



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE INGENIERA EN CONTABILIDAD Y AUDITORÍA**

TEMA

**“LA CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU INCIDENCIA EN
LAS VENTAS DE IMPORTADORA POSSO DURANTE EL
AÑO 2014”**

AUTORA

Diana Margarita Aguaguña Cabrera

TUTOR

Dr. Fabián Mera

AMBATO –ECUADOR

2015

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Fabián Mera, en mi calidad de Tutor del Trabajo de Investigación sobre el tema **“LA CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE IMPORTADORA POSSO DURANTE EL AÑO 2014”**, desarrollado por la alumna **DIANA MARGARITA AGUAGUIÑA CABRERA**, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, modalidad Trabajo estructurado de manera individual de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para la presentación de los proyectos de investigación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a evaluación por el profesor calificador designado por el H. Consejo Directivo.

Ambato, 10 de diciembre de 2015



.....
Dr. Fabián Mera
TUTOR

CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR

Los criterios emitidos en el informe “**LA CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE IMPORTADORA POSSO DURANTE EL AÑO 2014**”, desarrollado por la alumna **DIANA MARGARITA AGUAGUIÑA CABRERA**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, 10 de diciembre de 2015



.....
DIANA MARGARITA AGUAGUIÑA CABRERA

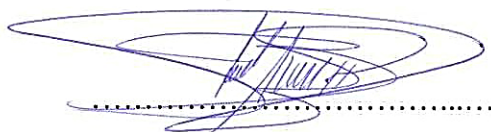
C.I.180448049-7

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

El Tribunal de Grado, aprueba el Trabajo de Investigación, sobre el tema: **“LA CONTABILIDAD DE COSTOS Y SU INCIDENCIA EN LAS VENTAS DE IMPORTADORA POSSO DURANTE EL AÑO 2014”**, la misma que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 10 de diciembre de 2015

Para constancia firman



Dr. Carlos Barreno

PROFESOR CALIFICADOR



Ab. Anita Labre

PROFESOR CALIFICADOR



Eco. Mg. Diego Proaño

PRESIDENTE DE TRIBUNAL

DEDICATORIA

El presente trabajo de investigación está dedicado a mi madre Hilda quien ha sido mi guía y ejemplo de superación la que me apoyado durante mi carrera universitaria en todo momento, un Dios le pague de todo corazón.

A la vez a mi esposo Josè Luis por su apoyo incondicional y a mis queridos hijos Isaac y Martín.

AGRADECIMIENTO

Mi efusivo agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato, por abrirme las puertas para una formación integral.

Agradezco de forma especial al Dr. Fabián Mera, por su invaluable colaboración y acertada dirección al trabajo investigativo.

Finalmente agradezco a la Importadora POSSO por la apertura y la información entregada para la elaboración del presente trabajo.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
CESIÓN DE DERECHOS DE AUTOR.....	iii
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
RESUMEN EJECUTIVO	xv
ABSTRACT	xvi
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	2
EL PROBLEMA	2
1.1 Tema.....	2
1.2 Planteamiento del problema.....	2
1.2.1 Contextualización.....	2
1.2.1.1. Contexto Macro.....	2
1.2.1.2. Contexto Meso	6
1.2.1.3. Contexto Micro	8
1.2.2 Análisis critico	10
1.2.2.1. Árbol de Problemas.....	10
1.2.2.2. Relación causa - efecto.....	11
1.2.3 Prognosis	11
1.2.4. Formulación del problema	12
1.2.5. Preguntas directrices	12
1.2.6 Delimitación.....	13
1.3 Justificación.....	13
1.4 Objetivos	14
1.4.1 Objetivo general	14
1.4.2 Objetivos específicos	14
CAPÍTULO II	16
MARCO TEÓRICO.....	16

2.1 Antecedentes investigativos	16
2.2. Fundamentación filosófica	17
2.3 Fundamentación legal	17
2.4. CATEGORIAS FUNDAMENTALES	18
2.4.1. Visión dialéctica de conceptualización que sustenta las variables del problema.....	18
2.4.1.1. Marco conceptual variable independiente.....	18
Contabilidad de costos	18
Propósitos de la contabilidad de costos.....	18
Liderazgo por costos	19
Costo histórico	19
Costos predeterminados	20
Costo de venta.....	20
Costos.....	20
Costos reales.....	21
Costos contables.....	21
Clasificación de los costos y gastos	21
Objetivos de los costos.....	22
Clasificación de costos.....	23
Causas del costo	24
Política fiscal.....	24
Importaciones en consignación	25
Importación temporaria.....	25
Importación de depósitos de almacenamiento	25
Importaciones definitivas	26
Tránsito de importación	26
Riesgos de cambio.....	27
Riesgos de intereses	27
Otros riesgos.....	28
Exportaciones.....	29
Exportaciones definitivas	29
Exportaciones suspensivas	29

Operaciones de removido.....	30
Exportación	31
Cuotas de exportación.....	31
Servicio de exportación.....	31
Subsidios de importación	32
Cuota de importación	32
Restricciones a las importaciones	32
Productos sensibles a las importaciones	33
Salvaguardas	33
2.4.1.2. Marco conceptual variable dependiente.....	34
Ventas.....	34
Dirección de venta.....	34
Planificación de las ventas	34
Objetivos de venta.....	35
Organización de las ventas.....	35
Mix de venta: venta directa e indirecta	36
El proceso de venta personal.....	36
Sistemas de venta	36
Métodos de venta	37
Clasificación de los modelos de venta	37
Mercadeo.....	38
Marketing	38
Producción.....	38
El proceso de inversión	38
Formulación y evaluación	39
Análisis de mercado	39
Clasificación.....	39
Clasificación del producto o servicio.....	40
Por su uso o consumo.....	40
Por su efecto.....	41
Densidad económica	41
Análisis de la demanda.....	42

Demanda potencial y demanda efectiva.....	42
Clasificación de la demanda.....	42
De acuerdo a las necesidades que satisface.....	43
Demandantes actuales	43
Factores que afectan a la demanda.....	44
Concepto de oferta	44
Clasificación de la oferta.....	45
Oferta monopólica.....	45
Oferta oligopólica.....	45
Oferta competitiva.....	46
Oferta actual.....	46
Factores que influyen la oferta.....	47
Oferta externa.....	47
Tamaño del mercado	48
Servicio al cliente.....	48
Necesidades del cliente	48
Importancia de la calidad en el servicio al cliente	49
Componentes de la calidad en el servicio al cliente.....	49
Calidad en el producto y calidad en el servicio.....	50
Productividad	50
Productividad y eficacia.....	50
Medición	51
Perspectiva de la productividad	51
Productividad parcial	51
Productividad una perspectiva general.....	52
Factores Que Influyen En La Productividad.....	52
Cambios en la composición de la fuerza laboral y la economía.	52
Productividad parcial	53
Productividad una perspectiva general.....	53
Factores Que Influyen En La Productividad.....	54
Determinantes De La Productividad	54
2.4.2. Gráficos de inclusión interrelacionados	57

2.5. HIPÓTESIS.....	60
2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLE DE LA HIPÓTESIS.....	60
CAPÍTULO III.....	61
3.1 Enfoque.....	61
3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN.....	61
3.2.1. Investigación de campo.....	61
3.1.2. Investigación bibliográfica-documental.....	61
3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	62
3.3.1. Investigación descriptiva.....	62
3.3.2. Investigación asociación de variables (correlacional).....	62
3.3.3. Investigación exploratoria.....	63
3.4 Población y muestra.....	63
3.4.1 Población.....	63
3.4.2. Muestra.....	64
3.5. Operacionalización de las variables.....	65
3.5.1. Operacionalización de la variable independiente: Contabilidad de costos .	65
3.5.2. Operacionalización de la variable dependiente: Ventas.....	66
3.6. Recolección de información.....	67
3.6.1. Plan para la recolección de información.....	67
3.7. Procesamiento y análisis.....	68
3.7.1. Plan de procesamiento de información.....	68
3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados.....	69
CAPÍTULO IV.....	70
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	70
4.1 Análisis.....	70
4.3 Verificación de la hipótesis.....	80
CAPÍTULO V.....	84
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	84
5.1 Conclusiones.....	84
5.2 Recomendaciones.....	84
CAPÍTULO VI.....	85
PROPUESTA.....	85

6.1 Datos informativos	85
6.1.1. Título	85
6.1.2. Institución ejecutora	85
6.1.3 Beneficiarios	85
6.1.4. Ubicación	85
6.1.5. Tiempo	86
6.1.7. Costo	86
6.2 Antecedentes de la propuesta	87
6.3 Justificación.....	87
6.4 Objetivos	88
6.4.1 Objetivo general	88
6.4.2 Objetivos específicos	88
6.5 Análisis de factibilidad.....	88
6.6 Fundamentación	89
Inversiones	89
Capital de trabajo	90
Costos reales.....	90
Amortización de los activos diferidos.....	91
Gastos.....	91
Ventas.....	92
Estado de pérdidas y ganancias.....	92
Flujo de caja	93
6.7 Modelo operativo	93
6.8 Administración de la propuesta.....	112
6.9 Evaluación.....	113

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 03.- 3.5.1. Operacionalización de la variable independiente: Contabilidad de costos	65
Tabla N° 04.- 3.5.2. Operacionalización de la variable dependiente: Ventas	66
TABLA N° 05.- : Procedimiento de recolección de información	68
Tabla N° 06- Generación de salvaguardias.....	70
Tabla N° 07.-.Ventaja competitiva-Producción nacional	71
Tabla N° 08.- Afectación positiva.....	72
Tabla N° 09.- Costos de importación.....	73
Tabla N° 10.- Política de costos.....	74
Tabla N° 11.- Ventas de producto nacional	75
Tabla N° 12.- Colocación de productos nacionales en el mercado.....	76
Tabla N° 13.- Oferta de productos nacionales	77
Tabla N° 14.- Satisfacción de clientes	78
Tabla N° 15.- Reactivación económica del país	79
Tabla N° 16.- grados de libertad.....	81
Tabla N° 17.- tabla de contingencia	82
Tabla N° 18.- decisión.....	82
Tabla N° 19.- Costo.....	86
Tabla N° 20.- Precios Llantas Nacionales.....	94
Tabla N° 21.-Plan de inversión	95
Tabla N° 22.- CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	96
Tabla N° 23.- capital de trabajo administrativo.....	96
Tabla N° 24.- FINANCIAMIENTO.....	97
Tabla N° 25.- TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	98
Tabla N° 26.- INVENTARIO PREOPERATIVO- REFENRENCIAL	99
Tabla N° 27.- Proyecciones en unidades según el crecimiento del parque automotriz	100
Tabla N° 28.- Proyecciones en dólares según la inflación.	100
Tabla N° 29.- Gastos	101
Tabla N° 30.- ROL DE PAGOS.....	102
Tabla N° 31.- Depreciación.....	103
Tabla N° 32.- FLUJO DE CAJA.....	104

Tabla N° 33.- ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	106
Tabla N° 34.- Comercialización del producto nacional en ambato en unidades de llantas.	111

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 01.- Efecto salvaguardias	9
Gráfico N° 02.- Árbol de Problemas	10
Gráfico N° 03.- Superordinación conceptual	57
Gráfico N° 04.- Variable independiente: Contabilidad de costos	58
Gráfico N° 05.- Variable dependiente: Ventas.....	59
Gráfico N° 06.- Generación de salvaguardias	70
Gráfico N° 07.- Cambios fiscales	71
Gráfico N° 08.- Afectación positiva.....	72
Gráfico N° 09.- Costos de importacion	73
Gráfico N° 10.- Política de costos	74
Gráfico N° 11.- Ventas de producto nacional	75
Gráfico N° 12.- Colocación de productos nacionales en el mercado.....	76
Gráfico N° 13.- Oferta de productos nacionales	77
Gráfico N° 14.- Satisfacción de clientes.....	78
Gráfico N° 15.- Reactivación económica del país.....	79
Gráfico N° 16.- CAMPANA DE GAUSS.....	83
Gráfico N° 17.- Punto de quilibrio	11208
Gráfico N° 18.- Comparativo de ventas nacionales vs importaciones	111

RESUMEN EJECUTIVO

El cambio de la gestión estatal conllevó a la adopción de medidas de control interno, de tal manera que la generación de salvaguardias estableció un marco de negocios amplio, en el cual las oportunidades de negocio establecieron dinamización, de tal manera que los altos costos en los productos importados han limitado el comportamiento de las importaciones en una cartera de productos, especialmente las llantas se han visto beneficiados, en relación a la producción nacional se ha generado una dinamización de la economía estableciendo esto un mejoramiento del comportamiento empresarial, generando inversión hacia el cumplimiento de metas internas, de tal manera que el emprendimiento es la puerta de entrada para minimizar altos costos, por tanto la investigación de campo permitió conocer la necesidad de generar una potencialización de la industria nacional conllevando así al incremento de las ventas del producto nacional, se generó una fuerza laboral más dinámica y comprometida.

Palabras claves: contabilidad, costos, ventas, dinamización, inversión salvaguardias, política fiscal.

ABSTRACT

The change of state management ultimately led to the adoption of internal control measures, so that the generation of safeguards established a broad business context in which the established dynamic business opportunities, so that the high costs of imports have limited the performance of imports in a portfolio of products, especially tires have benefited, in relation to domestic production has generated a dynamic economy by establishing this improvement of business performance, generating investment into compliance internal goals, so that entrepreneurship is the gateway to minimize high costs for both field research allowed knowing the need to generate a potentiation of the domestic industry thus leading to increased sales of the domestic product, It generated a more dynamic and engaged workforce.

Keywords: accounting, costs, sales, promotion, investment safeguards fiscal policy.

INTRODUCCIÓN

El marco comercial con la adopción de una nueva política fiscal promovió el control de los altos costos en productos importados, las llantas es uno de ellos de tal manera que el cambio de demanda hacia un producto nacional conllevará a mejorar las ventas, el contexto investigativo conlleva el siguiente esquema:

Capítulo I.- Se encuentra la contextualización del problema, formulación del problema, análisis crítico, delimitación del tema, justificación y objetivos.

Capítulo II.- Se detalla antecedentes bibliográficos, fundamentación legal y teórica en la que se basa la investigación. La hipótesis y el detalle de las variables.

Capítulo III.- La metodología se encuentra el enfoque, el método y niveles de investigación, así como el proceso de la recolección de investigación.

Capítulo IV.- Se presenta el análisis e interpretación de resultados, así como la verificación de la hipótesis.

Capítulo V.- Se detalla las conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Capítulo VI.- Se encuentra la propuesta, se detalla el modelo operativo y justificación, los objetivos.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

“La contabilidad de costos y su incidencia en las ventas de IMPORTADORA POSSO durante el año 2014”

1.2 Planteamiento del problema

1.2.1 Contextualización

1.2.1.1. Contexto Macro

Dentro del ámbito nacional podemos decir que el sector comercial de importación de llantas ve afectada sus ventas por la actual política fiscal de salvaguardias adoptada por el Comex, lo que incrementa un arancel a 2800 partidas aproximadamente.

