Plan de ventas

Acciones de Prospección	Semestre 2	Google ads	Facebook	Volantes
Coste acciones	\$ 1.200,00	\$ 450,00	\$ 500,00	\$ 250,00
Visitas a la WEB	2.420	945	1.000	475
Coste por visita	\$ 0,50	\$ 0,48	\$ 0,50	\$ 0,53
<i>Ratio Conversión en User</i>		2,27%	0,8%	15,0%
Usuarios registrados	101	21	8	71
Coste por Registro	\$ 11,92	\$ 20,98	\$ 62,50	\$ 3,51
<i>Tasa Conversión en Active User</i>	60%			
Número de Nuevos Active Users	60			
Acciones de Prospección	Semestre 2	Google ads	Facebook	Volantes
Coste acciones	\$ 1.200,00	\$ 450,00	\$ 500,00	\$ 250,00
Visitas a la WEB	2.420	945	1.000	475

Coste por visita	\$ 0,50	\$ 0,48	\$ 0,50	\$ 0,53
<i>Ratio Conversión en User</i>		2,3%	0,8%	15,0%
Usuarios registrados	101	21	8	71
Coste por Registro	\$ 11,92	\$ 20,98	\$ 62,50	\$ 3,51
<i>Tasa Conversión en Active User</i>	60%			
Número de Nuevos Active Users	60			
Coste por Active User	\$ 19,86			
<i>Churn Rate usuarios activos antiguos</i>	10%			
Total Usuarios Activos antiguos	54,4			
TOTAL USUARIOS ACTIVOS	115			

Flujo de caja

Tabla 9: Flujo de caja

	0	1	2	3	4	5
Ventas		\$ 2.612.760,00	\$ 2.743.398,00	\$ 2.880.567,90	\$ 3.024.596,30	\$ 3.175.826,11
Valor residual						
Costo de venta		\$ 2.419.222,22	\$ 2.540.183,33	\$ 2.667.192,50	\$ 2.800.552,13	\$ 2.940.579,73
Utilidad Bruta		\$ 193.537,78	\$ 203.214,67	\$ 213.375,40	\$ 224.044,17	\$ 235.246,38

Índice de crecimiento y proyección a 10 años para la implementación de una empresa importadora de vehículos de fabricación China a Ecuador, 2021

(-) Gastos de Administración		\$ 42.038,00	\$ 44.139,90	\$ 46.346,90	\$ 48.664,24	\$ 51.097,45
(-) Gasto de Ventas		\$ 48.180,22	\$ 50.589,23	\$ 53.118,70	\$ 55.774,63	\$ 58.563,36
(-) Gasto de Financiero		\$ 15.150,22	\$ 14.366,75	\$ 13.473,59	\$ 12.455,39	\$ 11.294,65
Utilidad antes de impuestos		\$ 88.169,33	\$ 94.118,78	\$ 100.436,22	\$ 107.149,91	\$ 114.290,92
(-) 15% part. Trabajadores		\$ 13.225,40	\$ 14.117,82	\$ 15.065,43	\$ 16.072,49	\$ 17.143,64
Utilidad a impuesto a la renta		\$ 74.943,93	\$ 80.000,97	\$ 85.370,78	\$ 91.077,42	\$ 97.147,28
(-) impuesto a la renta (22%)		\$ 16.487,67	\$ 17.600,21	\$ 18.781,57	\$ 20.037,03	\$ 21.372,40
Utilidad Neta		\$ 58.456,27	\$ 62.400,75	\$ 66.589,21	\$ 71.040,39	\$ 75.774,88
(-) amortización bancaria		\$ 5.596,23	\$ 6.379,70	\$ 7.272,86	\$ 8.291,05	\$ 9.451,80
(+) depreciaciones		\$ 1.640,00	\$ 1.640,00	\$ 1.640,00	\$ 1.640,00	\$ 1.640,00
(+) amortización intangible		\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00	\$ 210,00
Inversión Fija	-\$ 8.200,00					-\$ 10.250,00
Inversión Intangible	-\$ 1.050,00					
Capital de Trabajo	-\$ 208.965,87					
Rec. cap trabajo						
Flujo de caja	-\$ 218.215,87	\$ 54.710,04	\$ 57.871,06	\$ 61.166,36	\$ 64.599,33	\$ 57.923,08