En lo pertinente se dice “...Los porcentajes de la medida son de 5% bienes de capital y materias primas no esenciales, 15% para bienes de sensibilidad media, 25% Neumáticos, CKDS y otras, y 45% bienes de consumo final. Las salvaguardias excluyen a los siguientes rubros (68% de las importaciones): materias primas, bienes de capital, medicinas y equipos médicos, repuestos de vehículos, combustibles, artículos de higiene personal y del hogar e importaciones por correo rápido ”(Redacción de Economía, 2015).

La presente resolución tendrá un impacto relevante en la economía nacional, por ello, es preciso determinar los sectores más vulnerables a la medida para

precautelar el sector externo. Para ello se debe valorar la política en términos agregados y no únicamente por agentes económicos, esto debido a que en la instrumentación de política económica debe precautelar la agregación de preferencias sin distorsiones y evaluar el impacto de esta medida en toda la sociedad. Sin duda alguna habrá sectores favorecidos y desfavorecidos tales como los consumidores, debido a que las salvaguardias harán énfasis en bienes de consumo, provocando una contracción de la misma. Otro de los sectores afectados serán las empresas importadoras, puesto que estas tomarán las medidas de ajuste necesarias conforme a su estrategia de negocios para los próximos meses. A su vez, uno de los mayores beneficiarios será el gobierno nacional, puesto que esta medida permitirá que sus ingresos fiscales aumenten considerablemente y de forma rápida. La imposición de salvaguardias está causando un impacto perjudicial en el bienestar de la sociedad ecuatoriana, pese a la exigencia de proteger la balanza de pagos como estrategia gubernamental, ya que con la implementación de restricciones al comercio no se estaría aprovechando las ventajas del intercambio, pero el análisis es aún más contundente. Como se intuye, una imposición de aranceles en las importaciones repercute en una baja importante de la demanda, pero si vemos un poco más allá; es claro que ante una baja de demanda, las importadoras de diversos materiales y bienes en el país se verán perjudicadas. Por ello, ante una baja de demanda, las empresas verán aminorados sus ingresos y sobre todo se desharán de mano de obra excedente existente en las empresas. Por ello, un aumento en los aranceles repercute de manera notoria en el aumento del desempleo, siendo claramente los sectores rurales y urbano-marginales los más afectados. Los recortes también calán en el sector público, puesto que el tamaño del estado consecuentemente se reduce en épocas de contracción económica. Un ejemplo claro es el recorte de empleados en el CNE; institución en la cual hubo 170 despidos en solo el mes de febrero, debido a la situación desfavorable (El Universo, 2015).

Para el economista Jorge Salgado, la política de las salvaguardias aplicadas en el Ecuador tiene en mayor grado una tendencia política, puesto que el gobierno nacional desea implementar mecanismos de recaudación fiscal rápidos para

sostener su política de gasto público. El gasto es una medida política, tanto como económica en la que su principal componente es el nivel de liquidez en la economía. El gobierno ecuatoriano durante los últimos años ha venido incrementando el gasto para hacer frente a las demandas del país. Sin embargo, es preciso aclarar que el entorno macroeconómico fue favorable sobre todo por los precios elevados del petróleo, lo cual inyectó de liquidez a la economía. Pero el panorama cambió, la coyuntura presenta un escenario más complicado para el país, debido a que a inicios del 2015 el precio del petróleo sufrió una fuerte caída, se inicia el pago de obligaciones a acreedores internacionales (Bonos Global, China y otros) y el dólar se apreció frente al resto de divisas (Salgado, 2015). Otro de los puntos importantes es el bajo nivel de inversión, puesto que las condiciones no han sido favorables para considerar un aumento en este rubro. Las inversiones se ven ahuyentadas debido a la caída del precio del petróleo, el cual es una medida que podría incrementar el riesgo país, añadiendo que algunos países sostienen que el país no cuenta con marcos de seguridad jurídica atractivos a la inversión. Se aprecia en las estadísticas que la IED para el Ecuador es menor al 1% del PIB, mientras que en Colombia es del 4% del PIB (La Hora, 2015). La medida conducirá a una contracción de la demanda, debido a que es una política regresiva que afecta a todas las capas sociales. Esta medida, no toma en cuenta los distintos niveles de ingreso de las familias, asumiendo a priori que los más pobres gastan más en alimentación que la población más rica, de acuerdo al nivel de ingresos de cada capa. El fenómeno económico que se aprecia es una pérdida en el poder adquisitivo, puesto que los salarios nominales no han tenido un aumento; consecuentemente el salario real disminuye por el aumento de precios y la rigidez del salario nominal en el corto plazo, tal como lo menciona Keynes. Por lo tanto, la aplicación de las salvaguardias provoca este fenómeno económico, puesto que el patrón de consumo de las familias ecuatorianas está determinado por productos nacionales como extranjeros; de esta manera el “bolsillo” de las personas (solo de los más ricos) tendrá que sopesar el aumento de precios para poder mantenerse en la misma curva de indiferencia, efecto sustitución, según la teoría microeconómica. Además, es importante mencionar que los cambios en los patrones de consumo no ocurren en el corto plazo, por lo cual la adaptación a la

medida será complicada y con costos sociales elevados, así teniendo en cuenta el marco microeconómico la población de menores ingreso (los más pobres) deberán desplazarse a una curva de indiferencia inferior, causada por el efecto ingreso, debido al encarecimiento de los bienes importados y a que su nivel de ingreso real, no les permitiría mantenerse en la misma curva y en consecuencia deben reducir su nivel de bienestar. (Álvarez, Juan Francisco, 2015).

El Presidente de la República, Rafael Correa, reiteró que el Ecuador está preparado para enfrentar posibles dificultades económicas en el año 2015, debido a la caída del precio del petróleo, pues se han tomado todas las precauciones del caso y recalcó que existen estrategias que le permitirán al país salir fortalecido de dichos inconvenientes. “Estamos empezando un año difícil. Nosotros estamos preocupados pero también muy optimistas con la certeza de que vamos a salir fortalecidos de estas dificultades del año 2015. Y pueden estar seguros que hemos tomado todas las precauciones y las estrategias del caso”, expresó el Primer Mandatario. (www.elciudadano.gov.ec)

Aclarando, lo expuesto anteriormente, el Sr, presidente de la republica Rafael Correa Delgado elimino las salvaguardias a los vehículos livianos puesto que el sector del transporte se vio gravemente afectado con dicha medida. Se quitó el arancel del 25 % y 45 %, pero a si vez pidió cuidar la producción llantera nacional

En el contexto nacional generada las salvaguardias a sectores estratégicos de la comercialización local se ha determinado que existe una problemática latente como lo es Inestabilidad económica del entorno, de tal manera que no se evidencia seguridad en el medio afectando al nivel comercial y por ende se limita la inversión.

1.2.1.2. Contexto meso

El Comex decidió aplicar el 5 por ciento de sobretasa para productos sensibles y el 15 por ciento para otros de sensibilidad media. La carga más fuerte es para los bienes de consumo. El 25 por ciento de arancel adicional se fijó para llantas, cerámica, partes y piezas de motos y televisores; mientras, que el 45 por ciento será para el grueso de bienes terminados como confecciones, perfumes, frutas, entre otras.

La justificación es evitar los impactos en la economía nacional producto de la caída de los precios del petróleo y la depreciación del dólar. Esta medida afectará notablemente al sector importador de llantas en Ambato. Fabián Cisneros, representante de Kumho Tires en la ciudad, sostiene que la mayor afectación será para las llantas industriales grabadas con el 45 por ciento y las llantas para autos con el 25 por ciento.

Las ventas bajarán considerablemente, porque el año anterior el Gobierno puso cupo para las importaciones y se redujo el 30 por ciento. Con la nueva medida las importaciones se reducirán otro 30 por ciento y únicamente tendrían el 40 por ciento para importar poniendo en riesgo la estabilidad laboral de los 65 empleados. En los dos primeros días de aplicación de las salvaguardas las personas se han volcado a comprar las llantas que aún mantienen precios anteriores por el “stock” existente. Los nuevos costos empezarán aplicar en 15 días y el incremento se aplicará directamente al consumidor final.

La llanta más comercial para automóviles es la 175-70-13 al momento cuesta 59 dólares está calculado el incremento del 15 por ciento. La 185-65-14 valorada en 73 dólares también se incrementará el 15 por ciento.

En lo relacionado a las llantas industriales la de mayor comercialización es la 19.5 por 24 tendrá el incremento del 35 por ciento. El porcentaje mayor de importaciones son las llantas Kumho provenientes de Korea, China y Vietnam; la

Malotra para la agricultura y camiones desde la India; además, importan aros para camión y tubos desde Taiwán.

Al momento la preferencia en la colectividad es el 60 por ciento para llantas importadas y el 40 para llantas nacionales, con las salvaguardas la situación será al contrario.

Aspira que el Gobierno analice el impacto de las salvaguardas y decida aplicar con menor porcentaje. (El Herald, 2015)

Tabla N° 01.- Importaciones por marca

Importaciones por marca 2013 - Unidades			Importaciones por marca 2014 - Unidades		
MARCA	UNIDADES EN MILES	% PARTICIPACIÓN	MARCA	UNIDADES EN MILES	% PARTICIPACIÓN
MAXXIS	375,42	13,55%	MAXXIS	397,60	14,71%
MARCAS CHINAS	268,88	9,70%	YUANXING	208,23	7,71%
KUMHO	184,57	6,66%	KUMHO	126,05	4,66%
HANKOOK	114,26	4,12%	GOODYEAR	111,77	4,14%
DOUBLE COIN	107,75	3,89%	BRIDGESTONE	101,90	3,77%
TRIANGLE	101,52	3,66%	HANKOOK	85,36	3,16%
KAYER	96,65	3,49%	DURO	80,65	2,98%
DURO	95,47	3,44%	TOYO	68,81	2,55%
BRIDGESTONE	94,82	3,42%	TRIANGLE	65,18	2,41%
FORTUNE	94,14	3,40%	FORTUNE	64,35	2,38%
GOODYEAR	116,33	4,20%	MICHELIN	54,68	2,02%
YUANGXING	71,77	2,59%	GT RADIAL	54,48	2,02%
MICHELIN	61,15	2,21%	PIRELLI	47,08	1,74%
LIMA CAUCHO	57,52	2,08%	KENDA	44,19	1,64%
YOKOHAMA	49,74	1,79%	YOKOHAMA	43,47	1,61%
KENDA	48,54	1,75%	DOUBLE COIN	42,15	1,56%
PIRELLI	46,43	1,68%	DUNLOP	41,21	1,53%
LINGLONG	45,20	1,63%	SAILUN	34,48	1,28%
OTRAS MARCAS	741,15	26,74%	OTRAS MARCAS	1.030,46	38,14%
TOTAL GENERAL	2.771,31	100,00%	TOTAL GENERAL	2.702,08	100,00%

Fuente: (Calahorrano, 2014)

En especial la ciudad de Ambato ha concentrado su perfil productivo y comercial en sectores estratégicos, de tal manera que la comunicación se convierte en el eje transversal del desarrollo organizacional, pero se evidencia que la problemática de la inestabilidad económica ha afectado a todos los sectores de tal manera que nos

puede generar un alto perfil competitivo, por tanto las salvaguardias comerciales han limitado en la actualidad el desarrollo de una inversión empresarial estableciendo esto parámetros de estancamiento organizacional en el mercado globalizado.

1.2.1.3. Contexto micro

IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato, es una empresa fundada por el Sr. Plutarco Posso manteniendo una trayectoria de unos 30 años aproximadamente en la venta al por mayor y menor de accesorios, partes y piezas para vehículos automotores.

La empresa desde sus inicios ha mantenido una excelente acogida en el mercado y por ende es una de las principales distribuidoras directa para Ecuador de las marcas Maxxis y Lenson y por su seriedad y compromiso con sus clientes es que ha podido consolidar su capital. A su vez; se ha caracterizado por la importancia que le da al desarrollo integral de sus colaboradores mediante el trabajo en equipo pues esto es vital y fundamental para la economía de la empresa.

IMPORTADORA POSSO, durante estos 30 años en el mercado, ha posicionado una imagen e eficiencia en el medio, pero se ha evidenciado que la problemática de la inestabilidad económica ha ocasionado falencias internas difíciles de manejar, ya que se enfrenta a un entorno cambiante de tal manera que se genera un perfil poco competitivo ya que no se puede maximizar la inversión efectuada limitando su posicionamiento en el medio comercial. IMPORTADORA POSSO quiere lograr una relación estratégica y de mutua confianza con sus proveedores y clientes para seguir manteniéndose con productos de alta calidad y a precios competitivos, los mismos que le permitan crecer y reafirmar su presencia en el mercado generando un adecuado retorno de la inversión.

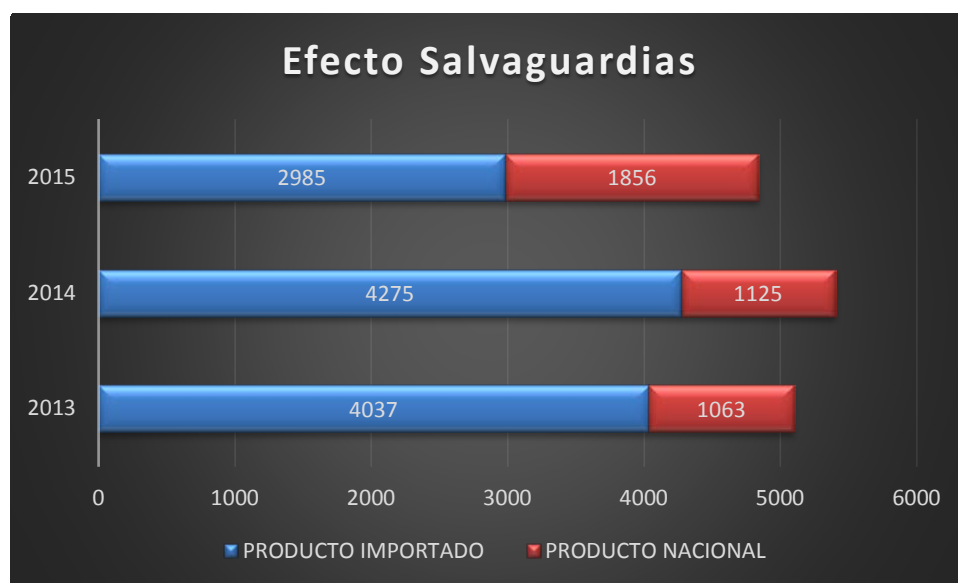
Por tanto el perfil de ventas de la empresa en el año ha generado un comportamiento decreciente a la importación debido a que la limitación de entrada de producto exportado ha conllevado a un reposicionamiento interno de la marca nacional, se evidencia entonces el perfil de ventas de la siguiente manera:

Tabla N° 02.- Cuadro comparativo en unidades del impacto de las salvaguardias en llantas

AÑOS	PRODUCTO IMPORTADO	PRODUCTO NACIONAL	TOTAL VENTAS
2013	4037	1063	5100
2014	4275	1125	5400
2015	2985	1856	4841
TOTAL VENTAS	11297	4044	15341

Fuente: Registro de ventas Importadora Posso (2015)

Gráfico N° 01.- efecto salvaguardias



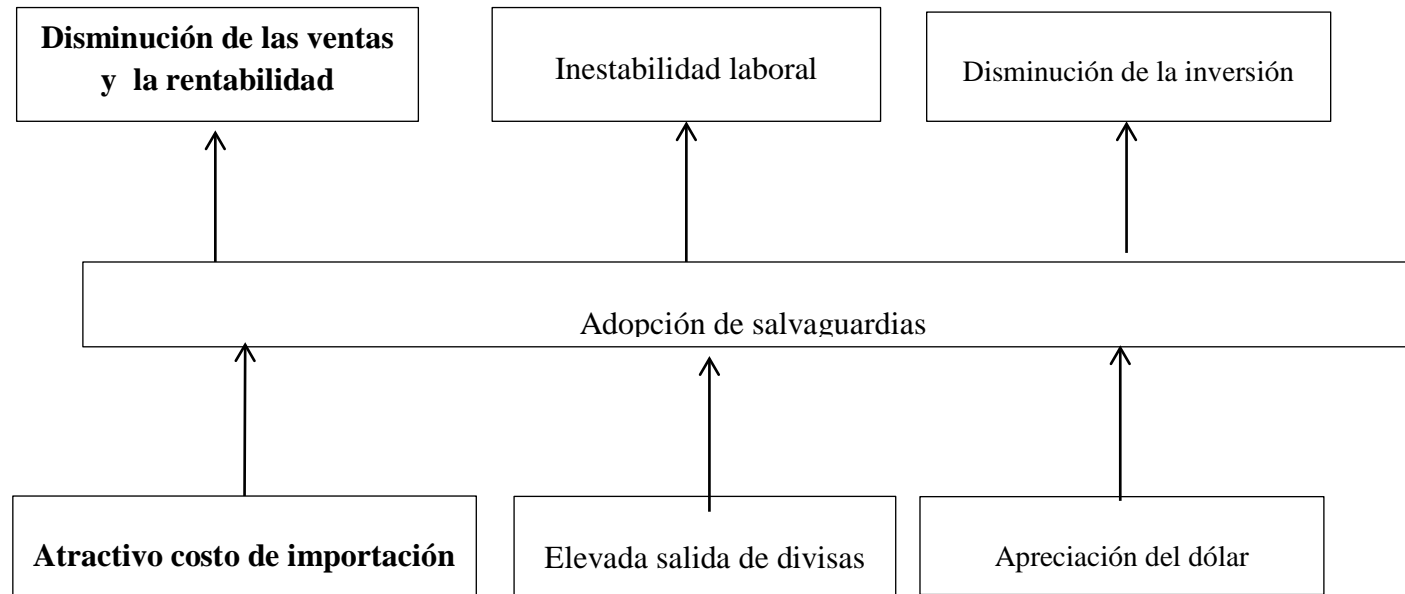
Fuente: registro de ventas Importadora Posso (2015)

Elaborado por: Diana Aguaguña

De las ventas del producto importado fueron disminuyendo al momento de la aplicación de las salvaguardias, generando una demanda del producto nacional.

1.2.2 Análisis crítico

Gráfico N° 02.- 1.2.2.1. Árbol de Problemas



1.2.2.2. Relación causa - efecto

La problemática ha sido ocasionada en primera instancia por la inestabilidad económica la cual ha incrementado los costos de importación del entorno comercial ocasionado notalmente la disminución de las ventas y de la rentabilidad en el mercado.

El costo de importar los productos a partir de la adopción de las salvaguardias fue menos atractivo, debido a que se generó el incremento de costos adicionales, como son pago de aranceles acorde las nuevas políticas fiscales, afectando esto a la rentabilidad económica y financiera en la empresa.

También se ha evidenciado la apreciación del dólar en un 10% lo cual afecta a las exportaciones y por ende tambalea nuestras relaciones comerciales como importadores, de tal manera no se efectúa un proceso eficiente de colocación del producto (llantas) perdiendo un perfil competitivo en el mercado y disminuyendo la fuerza laboral por la iliquidez en los mercados.

1.2.3 Prognosis

Si no se investiga no podremos conocer el impacto económico que se está dando por la imposición de las salvaguardias y por ende los costos de las llantas no los podremos calcular de forma adecuada y más bien estaríamos encareciendo el producto.

De no solucionar la problemática en la empresa no solo que se generar una limitación de la inversión, sino que se efectuara un ciclo comercial en recesión, lo cual no

permita mejorar la rentabilidad de la empresa y la inversión sea perdida y no maximizada.

De continuar la empresa realizando sus actividades bajo las mismas condiciones, como es la de ser importadora de llantas se prevé un encarecimiento de los mismos y por ende una descapitalización de la empresa pues esta no contara con los recursos financieros para adquirir sus productos ocasionando el incumplimiento con el mercado y desvirtuando la imagen de la empresa.

La falta de liquidez derivada de las perdidas por la no recuperación del arancel impuesto en las, llantas provocara conflictos internos y externos, en el sentido de que la empresa no podrá cumplir con el pago a sus trabajadores, proveedores y prestamistas.

1.2.4. Formulación del problema

¿Los costos de importación afecta el volumen de ventas en IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato?

1.2.5. Preguntas directrices

- ¿Cuáles son los factores que influenciaron para la adopción de una contabilidad de costos en base al estudio de salvaguardias para la comercialización y colocación de los productos en el mercado?
- ¿De qué manera se genera el sistema de inversión para acceder a un incremento de ventas y a la competitividad en el entorno?

- ¿Es importante generar un modelo de inversión empresarial para minimizar el impacto de los altos costos por salvaguardias?

1.2.6 Delimitación

- ✓ **Campo:** Contabilidad
- ✓ **Área:** Finanzas
- ✓ **Aspecto:** Costos
- ✓ **Temporal:** La investigación se llevara a cabo durante el segundo semestre del año 2014.
- ✓ **Espacial:** IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato

1.3 Justificación

La presente investigación tiene como interés generar en el sistema comercial información acerca del manejo de los costos y su relación con las salvaguardias, de manera que represente un aporte teórico práctico para los empresarios generando conocimiento acerca de su aplicación en el sistema comercial para así potencializar su inversión y acceder a un mejor perfil competitivo en el medio.

Esta investigación es importante pues se maneja de forma sistemática y sobretodo profesional y con una nueva perspectiva de la generación de costos en base a las salvaguardias en el ámbito de inversión empresarial; lo cual implica una revisión, análisis, evaluación y un estudio diagnóstico de los procedimientos contables, inversión y la política fiscal que actualmente se están utilizando con relación a las salvaguardias en la comercialización de llantas.

Asimismo; es novedoso ya que se pone en marcha la iniciativa a la producción nacional de llantas y así aprovechar las medidas expuestas por el presente gobierno como una estrategia de expansión, mediante un sistema de inversión y así potencializar las ventas internas.

Por otro lado desde el punto de vista vanguardista, se desarrolla una propuesta fundamentada en priorizar la industria local como es la de llantas nacionales y así poder competir con el mercado internacional y a su vez ir perfeccionando el producto en base a las necesidades y expectativas de los clientes.

Finalmente se puede decir que lo se trata mediante esta investigación es determinar el impacto económico de la imposición de las salvaguardias en las llantas y buscar la mejor opción para mantener un equilibrio interno en la economía empresarial generando el aumento de los ingresos y por ende la rentabilidad esperada.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

- Analizar los costos de importación y como estos inciden en las ventas de IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato”

1.4.2 Objetivos específicos

- Estudiar los costos de importación y su impacto en la competitividad de la empresa en el mercado.

- Establecer un análisis de la situación arancelaria para mejorar las ventas en el entorno comercial.
- Proponer un proyecto de inversión nacional para minimizar el impacto de los altos costos por las salvaguardias y así potencializar las ventas y la producción nacional en IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes investigativos

Para el desarrollo de este trabajo se han definido como base de investigación y análisis varios documentos: libro, reglamentos, leyes, tesis y otros relacionados con el tema de investigación, y otros documentos encontrados en la biblioteca, además se ha aprovechado de las bibliotecas virtuales gracias al internet; además se tomó en consideración los siguientes trabajos, de los cuales se sustentó las conclusiones:

De la Universidad Técnica de Ambato, de Andrea Carolina Naranjo Villacís (2015), con el tema LA GESTIÓN DE INVENTARIOS Y LOS COSTOS DE ALMACENAJE EN CREDICOMERCIO CEVALLOS”, quien concluye:

- La empresa no efectúa una gestión de inventarios mediante un proceso dinamizador de su stock.
- No existe un modelo de costeo que promueva información real del costos del producto que se coloca en el mercado
- Se limita la estructura de un modelo de inventarios sustentado en costo de manera que afecta a la toma de decisiones.
- La empresa no cuenta con un modelo de control que permita maximizar la atención al cliente lo cual afecta a factores como satisfacción, productividad y calidad el servicio en el mercado.

2.2. Fundamentación filosófica

En el desarrollo del proceso investigativo se trabajó con el enfoque crítico propositivo, debido que se critica el problema mediante las causas y efectos, para posteriormente generar una propuesta como solución y así dinamizar la gestión de la empresa en el mercado.

2.3 Fundamentación legal

En el desarrollo del presente trabajo se utilizó la siguiente base legal.

La Resolución No. 011-2015, suscrita por el Pleno del Comité de Comercio Exterior el 6 de marzo de 2015, en la cual en su Artículo primero indica: “Establecer una sobretasa arancelaria, de carácter temporal y no discriminatoria, con el propósito de reglar el nivel general de importaciones y, de esta manera, salvaguardar el equilibrio de la balanza de pagos, conforme al porcentaje advalorem determinado par las importaciones a consumo de las subpartidas descritas en el anexo de la presente resolución”.

De igual forma se excluye de la aplicación de esta medida a las siguientes importaciones:

1. Aquellas mercancías embarcadas antes del 11 de marzo de 2015.
2. Aquellas previstas en el artículo 125 del Copci.
3. Aquellas mercancías importadas a un régimen aduanero diferente al de Importación para el Consumo (código de régimen 10).
4. Aquellas mercancías que provengan de la cooperación internacional en favor de una población beneficiaria del Ecuador que reciba dicha ayuda, sea a través del sector público, organizaciones no gubernamentales (ONG) o las entidades de cooperación

correspondientes. El Comité Ejecutivo del Comex calificará la pertinencia de exclusión de estos casos.

5. Aquellas mercancías originarias de Bolivia y Paraguay (países de menor desarrollo relativo miembros de la Aladi), para lo cual deberán usar los Códigos Liberatorios 091 y 046, respectivamente, en la Declaración Aduanera de Importación con código de régimen 10.

2.4. CATEGORIAS FUNDAMENTALES

2.4.1. Visión dialéctica de conceptualización que sustenta las variables del problema.

2.4.1.1. Marco conceptual variable independiente

Contabilidad de costos

En su trabajo (Rincón Augusto Carlos, Villareal Fernando, 2014) Es la disciplina que recopila, ordena, custodia, resume, reporta, y analiza por, medio de estados financieros e indicadores, la información de las inversiones por la empresa para el desarrollo de su actividad. Siendo una transacción contable económica. La contabilidad de costos es una herramienta que aporta contabilidad financiera y la contabilidad gerencial, la información relevante para el cumplimiento de los objetivos de cada una de estas.

Propósitos de la contabilidad de costos

Según (Zapata Pedro, 2010)

- a. Determinar el costo de los inventarios de productos en proceso, terminados y materiales e insumos, tanto unitarios como globales, con miras a su presentación en el balance general.

- b. Establecer el costo de los productos vendidos, a fin de poder calcular la utilidad o pérdida del periodo y presentarlos en el estado de resultados.
- c. Dotar a los directivos y ejecutivos de la mejor herramienta para planificar y controlar los costos de producción.
- d. Guiar la toma de decisiones, cuando se debe mantener o desechar ciertas líneas de producción, aceptar o no nuevos pedidos, comprar nuevas maquinarias, etc.
- e. Controlar el uso de los elementos del costo mediante el reporte de datos, usos indebidos o demoras innecesarias, y optimizar las utilidades precisamente con los ahorros que se obtengan de las acciones que provengan y eviten los desperdicios citados.

Liderazgo por costos

Para (Hargadon Bernard, 2012) la organización busca establecerse como el productor de más bajo costos en su sector. El ámbito de actuación es alargado, intentando llegar a distintos segmentos de mercado a la vez, en general, con un producto estándar sin darle mucha importancia a servicios no esenciales, tales como el embalaje, el diseño, la publicidad, etc. Las fuentes de ventaja de costos varían de sector a sector, pero, en general, se pueden enumerar las economías de escala y el aprendizaje acumulado, la explotación de sinergias comerciales o tecnológicas, la tecnología patentada, la ubicación y facilidad de acceso a los factores productivos y bien a los mercados de clientes, entre otros.

Costo histórico

Acuerda (Hargadon Bernard, 2012) Base de costos en la cual se establece que en un sistema contable, solo deben emplearse los costos incurridos, es decir, los aquellos

que ya ocurrieron, de los cuales se tiene un documento (Costos Reales). El sistema de costos trabaja en base a costos reales o históricos, por el componente de la Contabilidad Financiera.

Costos predeterminados

Dice (Hargadon Bernard, 2012) Base de costos que permiten la utilización de costos proyectados en un sistema contable; por tanto, deben ajustarse las diferencias entre los costos reales y los proyectados al final de cada período. Dentro de los costos predeterminados tiene relevancia los costos estándar, por el componente de la contabilidad administrativa.

Costo de venta

Según (Hargadon Bernard, 2012) Costo de ventas es el costo de las mercaderías vendidas durante un periodo de tiempo y la fórmula es venta menos costo de venta más compras menos el costo de ventas es el resultados bruto de las operaciones si queremos la rentabilidad de un negocio nuestros ingresos por ventas más otros tienen que ser mayores a nuestros costos.