	6	7	8	9	10
Ventas	\$ 3.334.617,42	\$ 3.501.348,29	\$ 3.676.415,70	\$ 3.860.236,49	\$ 4.053.248,31
Valor residual					\$ 0,00
Costo de venta	\$ 3.087.608,72	\$ 3.241.989,15	\$ 3.404.088,61	\$ 3.574.293,04	\$ 3.753.007,69
Utilidad Bruta	\$ 247.008,70	\$ 259.359,13	\$ 272.327,09	\$ 285.943,44	\$ 300.240,62
(-) Gastos de Administración	\$ 53.652,32	\$ 56.334,94	\$ 59.151,69	\$ 62.109,27	\$ 65.214,74
(-) Gasto de Ventas	\$ 61.491,53	\$ 64.566,11	\$ 67.794,41	\$ 71.184,13	\$ 74.743,34

(-) Gasto de Financiero	\$ 9.971,39	\$ 8.462,89	\$ 6.743,19	\$ 4.782,73	\$ 2.547,81
Utilidad antes de impuestos	\$ 121.893,45	\$ 129.995,20	\$ 138.637,80	\$ 147.867,31	\$ 157.734,73
(-) 15% part. Trabajadores	\$ 18.284,02	\$ 19.499,28	\$ 20.795,67	\$ 22.180,10	\$ 23.660,21
Utilidad a impuesto o a la renta	\$ 103.609,43	\$ 110.495,92	\$ 117.842,13	\$ 125.687,21	\$ 134.074,52
(-) impuesto a la renta (22%)	\$ 22.794,08	\$ 24.309,10	\$ 25.925,27	\$ 27.651,19	\$ 29.496,39
Utilidad Neta	\$ 80.815,36	\$ 86.186,82	\$ 91.916,86	\$ 98.036,03	\$ 104.578,13
(-) amortización bancaria	\$ 10.775,05	\$ 12.283,56	\$ 14.003,26	\$ 15.963,72	\$ 18.198,64
(+) depreciaciones	\$ 2.050,00	\$ 2.050,00	\$ 2.050,00	\$ 2.050,00	\$ 2.050,00
Inversión Fija					
Inversión Intangible					
Capital de Trabajo					
Rec. cap trabajo					\$ 208.965,87
Flujo de caja	\$ 72.090,30	\$ 75.953,26	\$ 79.963,60	\$ 84.122,31	\$ 297.395,36

Indicadores. A continuación se muestran los principales indicadores:

Tabla 10: Indicadores

Indicador	Valores	Indicador	Valores
VAN	\$ 260.182,34	Índice de liquidez	41,33%

TIR	28,68%	Rentabilidad en ventas	2,24%
R. B/C	2,19	Solvencia	2,64
Periodo de rec. Inversión	2 años 10 meses	Endeudamiento	37,86%

Como se aprecia en los diferentes indicadores, el valor actual neto es positivo, en cuanto a las tasas de retorno, la tasa de oportunidad (10,48%), considerada como la suma de la inflación, tasa pasiva y el riesgo de la inversión, en cuanto a la relación beneficio/costo es mayor a 1, por lo que la importación de vehículos de fabricación China a Ecuador con la finalidad de crear una empresa importadora es viable.

De igual manera en lo relacionado al periodo de recuperación de la inversión se recupera la inversión dentro de los primeros 5 años, lo cual es beneficioso considerando un horizonte de evaluación de 10 años. Por último en los indicadores que no consideran las inversiones, como el índice de liquidez, rentabilidad en ventas, solvencia y endeudamiento, todos son aceptables Plan estratégico. A continuación, se definen los lineamientos estratégicos que guiarán las decisiones empresariales y a la empresa en términos generales.

Misión. Satisfacer las necesidades de movilidad de nuestros clientes, ofreciendo vehículos con tecnología de punta a un precio competitivo, basados en valores de responsabilidad, calidad y cuidado del medio ambiente.

Visión. Para el año 2023 la empresa se encontrará posicionada en el mercado de la provincia de Chimborazo, siendo un referente de calidad en cuanto a la venta de vehículos de fabricación China, buscando nuevas opciones para nuestros clientes.

Valores. La empresa se basará en los valores de responsabilidad, calidad y cuidado del medio ambiente.