Costos

Para (Nacional, Manual de proyectos de inversión, 2012). El termino real hace referencia a salida de efectivo (desembolso), por lo que su aplicación afectara al estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja; por otro lado, costos contables son aquellos no implican desembolso, son afectaciones al estado de pérdidas y ganancias

por el uso físico, en el caso de activos fijos o del derecho de uso, para los activos diferidos, de la siguiente, manera:

Costos reales

- Costos de materia prima
- Costo de materiales indirectos
- Costos de suministros y servicios
- Costos de mano de obra directa
- Costos de mano de obra indirecta
- Mantenimiento
- Seguros

Costos contables

- Depreciación de los activos fijos operativos
- Amortización de los activos diferidos

Clasificación de los costos y gastos

También (Nacional, 2010). La clasificación de los costos/gastos de acuerdo a su relación al proceso es:

Variables:

- Materiales directos
- Materiales indirectos

- Mano de obra directa
- Suministros y servicios
- Transporte
- Comisiones sobre ventas

Fijos:

- Mano de obra indirecta
- Mantenimiento
- Seguros
- Depreciaciones de activos fijos
- Amortizaciones de activos diferidos
- Gasto financiero
- Gasto de administración
- Gasto de venta (excepto comisiones)

Objetivos de los costos

Dice (García, 2008). Los objetivos de los costos ayudan a mejorar el control de la producción de una empresa y entre los que se destacan son:

- Ayudar a fortalecer los elementos de la relación en cada una de las áreas organizacionales para logara los objetivos.
- Determinará los costos unitarios, mediante información real para validar la estrategia de venta en el mercado.
- Generar información como parte esencial de la venta mediante un registro solido de datos.

- Mejoramiento del proceso de costos para generar sustentabilidad financiera.
- Formación de una base presupuestal para la gestión de compras y la minimización de costos innecesarios.
- Control interno mediante las acciones de validación y comparación permanente.
- Generación de información real para la toma de decisiones.

Clasificación de costos

Declaro (García, 2008), la clasificación es:

La clasificación de los costos está determinado por:

1. La función
 - a) Costos de producción.- es parte de la conversión de la materia prima e insumos en productos terminados.
 - b) Costos de venta.- Determinados por las actividades de comercialización.
 - c) Costos administrativos.- están afines con el manejo organizacional y administrativos.
 - d) Costos financieros.- se determinan por el acceso a recursos económicos externos para el crecimiento de la empresa.
2. Identificación del costo
 - a) Costos directos.- los que están inmersos de forma directa en su transformación
 - b) Costos indirectos.- intervienen en forma indirecta en el proceso de transformación
3. El periodo en el que se llevan al estado de resultados

- a) Costos del producto.- estos se relaciona en la función productiva y se refleja en el activo circulante de la estructura financiera.
 - b) Costos del periodo.- están relacionado con la función de ventas generando resultados en el periodo de producción y comercialización.
4. Procedimiento respecto al volumen de producción
- a) Costos fijos.- son costos constantes en el tiempo de producción del bien o servicio
 - b) Costos variables.- genera un proceso variable e su proceso de adquisición.
 - c) Cosos semifijos.- están compuestos por el fijo y variable.
5. El instante en el que se establecen costos
- a) Costos históricos.- son acorde al comportamiento de la empresa en su período de venta.
 - b) Costos establecidos.- ya se encuentran establecidos en el manejo organizacional.

Causas del costo

Declara (Horngren, 2008). “Existen variables que generan costos como volumen, el cual genera una causa y efecto en la actividad de producción siendo esto un factor de costo importante”.

Política fiscal

La Gestión de Política fiscal Las Administraciones Públicas realizan dos funciones principales: redistribución de la renta y de la riqueza a través de impuestos, transferencias y producción de bienes y servicios colectivos no destinados a la venta sino a través de compras de bienes y servicios. (Lagos 2005).

Importaciones en consignación

No existe una compra venta efectiva, ya que habitualmente se importa mercaderías de valor indeterminado para su venta al mejor precio posible. Constituye una forma no utilizada comúnmente y ha sido reemplazada por la importación en firme por intermedio de un representante para su posterior reventa en plaza. Por tal razón no ahondaremos en este tema. (Ledesma, Carlos, 2009). Pág. 210

Importación temporaria

La importación temporaria nacida en la necesidad de introducir elementos al país para ferias, muestras, reparaciones, pruebas, alquiler, producción de bienes para exportar, etc., es el acto de ingresar al territorio aduanero del país receptor, elementos que quedaran en el mismo durante un lapso de tiempo determinado y para cumplir con algunos de los objetivos expuestos. (Ledesma, Carlos, 2009) Pág. 211.

Importación de depósitos de almacenamiento

Esta operación suspensiva se constituye en un contrato de depósito de, mercancías con el fisco, asumiendo este determinadas responsabilidades. Este tratamiento permite al consignatario realizar varios despachos a consumo es decir que puede ir despachando la mercadería en forma parcial, de acuerdo necesidades o disponibilidades financieras, además puede, si así lo deseara efectuar transferencia de esas mercancías a otros importadores antes de la nacionalización o proceder al reembarco parcial o total de la partida para devolver la mercadería al exterior, sea al mismo o a destino origen, o efectuar el trasiego, es decir la posibilidad que tiene un consignatario de poder cambiar, dividir o fraccionar el contenido de los bultos. (Ledesma, Carlos, 2009)Pag. 264

Importaciones definitivas

El despacho de importaciones, es el procedimiento por el cual se permite la salida a plaza de la mercadería involucrada, previo control de la documentación, de la declaración de las mercancías y el de los derechos y gravámenes que correspondan.

En estos casos, la documentación principal y accesoria se presentara a la aduana junto al formulario de despacho respectivo, el que seguirá una secuencia de verificaciones de firmas, e información, siendo numerado y fechado correlativamente; posterior a ello el despacho se girara al sector de cruce con el manifiesto de carga y de allí a los Equipos Técnicos que verificaran la clasificación arancelaria, cruce y valoración de la mercaderías que se presenta a despacho. A fin de que le importador no incurra en manifestaciones erróneas de la mercadería que pretende nacionalizar, la autoridad aduanera prevé un sistema por el cual aquel puede, dentro de los plazos establecidos, solicitar la toma de contenido de los bultos aduciendo “ ignorar contenido” de ellos, la cual se realiza en presencia de un funcionario aduanero. Este privilegio no debe confundirse con la verificación de la mercadería a los fines de la cobertura del seguro. (Ledesma, Carlos, 2009)Pág. 263.

Tránsito de importación

Son aquellas operaciones suspensivas en las que, mercaderías que careciendo de libre circulación en el territorio aduanero, en virtud de no haber sido nacionalizadas, son transportadas desde la aduana de entrada a ese territorio a otra que puede ser de salida hacia otro territorio (transito directo) o bien la aduana interior donde el consignaría presentara su destinación (definitiva suspensión), el que toma el nombre de “tránsito interior”. En estas operaciones, la aduana de entrada y, antes de autorizar el tránsito, exigirá al consignatario y/o trasportista de la mercadería, la constitución de una garantía a satisfacción por los tributos aduaneros que quedan en suspenso, y que

ejecutara en caso que por cualquier razón la mercadería no llegue a su destino. (Ledesma, Carlos, 2009) Pág. 265

Riesgos de cambio

En las operaciones de comercio con el exterior, interviene en muchas ocasiones dos divisas diferentes. Se produce riesgo de cambio, cuando la divisa en la que hacemos nuestros negocios es diferente a la divisa en la que generemos nuestros ingresos. El riesgo de cambio se origina en el hecho de que la cotización de las divisas no es estática sino que fluctúa en el tiempo. Se puede definir como riesgo de cambio la diferencia que hay entre el tipo de cambio existente en el momento de cerrar una operación comercial y comprometerse a satisfacer un determinado importe, y el tipo de cambio existente en el momento efectivo de pagar el importe. Entre un momento y otro se produce una incertidumbre que puede derivar en un resultado favorable o desfavorable para nuestra empresa. En esta situación podemos optar por cubrir el riesgo de cambio mediante los mecanismos de cobertura que nos ofrece los bancos (opciones sobre divisas o seguros de cambio) o asumir o esperar a la evolución del mercado la única manera de eliminar totalmente el riesgo de cambio sería el pago por adelantado pero esta práctica no es habitual en el comercio internacional (Estrada, Patricio, 2010). PÁG. 19

Riesgos de intereses

El otro gran grupo de riesgos financieros es el riesgo de intereses. Este riesgo está muy ligado a las necesidades de financiamiento o pre financiamiento.

Si pedimos un préstamo un crédito bancario, ya sea en nuestra propia moneda o en alguna divisa, una subida de los intereses, podría tener repercusiones importantes en nuestros costos financieros. (Estrada, Patricio, 2010)PÁG. 19.

Otros riesgos

Existen muchos más riesgos en el comercio internacional. Algunos de ellos coinciden con los mismos que podemos encontrar haciendo negocios sin salir de las fronteras, pero otros son propios de comercializar en el extranjero. No hay que olvidar de que lo más importante es que se los conozca, aquí tenemos las siguientes:

1. Riesgo del proyecto

Sobre todo en lo relativo a la participación en licitaciones y concursos públicos.

2. Riesgos fiscales

En lo referente a impuestos, habrá que conocer bien la legislación aplicable y posibles exenciones y beneficios a los que se debe acoger. Los riesgos derivados de las aduanas pueden repercutir en costos como retrasos, restricciones a la entrada de mercancía.

3. Riesgo logísticos y de transporte

Que pueden derivar en la pérdida o deterioro de la mercancía es lo relativo al transporte, existen seguros específicos para cubrir todos estos problemas. En la sección de logística y transporte se encuentra información sobre los tipos de pólizas que se emplean. Su costo depende del tipo de mercancía, del viaje, del medio de transporte, etc.

4. Riesgos de construcción

Relacionado con la construcción o montaje de una infraestructura. Pueden ser riesgos derivados de la mano de obra como por ejemplo, de su cualificación y disponibilidad; asociados de los permisos y normativa a la maquinaria auxiliar que interviene en esa construcción esto es conseguirla, transportarla y revenderla.

5. Riesgos del contrato

El idioma del contrato, la legislación aplicable, la gestión de las aceleraciones y retrasos en las entregas, las cláusulas de revisión de precios, o las variaciones son factores del contrato en los que el riesgo va asociado. (Estrada, Patricio, 2010)PÁG. 20, 21.

Exportaciones

Para (Ledesma, Carlos, 2009)

Exportaciones definitivas

Son las exportaciones en firme, aquellas que han sido vendidas al exterior y por las cuales se recibirá un valor cierto en dinero.

Exportaciones suspensivas

Son aquellas que no reúnen las características de una exportación en firme o definitiva, y acepta las siguientes modalidades:

- 1) **Exportación temporaria.**_ es aquella por la cual, mercadería nacional, puede permanecer en el exterior por un lapso determinado de tiempo y para cumplir un cometido cierto. Las razones por las cuales un bien deba dejar el territorio aduanero prácticamente son las mismas que mencionamos en su inversa, “la admisión temporaria”

Estas operaciones deben ser aprobadas o autorizadas previamente por la autoridad de aplicación o bien por el servicio aduanero, debiéndose justificar la solicitud de salida temporaria. El exportador presentara a través del despacho de aduana, una solicitud de permiso de embarque de exportación temporaria mencionando la autorización concedida, el objetivo de la salida, y toda la

información adicional como si se tratara de una exportación en firme, debiendo de corresponder garantizar los tributos a la exportación que le correspondieran pagar de no ser una operación suspensiva. Autorizado y embarcado, el bien deberá retornar al país dentro del plazo autorizado para su permanencia en el exterior, o bien se deberá solicitar una extensión o prórroga al mismo o, en caso de haberse vendido la mercadería y no retornar al país, se deberá transformar esta operación suspensiva en definitiva, abonando los tributos que le correspondiera y /o cobrando los beneficios que le sean propios. PÁG. 267, 268.

2) Tránsito de exportación.- este sistema, en la exportación, significa una facilidad operativa para aquellas provincias interiores del país desde las cuales no existe salida directa a los mercados exteriores, o en caso de tenerla, la mercadería se envía a un país limítrofe, cuya introducción al mismo se puede efectuar solamente por vía terrestre (camión o ferrocarril). Esto no quiere decir que no pueda realizarse por vía aérea, pero que por el tipo de mercadería no es utilizada por razones de costos en el flete u otras. PAG. 268

Operaciones de removido

Son aquellas mediante las que, mercaderías de libre circulación en el territorio aduanero de un país, pueden salir de este para ser transportadas a otro lugar del mismo territorio aduanero, pero sin salir del territorio nacional, con afectación de las aduanas de salida y de destino. Es decir que se trata de transporte de mercancías no afectadas al comercio exterior de ese país, pero cuyo medio de transporte interno, sea fluvial, lacustre o cabotaje marítimo, sea un barco. El propietario de la mercadería o el transportista, deberán presentar a la administración aduanera la solicitud de removido no estando sujeta a ninguna de las acciones del comercio exterior, ni pago de tributos ni cobro de beneficios. (Ledesma, Carlos, 2009) PAG. 268, 269.

Exportación

Documento en el que una autoridad de gobierno otorga el derecho para exportar una cantidad determinada de mercancía a un país determinado. Este documento se requiere en algunos países para todas o la mayor parte de las exportaciones, y en otros países solo en circunstancias especiales. (Hinkelman, Edward, 2006)PÁG. 118.

Cuotas de exportación

Restricciones o techos específicos impuestos por un país exportador al valor o volumen de ciertas exportaciones, con miras a proteger a los productores y consumidores nacionales de la escasez temporal de los materiales o bienes en cuestión, o para aumentar sus precios en los mercados del mundo. Algunos acuerdos internacionales de mercancías señalan explícitamente cuando los productores deben aplicar tales restricciones. A menudo, las cuotas a las exportaciones se aplican a acuerdos de mercadotecnia ordenada y de restricción voluntaria; también se aplican a la producción del procesamiento interno de materias primas en los países que las producen. (Hinkelman, Edward, 2006) PAG. 119.

Servicio de exportación

A solicitud de los expedidores, las compañías navieras, las líneas aéreas y los agentes de carga llevan a cabo muchos servicios relacionados con la transferencia, el almacenamiento y la documentación de las cargas destinadas a la exportación. Lo mismo sucede con las de importación. Algunos transportistas cuentan con tarifas que incluyen todos esos servicios y cubren el transporte por aire, desde el aeropuerto de origen hasta un puerto marítimo, así como todos los procedimientos. (Hinkelman, Edward, 2006)PAG. 120.

Subsidios de importación

Pagos, estímulos económicos u otros beneficios financieros cuantitativos que los gobiernos otorgan a los productores o exportadores nacionales supeditados a la exportación de sus bienes o servicios. La organización mundial de comercio (OMC) reconoce que los subsidios, en especial los otorgados a las exportaciones, distorsionan las actividades comerciales normales y entorpecen sus objetivos. El acuerdo sobre subsidios y medidas compensatorias reglamenta el apoyo a las exportaciones y estipula una prohibición categórica de los subsidios a las mismas por parte de los países desarrollados para productos manufacturados y semi manufacturados. En determinadas circunstancias, así como a productos primarios, si esos subsidios se traducen en una participación más que equitativa de las exportaciones mundiales del producto en cuestión para el país. (Hinkelman, Edward, 2006) PÁG. 120.

Cuota de importación

Regla de protección que estable límites a la cantidad que puede importarse de un producto determinado. Las cuotas son una forma de restringir las importaciones mediante la emisión de permisos a los importadores, asignándoles una cuota, después de determinar la cantidad total de cualquier mercancía que vaya a importarse durante un periodo determinado. Los permisos de importación también pueden especificar el país en el que el importador deberá adquirir los bienes (Hinkelman, Edward, 2006). Pág. 157.

Restricciones a las importaciones

Cualquiera de una serie de barreras arancelarias y no arancelarias impuestas por una nación importadora para controlar el volumen de bienes procedentes de países extranjeros. Pueden incluir la imposición de tarifas o de cuotas a las importaciones, restricciones a la cantidad de moneda extranjera disponible para cubrir las

importaciones, un requisito de depósito para importaciones, la imposición de sobretasas o la prohibición de varias categorías de importaciones. (Hinkelman, Edward, 2006)pág. 158.

Productos sensibles a las importaciones

Productores nacionales cuya viabilidad económica se ve amenazada por la competencia (calidad; precio o servicio) de productos importados. (Hinkelman, Edward, 2006) Pág. 158.

Salvaguardas

La organización mundial de comercio (OMC) autoriza dos formas de salvaguardas multilaterales: 1) el derecho de un país para solicitar controles temporales de las importaciones o la aplicación de otras restricciones en el comercio, a fin de prevenir el descalabro comercial de una industria nacional, y 2) el derecho de los exportadores para tener acceso a los mercados. El artículo XIX permite a un país-cuyas industrias o trabajadores nacionales son afectados de manera adversa por el aumento de las importaciones- eliminar o modificar sus concesiones otorgadas anteriormente y aplicar, durante un periodo limitado, nuevas restricciones en las importaciones, siempre y cuando el país demuestre que un producto “ es importado en tales cantidades que causa o amenaza provocar un menoscabo grave a los productores nacionales” por lo que se mantendrán esas restricciones para prevenir o remediar dicha disminución. (Hinkelman, Edward, 2006) Pág. 246.

2.4.1.2. Marco conceptual variable dependiente

Ventas

Para (Stanton, Wiliam, 2010).“Son una parte de la comercialización, puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual el vendedor pretender influir en el comprador. La venta se radica en el interior de la empresa en donde se enfatiza el producto y/o servicio para así establecer la manera e venderlo, sin tomar en cuenta las necesidades del cliente”.

Dirección de venta

Para (Martínez, 2010) “Es la acción de vender. Es traspasar a otro la propiedad por el precio convenido. Las ventas y el marketing están estrechamente ligados. Las ventas tiene como objetivo vender el producto que la empresa produce (productos o servicio) y el marketing trata de que la empresa tenga lo que el cliente quiere; es decir que se encuentra en constante investigación para saber cuáles son los requerimientos de los clientes o consumidores finales.”

Planificación de las ventas

Para (Martínez, 2010). Los objetivos de la planificación de ventas incluyen desarrollar nuevos negocios, vender productos y servicios, obtener información y proteger el territorio contra los ataques de la competencia. Planificar supone elegir las estrategias de ventas adecuadas para prevenir los objetivos previamente establecidos. La primera acción de los encargados de la planificación de ventas será elegir el tipo de estrategia a seguir para cada producto servicio.

Objetivos de venta

Indica (Gómez, 2008). Existe una infinidad de posibles objetivos y manera de formularlos, algunos son:

1. Primer objetivo vender.- se pretende alcanzar un cierto volumen de ventas
2. Segundo objetivo obtener una cuota de mercado importante.- el objetivo de ventas se formula como un porcentaje del mercado total.
3. Tercer objetivo rentabilidad.- los objetivos por mercados o productos pueden definirse en términos de beneficios o rentabilidad.
4. Cuarto objetivo de imagen.- el objetivo puede estar relacionado con la imagen de la empresa o del producto en un cierto mercado.
5. Quinto objetivo de beneficio.- consiste en aplicar actuaciones sobre el producto que la empresa ofrece, tales como:
 - a) Reducción de costes en la producción del producto.
 - b) Perfeccionamiento del producto
 - c) Ampliación de las líneas de producto.
 - d) Lanzamiento de productos nuevos.

Organización de las ventas

Declara (Gómez, 2008). Antes de la organización de las ventas hay que analizar los siguientes factores:

Volumen de la empresa.- Cuanto mayor es el número de personas que forman la planilla, mayores esfuerzos hay que dedicar al control y seguimiento. En empresas grandes se hacen divisiones por áreas geográficas, tipos de clientes, tipos de productos, etc.

Números de productos y naturales de los mismos.- El tipo de productos y gamas implica la necesidad de la especialización del personal. Se hacen demarcar diferencias entre líneas de productos.

Métodos de distribución.- Hay que definir el tipo de medios de distribución adecuados en función a la infraestructura que tenga la empresa.

Mix de venta: venta directa e indirecta

Declara (Gómez, 2008). Definidas la venta directa e indirecta y sabiendo que la mayoría de los casos será necesaria alguna forma de venta directa, la cuestión se centra en decidir el mix más adecuado o, lo que es igual, decidir sobre que clientes serán atendidos directamente y quienes mediante intermediarios revendedores o intermediarios de valor añadido.

El proceso de venta personal

Declara (Fernando, 2010)La venta personal implica, un proceso de comunicación interactiva, cuyo objetivo último consiste en mantener y establecer relaciones a largo plazo con los clientes, buscando su fidelidad.

Sistemas de venta

Para (Fernando, 2010). Los sistema de venta son las distintas técnicas que emplean los vendedores para realizar las funciones que les son encomendadas. Estas técnicas difieren en sus enfoques, en las etapas de sus procesos y en los objetivos que se pretenden logara de forma que algunos autores hablan de sistemas de venta tradicionales frete a los sistemas de venta más actuales, en los que la satisfacción del cliente, la lealtad y el establecimiento de relaciones a largo plazo entre este, la empresa vendedora son las finalidades principales.

Métodos de venta

Para (López, 2006). Existen distintas clasificaciones de los métodos de venta según el criterio que se adopte el criterio más apropiado para su clasificación es el tipo de contacto que se establece con el cliente.

Clasificación de los modelos de venta

Declara también (López, 2006), que son:

Venta a distancia.- Se trata de un método en el que no existe un contacto directo entre el comprador y el vendedor.

Venta por correspondencia.- En este caso las ventas se realizan a través del catálogo enviado directamente por correo, depositado en el buzón o a través de anuncios puestos en diferentes medios como la prensa o la radio.

La ventaja de utilizar el catalogo como soporte de la venta por correo es que se proporciona, en términos generales, más información que la mayoría de dependientes de un establecimiento de venta, ya que puede describir con máximo detalle una gran cantidad de productos contenidos en sus páginas.

La televenta.- Abarca cualquier tipo de venta que se realice por televisión; el producto se muestra a los telespectadores, indicándoles sus características precio y forma de realizar el pedido; los pedidos se transmiten directamente a un ordenador central que los almacena y retransmite directamente a una compañía de transporte o encomiendas, quienes entregara el producto en el domicilio del comprador, lugar en el que se efectúa el pago.

Venta electrónica.- Se puede definir en un sentido amplio como cualquier forma de transacción de datos sobre redes de comunicación como internet. En este sentido el concepto de venta electrónico no solo incluye la compra y venta electrónica de bienes, información o servicios, sino también el uso de la red para actividades anteriores o posteriores a la venta.

Mercadeo

Según (Rincón Augusto Carlos, Villareal Fernando, 2014) El movimiento de ventas en relación con los costos, precios, descuentos comerciales, descuentos financieros, promociones y realizar estimaciones para maximizar la rentabilidad, promoviendo indicadores que muestren los productos con mayor rotación, menos costos en distribución y rentabilidad, para que la gerencia tome decisiones con el fin de mejorar la rentabilidad de la empresa.

Marketing

Para (Pride William, 1985) Es una mezcla planificada de que, partiendo del conocimiento cuantitativo del entorno y del mercado y de sus tendencias, se ocupa de la concepción, desarrollo, planificación, difusión y comercialización de marca, productos y servicios, que satisfagan las expectativas de la demanda, logrando resultados rentables para la empresa u organización interesada.

Producción

Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios

El proceso de inversión

Para (Araujo, David, 2012). Bajo el esquema de inversión se emplea una clasificación de cuatro grandes etapas sucesivas, a saber:

- Planeación
- Pre inversión
- Inversión
- Operación.

Formulación y evaluación

Es prácticamente la razón de nuestro estudio y de esta obra. Tiene la finalidad de generar, evaluar, comparar y seleccionar alternativas de inversión eligiendo la más eficiente, para satisfacer una necesidad específica en consecuencia, la actividad de formular o elaborar proyectos presupone por un parte, el conocimiento actualizado de la técnica y la tecnología en una denominada rama de actividad económica, para la cual se requiere precisar las acciones existentes; por la otra, requiere el análisis de la demanda del producto objeto del proyecto, para que , con base en base en ambos tipo de información se determine la viabilidad del proyecto. (Araujo, David, 2012).

Análisis de mercado

Se entiende por mercado el conjunto de demandantes y oferentes que se interrelacionan para el intercambio de un bien o servicio en una área determinada. Esa concurrencia puede ser de forma directa o indirecta. Por esta razón es importante detectar las formas que pueden caracterizar al mercado en el que se pretende desarrollar el proyecto. (Araujo, David, 2012).

Clasificación

El mercado, de acuerdo con su estructura, puede clasificar un monopolio, oligopólico, y de libre competencia o libre mercado.

Monopólico. Se refiere a la existencia en el mercado de un solo vendedor de cierto producto y servicio.

Monopsolico. Corresponde a la existencia de un solo comprador de un bien o servicio.

Oligopólico. Comprende u pequeño de vendedores que acapara la demanda de cierto artículo o servicio existente en el mercado.

Oligopsolico. Se produce cuando un reducido número de compradores de determinada mercancía o servicio cubre el mercado.

Libre competencia. Se integra por el libre mercado de bienes y servicios, donde la iniciativa no tiene restricciones para operar, sujetándose solo a las leyes comerciales y económicas competitivas. (Araujo, David, 2012).

Clasificación del producto o servicio

Con los datos de la identificación y descripción del producto o servicio, este puede clasificarse atendiendo los siguientes criterios:

- Uso o consumo
- Efectos en el consumidor
- Densidad económica
- Normatividad. (Araujo, David, 2012)

Por su uso o consumo

En una primera etapa, la clasificación de los bienes o servicios puede hacerse atendiendo a su destino, como productos de consumo final, bienes intermedios y bienes de capital. Consumo final. Son los que satisfacen la demanda de la población en general, tal es el caso de los productos alimenticios, vestido, transporte, comunicación y esparcimiento entre otros. Intermedios. Son aquellos demandados en los procesos productivos de las empresas para ser consumidos y/o transformados, es decir, incorporados otros insumos y constituir materia prima de otro producto final. De esta manera representan un parte de otros productos final. De esta manera representan una parte de los productos o servicios; tal es el caso del hilo, la tela y los botones, que forman parte de una camisa u otras prendas de vestir. De capital. Se refiere principalmente a la maquinaria que servirá para producir equipos de proceso.

También se denominan equipos o máquinas para hacer otras máquinas. (Araujo, David, 2012).

Por su efecto

Además de identificar los bienes para el consumo de las personas y para la demanda de las empresas, los productos se pueden clasificar según los efectos que producen en el mercado.

Productos nuevos e innovadores. Se refiere a un artículo que por el momento no se encuentra en el mercado y que además ofrece en su estructura ciertas características novedosas y de mayor o diversa utilidad que el producto nacional.

Productos iguales. Al que será producido. Son los bienes con los que se competirá la producción del proyecto en un mismo mercado. Constituyen la oferta actual que tiene la demanda existente.

Productos similares, sustitutos y sucedáneos. Son similares aquellos que sin ser iguales tienen características semejantes, como un vaso y una taza; son sustitutos aquellos que aun sin ser iguales pueden sustituirse ocasionalmente, sobre todo un precio y calidad, como los refrescos gaseosos de sabores; son productos sucedáneos los que permiten cubrir algún sector de la demanda, pero con grado de satisfacción diferente. Por este motivo se les clasifica, a su vez, como sustitutos inferiores o superiores. Tal es el caso de sustituir tortillas por pan. (Araujo, David, 2012).

Densidad económica

Densidad económica de un producto es la relación que guardan su precio, su peso y la distancia que pudiera recorrer para su venta (precio-peso-distancia). Cuando el precio es alto y el peso bajo, el producto se puede desplazar a mayor distancia, por lo que se dice que tiene alta densidad económica. Las perlas y los diamantes son representativos de alta densidad económica. (Araujo, David, 2012).

Análisis de la demanda

La demanda debe entenderse como la cuantificación en dinero y en volumen de las necesidades reales y psicosociales de cierto producto o servicio de un mercado o población. Aquí conviene hacer una distinción del tipo de demanda que usualmente se presenta en un mercado: puede ser demanda potencial y demanda efectiva. (Araujo, David, 2012).

Demanda potencial y demanda efectiva

Algunas diferencias se pueden establecer cuando se cuantifica la demanda. Esto es tomado en cuenta que la necesidad que se pretende identificar es aquella que se deriva de compradores con poder suficiente para adquirir un determinado producto o servicio que satisfaga dicha necesidad. Lo anterior lleva a establecer la diferencia entre una demanda potencial y una demanda efectiva o real. La demanda potencial es un indicador muy valioso, solo que deberá complementarse con datos de la demanda real. Por ejemplo, la demanda potencial de leche es la cuantificación los requerimientos de la población infantil, para lo cual la leche es una necesidad evidente; pero también lo es la población adulta que la requiere, aunque en menor grado. No obstante, no toda la población cuenta con el nivel de ingresos suficientes para adquirir el producto lácteo; por lo tanto, la demanda real generalmente es menor que la potencial. (Araujo, David, 2012)

Clasificación de la demanda

La demanda de un producto puede tener origen en las necesidades del hombre, en la temporalidad, en su destino y en la estructura del mercado existente.

- Necesidades
- Temporalidad

- Destino
- Tipo de mercado. (Baca, 2010).

De acuerdo a las necesidades que satisface

Demanda de bienes socialmente básicos. La sociedad los requiere para su desarrollo y crecimiento de y se relacionan con los alimentos, salud, vestimenta, vivienda y otros rubros necesarios.

Demanda de bienes no necesarios. Se generan por necesidades psicosociales, es decir, se derivan de un requerimiento creado artificialmente, por gustos, preferencias o moda. Son conocidos como artículos de lujo o suntuarios. (Baca, Gabriel, 2012).