Mapa estratégico

Para el desarrollo del mapa estratégico se utilizarán las siguientes perspectivas:

- Perspectiva de innovación y crecimiento
- Perspectiva de procesos internos
- Perspectiva de los clientes

- Perspectiva de finanzas

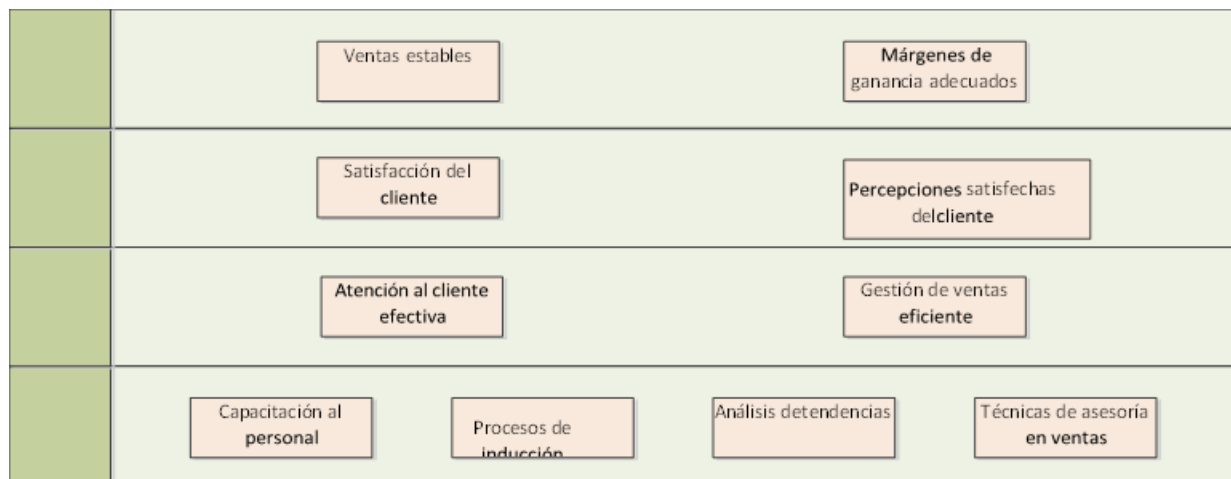


Figura 5. Mapa estratégico

Control de acciones estratégicas

Tabla 11: Plan de acción de estrategias competitivas

Estrategias corporativas		Estrategias competitivas	
Nombre	Indicador	Nombre	Indicador
Gama de vehículos	Análisis de tendencias realizado/ Análisis de tendencias planeado x 100	Personal capacitado	Personal capacitado/ Total de personal x 100
Alianzas financieras	Alianzas financieras ejecutadas/ Alianzas financieras planeadas x 100	Planes de mantenimiento o ajustados	Planes de mantenimiento / proporcionados Vehículos vendidos
Identificar proveedores	# proveedores	Análisis de precios	Análisis de precios al año / 4* Los análisis de precios son trimestrales

Dirección de esfuerzos comerciales	Acciones de marketing direccionadas / total de acciones de marketing	Asesoramiento eficaz	Asesoramiento personalizado eficaz y técnico/total de ventas
------------------------------------	--	----------------------	--

Plan de contingencias

La atención de los riesgos deberá ser preventiva, por lo que ha realizado un plan de contingencias.

Tabla 12. Plan de contingencias

Amenaza	Estrategia	Operatividad
PIB (Tendencia a la baja)	Segmentar el mercado específicamente para dirigir los esfuerzos de marketing eficientemente	Segmentación específica : <ul style="list-style-type: none"> Nivel de ingresos, Profesión, Edad
Impuestos	Manejo tributario estricto en cuanto a gastos de la empresa para su deducción	Diseño de hojas de registro específicas para gastos Contabilización de gastos
Telefonía fija (escaso alcance)	Al ser la telefonía fija escasa en la provincia de Chimborazo se recurriría a la telefonía celular	Crear una base de datos de los teléfonos móviles de clientes y potenciales clientes
Escaso acceso a internet en el sector rural	Las estrategias de marketing para el sector rural se basan en visitas y medios físicos como trípticos y volantes	Diseñar trípticos y volantes Entregarlos en las principales ferias y eventos cantonales
Rivalidad entre Competidores existentes	Campañas de marketing físicas y electrónicas	Campañas de marketing físicas y electrónicas permanentes
Necesidad de un local con ubicación adecuada	Realizar una matriz de localización	Las variables de localización deberán ser: costo, vías de acceso, seguridad, cercanía al

		mercado y espacio
Capital limitado	Buscar socios capitalistas y fuentes de financiamiento	Listar instituciones financieras crediticias

Conclusiones

El estudio de mercado efectuado a la Población Económicamente Activa de la ciudad de Riobamba demostró que al 32% sí les gustaría que se cree un Concesionario de Vehículos Chinos, esto se debe a que los consideran de bajo costo, de calidad y modernos, porque así podrán adquirir en algún momento un vehículo de su preferencia.

El estudio financiero demostró que el proyecto será económicamente rentable, ya que se obtendrá una utilidad neta \$260.182,34 en el último año, en cuanto a la relación Beneficio Costo, ésta será de \$2,19, lo cual indica que por cada dólar que se invierta se alcanzará una ganancia de \$1,19 ctvos. para seguir invirtiendo, de acuerdo a la preferencia de los propietarios, y la Tasa Interna de Retorno corresponde al 28,68%, la inversión se la recuperará a los 2 años 10 meses.

En la presente investigación se describe el diseño del plan de marketing, el mismo que permitirá poner en marcha el proyecto, esto consistió en los siguientes temas; misión, visión, principios corporativos, nombre de la empresa, logotipo, plan estratégico y de contingencia.

Declaración derechos autoría

La declaración de autoría y participación se la realiza libre y voluntaria expresando que la información generada es propia de los autores

Agradecimientos

A la Universita Deglo Studi Di Bari ALDO MORO, a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Unidad Educativa Pedro Vicente Maldonado, por la apertura para realizar los estudios respectivos y la investigación

Referencias

1. Asociación de empresas automotrices del Ecuador. (2019). Aeade. Obtenido de <http://www.aeade.net/servicios/sobre-el-sector-automotor/>
2. Banco Central del Ecuador. (2019). Desempleo. Obtenido de <https://sintesis.bce.fin.ec/BOE/OpenDocument/1602171408/OpenDocument/opendoc/openDocument.faces?logonSuccessful=true&shareId=0>
3. Banco Central del Ecuador. (2019). Producto Interno Bruto. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/cntrimestral/CNTrimestral.jsp>
4. Banco Central del Ecuador. (2019). Riesgo País. Obtenido de https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
5. Banco Central del Ecuador. (2019). Tasas de interes. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
6. Font Squirrel. (2019). Font Squirrel. Obtenido de <https://www.fontsquirrel.com/fonts/league-spartan>
7. Holguín Paredes, D. A. (2014). Estudio sobre el comportamiento del consumidor de vehículos en la ciudad de Ambato para fortalecer la rotación del inventario automotriz en Novauto. Ambato: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Escuela de Administración de Empresas.
8. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). Inflación. Obtenido de https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2019/Julio-2019/Boletin_tecnico_07-2019-IPC.pdf
9. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2019). Población y demografía. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Poblacion_y_Demografia/CPV_aplicativos/modulo_cpv/CIIU4.0.pdf
10. Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Marketing. Naucalpan de Juárez: Pearson Educación.
11. Lamb, C. (2011). Marketing. Cengage Learning.
12. Ley de compañías, Asamblea Nacional Constituyente. (2014).
13. Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de la Provincia de Chimborazo. (2015).

14. Sánchez Pozo, C. A. (2014). Análisis del comportamiento del consumidor en la compra de neumáticos en el Distrito Metropolitano de Quito. (Teoría y evidencia). Quito: Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Facultad de Ciencias Administrativas y Contable
15. Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). Comportamiento del consumidor. Naucalpan de Juárez,: Pearson Educación.
16. Servicio de Rentas Internas. (2019). Registro Unico de Contribuyente. Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/RUC> 78
17. Weatherbase. (2019). <http://www.weatherbase.com>. Obtenido de <http://www.weatherbase.com/weather/weatherall.php3?s=841760&cityname=Rio+Bamba%2C+Chimborazo%2C+Ecuador&units=>

© 2022 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).