Demandantes actuales

El análisis los factores anteriores permite distorsionar la demanda actual existente en el mercado, es decir, identifica la existencia y ubicación geográfica de los posibles compradores del producto que se pretende introducir. Otros elementos que intervienen en esta cuantificación con los tipos de consumo del mercado, principalmente el consumo aparente y el consumo efectivo. En términos generales, una primera aproximación a la cuantía de la demanda se obtiene del consumo aparente (CA), mismo que se determina de la suma de la producción (P) y las importaciones (M), menos las exportaciones (X), en un lapso definitivo. (Baca, Gabriel, 2012).

Consumo aparente = producción + importaciones – exportaciones

CA= P+M-X

Cuando la información disponible permite cuantificar los inventarios tanto al inicio como al término del ciclo, el consumo aparente más el inventario inicial (II), menos el inventario final (IF) determinan el consumo efectivo (CE).

Consumo efectivo= consumo aparente + inventario inicial – inventario final

$CE = CA + II - IF$. (Baca, Gabriel, 2012).

Factores que afectan a la demanda

La demanda se ve influida por diversos factores que determinan su magnitud, incrementos, decrementos o tendencias. Con base en estos factores se puede establecer la potencialidad del mercado y la posible reacción de los demandantes. Es importante abordar estos factores, que además de permitir su dimensionamiento aportan elementos con los cuales se podrá realizar un análisis de sensibilidad o establecer los escenarios futuros que enfrentara la nueva unidad productora. Los factores que mayormente afectan a la demanda y deben analizarse, entre otros son:

- Tamaño y crecimiento de la población
- Hábitos de consumo
- Gustos y preferencias
- Ingresos y gastos
- Precios. (Baca, Gabriel, 2012).

Concepto de oferta

La oferta es el importante del volumen de bienes y servicios que los productores actuales colocan en el mercado para ser vendido, o sea, es la cuantificación de los productos, en unidades y dinero, que actualmente podrá aprobarse las empresas que constituyanla competencia están vendiendo en el mercado en estudio. La determinación de la oferta es importante para el proyecto, porque en función del dominio y control actual del mercado existente en poder de los competidores, el proyecto podrá aprobarse y con ello tener la oportunidad de participar con éxito o no en el mercado elegido. (Baca, Gabriel, 2012).

Clasificación de la oferta

Para su análisis la oferta de un mercado en función de su estructura se clasifica en:

- Oferta monopólica
- Oferta oligopólica
- Oferta competitiva. (Baca, Gabriel, 2012).

Oferta monopólica

Las características que definen la oferta monopólica son las siguientes:

- Existe un solo vendedor en el mercado; consecuentemente, tiene la opción de fijar los precios o de regular las cantidades ofertadas al mercado, así como sus condiciones de venta.
- No hay sustituto con la misma calidad que tiene el bien producido por el monopolio.
- Restricciones para entrar al mercado, como: monopolio de localización, monopolio natural. Por ejemplo: agua, materia prima y otros insumos.
- Economías de escala muy grande en la producción.
- Altos requerimientos de capital
- Impedimentos jurídicos, como patentes, leyes, licencias y reglamentos, entre otros. (Nacional, Manual de proyectos de inversión, 2012).

Oferta oligopólica

Existe cuando hay más de un productor en el mercado, pero en número reducido, de manera que la contribución de cada productor al total de tal magnitud que su

concurrentia es concretada en precio, cantidad y en general con las políticas que les permite el control del mercado y mayores utilidades. Los acuerdos más usuales entre los oligopolistas son:

- Fijación de precios, cantidades y restricciones.
- Fijación de cuotas para cada empresa, determinadas por la capacidad de producción, distribución geográfica del mercado y de otras variables comerciales. (Araujo, David, 2012).

Oferta competitiva

- Las empresas ofrecen un producto que es homogéneo o no diferenciado, de tal manera que a los compradores les es indiferente comprar los productos de cualquier empresa.
- Ausencia de restricciones para participar en el mercado
- Conocimiento general y detallado de las condiciones prevalecientes en el mercado.
- Existe un gran número de empresas y ninguna de ellas influyen individualmente en el precio o en las cantidades que van hacer ofertadas en el mercado. (Araujo, David, 2012)

Oferta actual

Los principales aspectos de la oferta actual que deben analizarse para conocer su tamaño son:

- Área del mercado
- Numero de oferentes

- Ubicación geográfica
- Volúmenes ofertados
- Capacidad de producción
- Capacidad utilizada
- Disponibilidad de materias primas
- Facilidades de restricciones para la producción. (Baca, Gabriel, 2012)

Factores que influyen la oferta

La producción ofertada que se pone a disposición de los demandantes se ve afectada por variables que también deben ser analizadas gradualmente, explicando la oferta histórica hasta llegar a concluir con la magnitud de la oferta actual y la información necesaria para proyectar la oferta futura. Cabe recordar que en el caso de los pequeños y medianos productores oferentes, el conocimiento de la oferta, y en especial del tipo de competencia existente en el mercado, es tanto o más importante que conocer y cuantificar la demanda. La razón para ello es que el proyecto deberá compartir el mercado junto a otros productores. (Baca, Gabriel, 2012).

Oferta externa

Se habla de oferta externa cuando parte de la totalidad del volumen de la oferta es atendida por la producción externa, vía importaciones. Es necesario cuantificar la oferta externa y analizar las condiciones concretas en que se den las importaciones. Con este estudio se podrá dimensionar una demanda insatisfecha que puede ser atendida por un nuevo proyecto de inversión. En el análisis de la oferta resulta de suma utilidad conocer bajo qué condiciones los productores venden sus producción; si lo hacen bajo contrato previo de abasto, como determinan su costo y cuáles son los mecanismos de comercialización más usuales. (Araujo, David, 2012).

Tamaño del mercado

Se entiende como tamaño del mercado la diferencia valorizada entre referentes y demandantes de un producto en un mercado determinado. La comparación de los datos obtenidos al dimensionar demanda y oferta permite determinar el tamaño actual y futuro del mercado. La información debe destacarse con claridad para evitar confusiones. (Araujo, David, 2012).

Servicio al cliente

Indica (Picazo, 2004). Servicio al cliente se refiere a las relaciones que se establecen entre el personal de la empresa y los clientes con los cuales trata directamente. Son relaciones principalmente de carácter personal que presentan los contactos de oportunidad.

Necesidades del cliente

Para (Toso, 2005). Poder servir al cliente, debemos conocer sus necesidades, como son la necesidad de ser comprendido, necesidad de ser bien recibido, necesidad de sentirse importante y necesidad de comodidad.

- **Necesidad de ser comprendido.**- Aquellos que eligen un servicio necesitan sentir que están comunicando en forma efectiva. Esto nos dice que se está interpretando en forma correcta los mensajes que envían las emociones y tratar de impedir una comprensión inadecuada del beneficio que puede tener nuestro cliente.
- **Necesidad de ser bien recibido.**- Ninguna persona que está trabajando con usted y se sienta como extraña, regresará. El cliente también necesita sentir que usted también se alegra de verlo y que es importante para usted.

- **Necesidad de sentirse importante.-** El ego y la autoestima son poderosas necesidades humanas. A todos nos gusta sentirnos importante, cualquier cosa que hagamos para hacer que el invitado se sienta especial, será un paso en la dirección correcta.
- **Necesidad de comodidad.-** Los clientes necesitan comodidad física: un lugar donde esperar, descansar, hablar o hacer negocios; también necesitan tener la seguridad de que se le atenderá de forma adecuada y la confianza en la que podremos satisfacer sus necesidades. Conocer las necesidades del cliente es parte fundamental de la empresa, debe, llevar acabo todos los puntos anteriores con el hecho de mejorar las necesidades reales que requiere el cliente, todo esto con el único fin de brindar un buen servicio y satisfacer al cliente.

Importancia de la calidad en el servicio al cliente

Para (Toso, 2005). Una de las formas principales para que la empresa se pueda distinguir, consiste en ofrecer calidad en el servicio, en forma consistente, la cual dará una fuerte ventaja competitiva, que conduce a un mejor desempeño de la productividad y en las utilidades de la organización. La calidad en el servicio juega un papel muy importante dentro de la empresa, porque no solo nos jugamos la venta hecha si no que la imagen y la confianza que deposito el cliente en el producto o servicio ; por consiguiente un cliente insatisfecho presenta una perdida para la empresa tanto en utilidad como en imagen.

Componentes de la calidad en el servicio al cliente

Indica (Toso, 2005). Los clientes califican la calidad de servicio por medio de los siguientes componentes:

- Confiabilidad
- Accesibilidad respuesta
- Seguridad
- Empatía
- Tangibilidad.

Calidad en el producto y calidad en el servicio

Para (Picazo, 2004). El concepto de calidad ha dado como resultado obtener productos de alta calidad y en ella se ha cifrado una nueva competencia en dos dimensiones:

- La calidad debe proporcionarse no en cuanto a lo que define la empresa, sino en función de la definición dada por el cliente.
- La calidad debe proporcionarse no solo en el producto, sino también en el servicio, y ambas debe comunicarse apropiadamente al cliente, además debe formar atributos de identidad corporativa.

Productividad

Para (Storne.A.F, 2004). La productividad se refiere al grado de aprovechamiento de los factores de producción por ello el estudio de la productividad está íntimamente relacionado con el estudio de los costes siendo ambos el único problema, el elevado protagonismo que tiene la productividad reside en su utilización como indicador para medir la salud económica de un país como la gestión empresarial.

Productividad y eficacia

Para (Kolpeman, 2006). Quizás la definición más ampliamente aceptada de la productividad sea la conceptualización del proceso físico, usada por muchos

economistas; productividad es la relación entre los productos y uno o más de los recursos usados en el proceso de producción. Concebida de manera amplia, la productividad es un concepto de sistemas; puede ampliarse a diversas entidades; que varían desde un individuo o una maquina hasta una compañía o industria, o una economía a nivel nacional.

Medición

Indica (García, 2008)La medición se determina en base a los recursos empresariales, como financieros, materiales y humanos, el cual permitirá mejorar la organización y así obtener un mejor crecimiento en el mercado.

Perspectiva de la productividad

Para (Kolpeman, 2006). La perspectiva de la productividad se enfoca en el eficiente manejo de cambios el cual se constituye en una fuerza empresarial para potencializar las habilidades en el entorno.

Productividad parcial

Declara (Bain, 2008). La productividad relaciona la producción u otro indicador de rendimiento con el consumo de un único factor durante un periodo de tiempo dado. El factor más utilizado es el trabajo y como unidad de medida se suele tomar el número de horas trabajadas o el número de trabajadores el trabajo es el más homogéneo y por tanto el más fácil de medir.

Productividad una perspectiva general

Para (Kolpeman, 2006). Productividad es la relación entre los productos y uno o más de los recursos usados en el proceso de producción. Concebida de manera amplia, la productividad es un concepto de sistemas; puede aplicarse a diversas entidades, que varían desde un individuo o una maquina hasta una compañía, industria o una economía a nivel nacional. La productividad de un proceso físico, regularmente expresada como una proporción reflejada cuan eficientemente se usa los recursos para generar resultados. Aunque son más comunes las medidas parciales de la productividad, es importante reconocer que la productividad es afectada por muchos factores como la cantidad y la complejidad técnica de los equipos o bienes de capital, la calidad y la disponibilidad de las materias primas, el volumen de las operaciones, la habilidad, la motivación y las actitudes de los empleados, el flujo de trabajo en las organizaciones y la competencia gerencial.

Factores Que Influyen En La Productividad

Para (Yantorno, 2011). Cuatro factores principales han intervenido en el descenso de la tasa de crecimiento en la productividad:

- 1.- Disminución de la intensidad de capital
- 2.-Disminucion en las inversiones en investigación y desarrollo
- 3.- los cambios en la composición de la fuerza laboral y en la economía
- 4.- los cambios en las actitudes y valores sociales.

Cambios en la composición de la fuerza laboral y la economía.

Declara (Yantorno, 2011). Un factor importante que atribuye al declinante crecimiento de la productividad han sido los efectos combinados de los cambios en la composición de la fuerza laboral.

- La fuerza laboral- las cambiantes características demográficas de la fuerza laboral (en particular la edad y el sexo) contribuyeron en forma importante en el descenso de la productividad.
- La economía.- La tendencia en la productividad general del sector privado refleja tanto los cambios en la productividad de los sectores componentes y las modificaciones y desplazamientos en los tamaños relativos de estos sectores.
- Cambios en las actitudes y los valores sociales.- durante la pasada década ha habido cambios acelerados en las actitudes y los valores sociales.
- La ética del trabajo.- Datos de diferentes fuentes constatan un descenso de la ética de trabajo entre gran número de trabajadores.

Productividad parcial

Para (Bain, 2008). La productividad relaciona la producción u otro indicador de rendimiento con el consumo de un único factor durante un periodo de tiempo dado. El factor más utilizado es el trabajo y como unidad de medida se suele tomar el número de horas trabajadas o el número de trabajadores el trabajo es el más homogéneo y por tanto el más fácil de medir.

Productividad una perspectiva general

Declara (Kolpeman, 2006). Productividad es la relación entre los productos y uno o más de los recursos usados en el proceso de producción. Concebida de manera amplia, la productividad es un concepto de sistemas; puede aplicarse a diversas entidades, que varían desde un individuo o una maquina hasta una compañía, industria o una economía a nivel nacional. La productividad de un proceso físico, regularmente expresada como una proporción reflejada cuan eficientemente se usa los recursos para generar resultados. Aunque son más comunes las medidas parciales de la productividad, es importante reconocer que la productividad es afectada por

muchos factores como la cantidad y la complejidad técnica de los equipos o bienes de capital, la calidad y la disponibilidad de las materias primas, el volumen de las operaciones, la habilidad, la motivación y las actitudes de los empleados, el flujo de trabajo en las organizaciones y la competencia gerencial.

Factores Que Influyen En La Productividad

Indica (Yantorno, 2011). Cuatro factores principales han intervenido en el descenso de la tasa de crecimiento en la productividad:

- 1.- Disminución de la intensidad de capital
- 2.-Disminucion en las inversiones en investigación y desarrollo
- 3.- los cambios en la composición de la fuerza laboral y en la economía
- 4.- los cambios en las actitudes y valores sociales.

Determinantes De La Productividad

Para (Bain, 2008). Los determinantes de la productividad en las organizaciones se basan en las ciencias de la conducta como los siguientes:

- **El Entorno.-** La mayoría de las variables son en gran medida incontrolables para una organización determinada; por esta razón, estas variables se consideran como pertenecientes al medio o entorno. Las condiciones ambientales pueden afectar uno o varios de los determinantes controlables (en alguna medida) de la productividad de la organización características de la organización, del trabajo e individuales.
- **Características organizacionales.-** la lógica y una evidencia abundante indican que numerosas características prácticas organizacionales influyen a los individuos, su conducta en el trabajo, su desempeño laboral y la efectividad de la organización.

Aunque por otro lado, no todas las prácticas organizacionales son iguales en sus efectos, las prácticas y sus pretendidos efectos son los siguientes:

- Los sistemas de premios para mejorar la motivación y el desempeño en el trabajo.
- Los programas de establecimiento de metas para elevar la motivación de los trabajadores y estimular el desempeño.
- Los programas de administración por objetivos para clarificar y hacer más congruentes los objetivos individuales y de la organización, mejorando con ellos la planificación del trabajo y la motivación en las tareas concretas.
- Los procedimientos de selección de diversas clases para aumentar la probabilidades contratar individuos cuyas actitudes, conocimientos, habilidades y destrezas les permitan cumplir de una manera con las metas de la organización.
- Los programas de capacitación y desarrollo para aumentar el conocimiento y las destrezas de los empleados de manera que puedan funcionar de una manera muy efectiva.

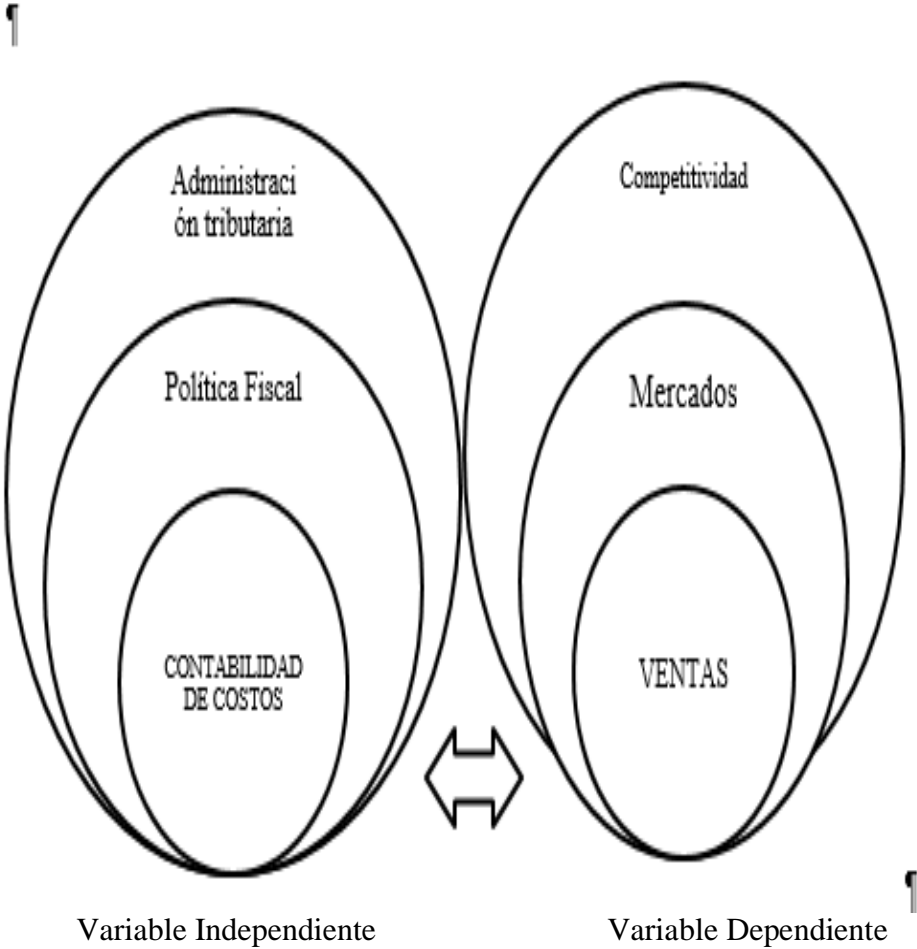
➤ **Características laborables.-** otro factor, en gran medida controlable por la administración y relativo a la productividad en las organizaciones, es la naturaleza del trabajo desarrollado. Las características relevantes del trabajo incluyen la variedad de tareas, el significado, la identidad, la autonomía y la retroalimentación.

Adicionalmente, en relación con profesionales técnicos, resultan características altamente relevantes del trabajo la presión del tiempo, el reto que el trabajo represente y la frecuencia del cambio en las asignaciones técnicas. Diversas prácticas gerenciales que tienen un impacto en las características del trabajo son:

- Retroalimentación del rendimiento para motivar e instruir a empleados.
 - Programas de diseño de trabajos concretos para elevar la motivación y las destrezas a través del enriquecimiento del trabajo concreto o mejorar la habilidad específica para esa tarea por simplificación
 - Programas alternativos de trabajo, tales como los horarios flexibles de trabajo o la semana de trabajo comprimida, para aumentar la autonomía del empleado, disminuir el conflicto entre trabajo y familia, así como mejorar la motivación y el desempeño.
- **Características individuales.-** Aunque las características organizacionales y del trabajo son tratadas a menudo como variables casuales, la cuarta causa determinante de la productividad en las organizacionales las características individuales, es considerada con frecuencia como una variable que interviene en la red de la casualidad. Esto es, que las practicas organizacionales y las características del trabajo se conviertan en resultados finales observables a través de sus efectos sobre los atributos individuales no observables, tales como las creencias, los valores, las actitudes, conocimiento, metas e intervenciones.

2.4.2. Gráficos de inclusión interrelacionados

- Gráfico N° 03.- Superordinación conceptual



- **Subordinación conceptual**

Gráfico N° 04.- Variable independiente: Contabilidad de costos

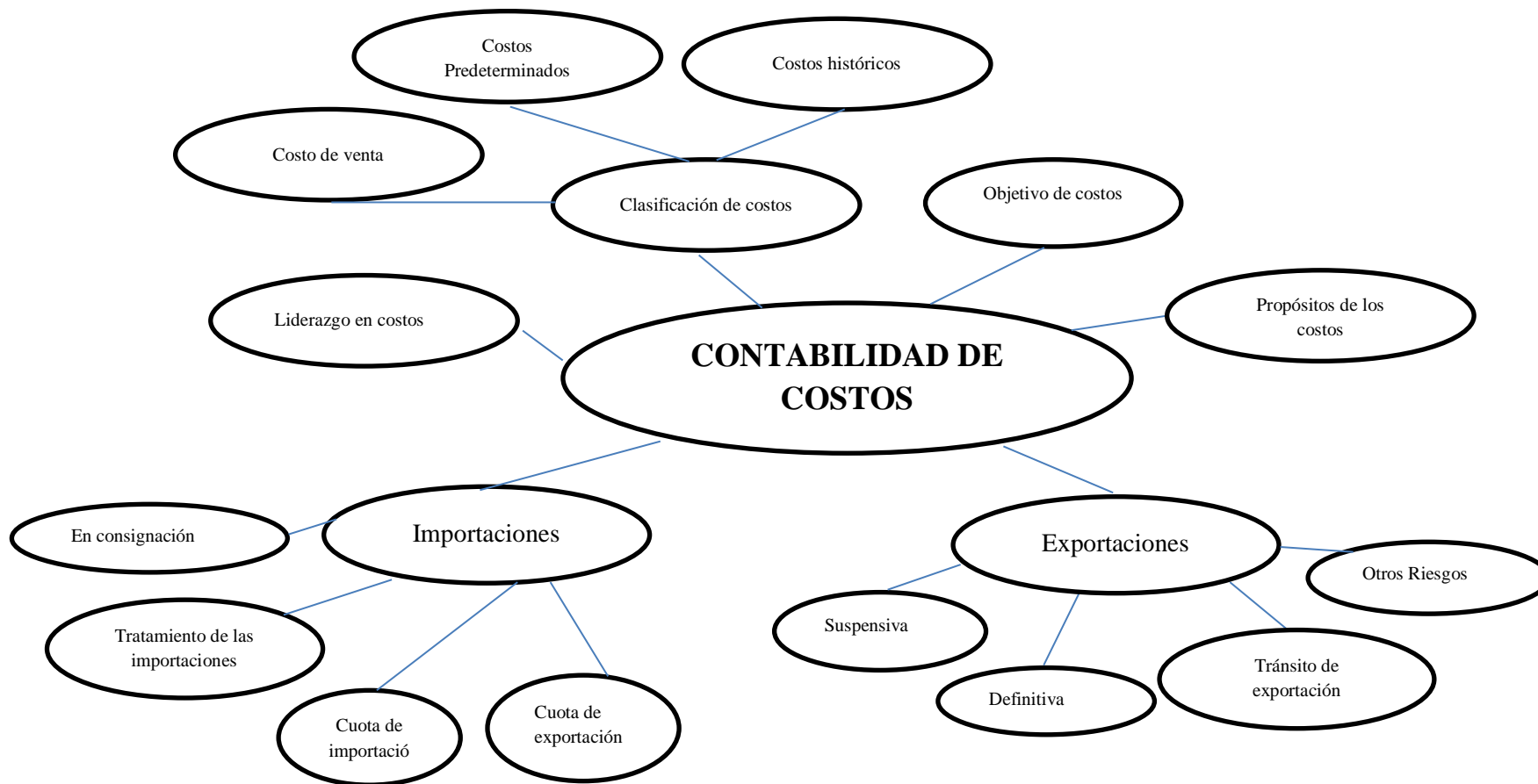
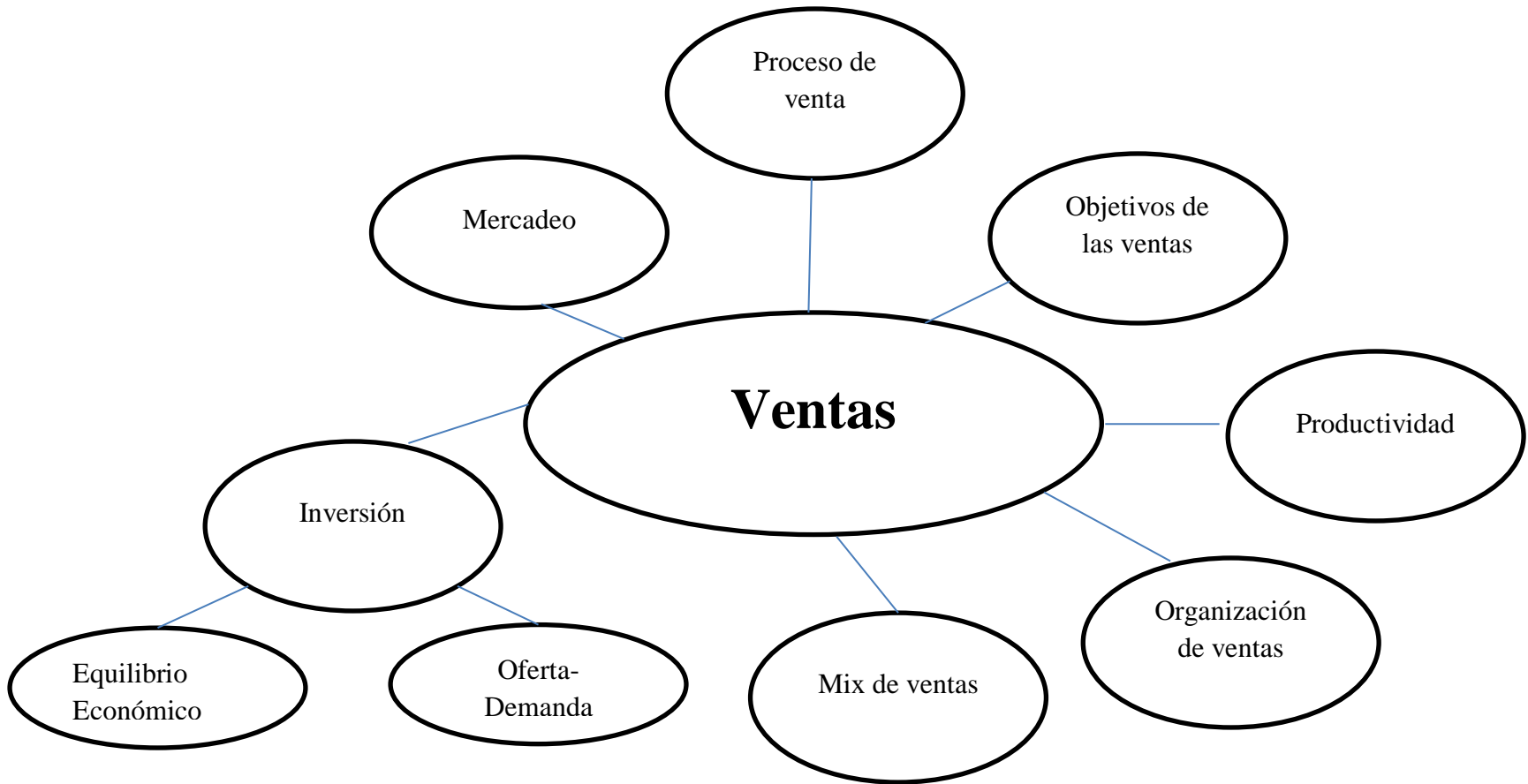


Gráfico N° 05.- Variable dependiente: Ventas



2.5. HIPOTESIS

La estructura de un proyecto de inversión permitirá minimizar el impacto de los altos costos de las llantas para así potencializar las ventas en IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato.

2.6. SEÑALAMIENTO VARIABLE DE LAHIPOTESIS

- **Variable independiente:** Contabilidad de costos
- **Variable dependiente:** Ventas
- **Unidad de observación:** IMPORTADORA POSSO.
- **Términos de relación:** Potencializar

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Enfoque

La presente investigación es predominantemente cuantitativa, porque los objetivos de la investigación y el proceso de seguir son conocidos solo por el encuestador y se aplicaron instrumentos de investigación como la encuesta; con la finalidad de llegar a tener un juicio de valor respecto a la factibilidad del proyecto.

3.2. MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

3.2.1. Investigación de campo

Para (Valderrama, 2010). Es un modelo general, en el cual se acude al lugar de los hechos para conocer las causas del problema.

En este contexto se acudió al sistema comercial para conocer cuáles son los factores que conllevan a los altos costo y la limitación de la producción nacional.

3.1.2. Investigación bibliográfica-documental

Indica (Hernández, R, 2012). La revisión de la literatura implica destacar, consultar y obtener la bibliografía (referencia) y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro problema de investigación. Pág. 53.

En la presente investigación se manejaran diferentes tipos de documentos en su más amplia aceptación, donde se indagara, interpretación y se presentara datos e

información métodos e instrumentos con la finalidad de obtener los resultados más óptimos y viables para este proyecto de investigación.

3.3. NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1. Investigación descriptiva

Para (Valderrama, 2010). Con frecuencia, la meta del investigador consiste en describir fenómenos, situaciones contextos y eventos, esto es, detallar como son y se manifiestan. Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos comunidades, procesos objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis.

Se describe las causas de los efectos negativos del cambio y adopción de las salvaguardias en el sector productivo y comercial. Además, se optó por esta investigación ya que se examinó todo lo relacionado con el problema objetivo de estudio, lo cual se logra una idea general que oriente a formular adecuadamente la hipótesis.

3.3.2. Investigación asociación de variables (correlacional)

Para (Muñoz, 2011). Este tipo de estudio tiene como finalidad conocer la relación o grado de asociación que exista entre dos o más conceptos, categorías o variables en un contexto en particular. Pag.81

De tal manera que se establece la relación de la variable independiente: contabilidad de costos y la variable dependiente: ventas.

3.3.3. Investigación exploratoria

Para (Hernández, R, 2012). Estudio exploratorio se realizan cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tiene muchas dudas o no se ha abordado antes. Es decir cuando la revisión de la literatura revelo que tan solo hay guías no investigadas e ideas vagantes relacionadas con el problema de estudio o bien si deseamos indagar sobre temas y áreas desde nuevas perspectivas.

Este tipo de investigación nos permite abordar el tema de fondo como son los altos costos durante el presente año de manera más amplio y relacionar directamente con la producción nacional y su incidencia en las ventas, además permite conocer los factores que afectan y ayudan a la competitividad del producto nacional.

3.4 Población y muestra

3.4.1 Población

Para (Valderrama, 2010). “El universo poblacional es el conjunto de individuos y objetos de los que se desean conocer algo en una investigación”. pág. 163

El proyecto de investigación a realizarse dispondrá de información veraz obtenida en el lugar mismo de la investigación y cuyo fin es de obtener la comprobación de la hipótesis, la misma que no será objeto, será tomada del departamento de contabilidad, ventas, empleados y por parte de la gerencia de la empresa, los mismos que son una población pequeña la cual permitirá establecer una muestra relevante, para el efecto se trabajará con toda la población.

3.4.2. Muestra

Para (Hernández, R, 2012). “la muestra se constituye en una parte de la población de estudio en el cual se presenta el problema”.

De tal manera que la muestra es probabilística de tipo regulado, en el presente proyecto no se procederá al cálculo de la misma; puesto que se trabajara con toda la población que son de 8 personas las mismas que son las interesadas y por ende manejan la información relevante para dicho proyecto.

3.5. Operacionalización de las variables.

Tabla N° 03.- 3.5.1. Operacionalización de la variable independiente: Contabilidad de costos

Conceptualización	Categorización	Indicadores	Ítems	Técnicas
<p>Contabilidad de costos El termino real hace referencia a salida de efectivo (desembolso), por lo que su aplicación afectara al estado de pérdidas y ganancias y flujo de caja; por otro lado, costos contables son aquellos que no implican desembolso, son afectaciones al estado de pérdidas y ganancias por el uso físico, en el caso de activos fijos o del derecho de uso, para los activos diferidos.</p>	<p>Liderazgo en costos</p> <p>Afectación</p>	<p>Utilidad - Rentabilidad</p> <p>Tributos</p>	<p>1.- ¿Considera que la generación de las salvaguardias ha incrementado la demanda de producto nacional (llantas)?</p> <p>2.- ¿Considera usd que los nuevos aranceles impuestos a los productos importados, le da una ventaja competitiva a la producción nacional (llantas)?</p> <p>3.- ¿Cómo se genera una afectación positiva de las salvaguardias implementadas?</p> <p>4.- ¿Los costos de importación de llantas conllevan a?</p> <p>5.- ¿Al generar inversión interna se establece una política de costos competitiva?</p>	<p>Formulario de encuestas direccionado a nuestros clientes.</p> <p>Ficha de observación para el análisis de los EEFF 2013,2014.</p>

Tabla N° 04.- 3.5.2. Operacionalización de la variable dependiente: Ventas

Conceptualización	Categorización	Indicadores	Ítems	Técnicas
<p>Ventas</p> <p>Son una parte de la comercialización, pueden considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual el vendedor pretende influir en el comprador. La venta se radica en el interior de la empresa en donde se enfatiza el producto y/o servicios para así establecer la manera de venderlo, sin tomar en cuenta las necesidades del cliente</p>	<p>Reclutamiento de personal</p> <p>Producto o servicio</p> <p>Necesidad del cliente</p>	<p>Procesos</p> <p>Oferta</p> <p>Demanda</p> <p>Satisfacción</p>	<p>6.- ¿Considera que las ventas de productos nacionales (llantas) están ganando mercado?</p> <p>7.- ¿Cree usted que la colocación de productos nacionales (llantas) dependen de?</p> <p>8.- ¿Cómo califica la oferta de productos nacionales (llantas)?</p> <p>9.- ¿Considera que la colocación de los productos nacionales (llantas) satisface requerimientos internos?</p> <p>10.¿Estaría de acuerdo en consumir productos nacionales (llantas) de excelente calidad y así ayudar a la reactivación económica del país?</p>	<p>Formulario de encuestas direccionado a nuestros clientes.</p> <p>Ficha de observación para el análisis de los EEFF 2013,2014.</p>

3.6. Recolección de información

Metodológicamente según Luis Herrera (2010:114) en su trabajo indica,

“Para la construcción de la información se opera en dos fases:

- Plan para la recolección de información
- Plan para el procesamiento de información

El plan de recolección de información contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, para la captura de información primaria y secundaria.

3.6.1. Plan para la recolección de información

Para (Hernández, R, 2012). En el plan de recolección de información se determina que, la técnica viene a ser un conjunto de mecanismos, medios y sistemas de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar, y transmitir los datos .pag 191.

El trabajo de investigación obtendrá información básica y relevante del departamento contable y ventas el mismo que será facultado en la preparación y presentación razonable de la información financiera de la empresa.

Encuesta es una herramienta que cuando es elaborada, diseñada y aplicada científicamente y rigurosamente permite obtener información relevante sobre que esta pasando con la población. Las encuestas equivalen a una entrevista con el electorado donde podemos aprender que cosa esta pensando la opinión pública y como van evolucionando dichas opiniones. Una encuesta es para los cuentistas

sociales el equivalente a lo que una radiografiar o examen de sangra es para los médicos. Bien utilizada, puede entregar información muy importante para saber lo que pasa en la sociedad.

En la presente investigación esta técnica se utilizó para obtener información tanto de empleados del área administrativa como a los empleados responsables del manejo de compras e importaciones de llantas, con la única finalidad de levantar información relevante que contribuya a establecer el impacto de los procedimientos y método a utilizar para una correcta inversión en llantas nacionales.

Es de vital importancia aplicar una encuesta a los empleados pues son ellos quienes está palpado directamente la realidad del lugar de trabajo y como está afectando la problemática de las salvaguardas de importación de llantas.

TABLA N° 05.- : Procedimiento de recolección de información

TÉCNICA	PROCEDIMIENTO	RESPUESTAS
Encuesta	¿Cómo?	Se realizará mediante el método científico.
	¿Dónde?	Se aplicara en las instalaciones de Importadora Posso
	¿Cuándo?	En la segunda semana del mes de agosto

3.7. Procesamiento y análisis

3.7.1. Plan de procesamiento de información

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa, contradictoria, incompleta, no pertinente, entre otras.
- Repetición de la recolección; en ciertos casos individuales, para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis: manejo de información, estudio estadístico de datos para la presentación de resultados.

3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados

- Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- Interpretación de resultados, con el apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente
- Comprobación de hipótesis. Todo este proceso se lo analiza mediante resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis, ya que una vez que se recoja todos los datos en la empresa, se procedió a realizar el análisis e interpretación de los mismos, que fue para identificar las tendencias y poder conocer los resultados, utilizando el estadígrafo chi cuadrado.
- Establecimiento de conclusiones y recomendaciones, explicación del procedimiento de obtención de las conclusiones y recomendaciones. Las conclusiones se derivan de la ejecución y cumplimiento de los objetivos específicos de la investigación. Las recomendaciones se derivan de las conclusiones establecidas. Además de las conclusiones y recomendaciones derivadas de los objetivos específicos, si pueden establecerse más conclusiones y recomendaciones propias de la investigación.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1 Análisis

Pregunta N° 01.- ¿Considera que los altos costos de importación por nuevos aranceles ha incrementado la demanda de producto nacional (llantas)?

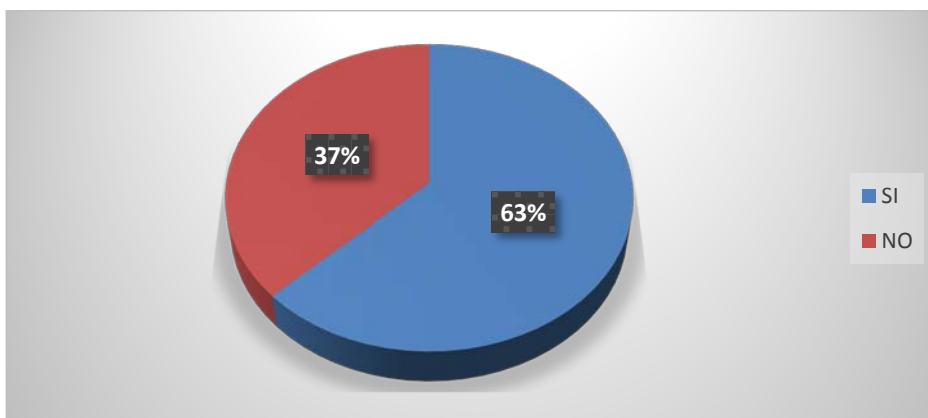
Tabla N° 06- Generación de nuevos aranceles

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	250	63%
NO	148	37%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Gráfico N° 06.- Generación de nuevos aranceles



Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Análisis e interpretación:

El 37% de las personas encuestadas indican que si, mientras tanto el 63% manifiesta que no, que la generación de las salvaguardias ha incrementado la demanda de producto nacional (llantas).

Del total de los encuestados, la mayoría indican que la implementación de salvaguardias si fortalece la economía, debido a que se genera un incentivo interno, lo cual permite generar inversión interna, de tal manera que el desenvolvimeinto económico reflejado en el estado de resultados ha sido limitado afectando a su participcion en el sector comercial.

Pregunta N° 02.- ¿Considera usted que los nuevos aranceles impuestos a los productos importados, le da una ventaja competitiva a la producción nacional (llantas)?

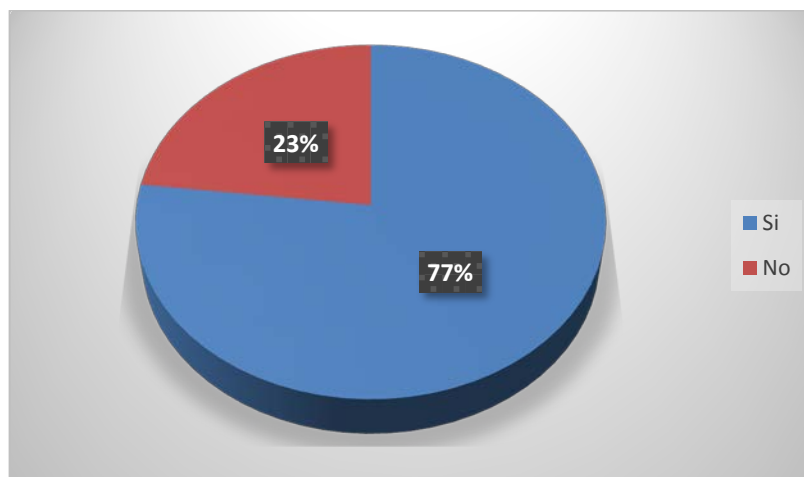
Tabla N° 07.- Ventaja competitiva-Producción nacional

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	306	77%
No	92	23%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Gráfico N° 07.- Cambios fiscales



Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Análisis e interpretación:

Según un 77% de los encuestados, indican que si es una ventaja los aranceles para el consumo interno, el restante 23% indica que no lo es.

Para la mayoría de los encuestados, la producción nacional si fortalece la economía ya que se genera la demanda interna de bienes y productos que promuevan las finanzas y por tanto se podrá establecer un mejor ciclo productivo, por tanto la generación de nuevos impuestos ha incrementado los costos operativos en el manejo financiero de la empresa.

Pregunta N° 03.- ¿Cómo se genera una afectación positiva de las salvaguardias implementadas?

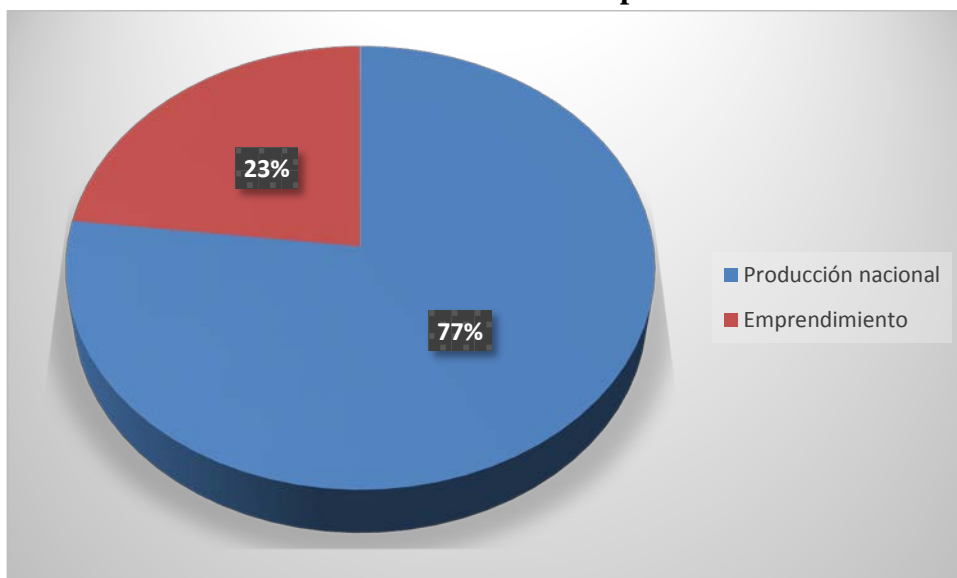
Tabla N° 08.- Afectación positiva

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Producción nacional	306	77%
Emprendimiento	92	23%
TOTAL	398	100 %

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Gráfico N° 08.- Afectación positiva



Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Análisis e interpretación:

Para el 77% de los encuestados manifiestan que la afectación positiva es la producción nacional, en tanto que el 23% indica que emprendimiento.

Declaran la mayoría de los encuestados que la composición de los impuestos ayudan a generar un mejor desarrollo de la economía y por ende se generan fuentes de empleo que dinamicen la calidad de vida. En el contexto financiero la generación de las salvaguardias permitirá el aumento de ingresos reflejado en las ventas que se efectúan a nivel local.

Pregunta N° 04.- ¿Los costos de importación de llantas conllevan a? :

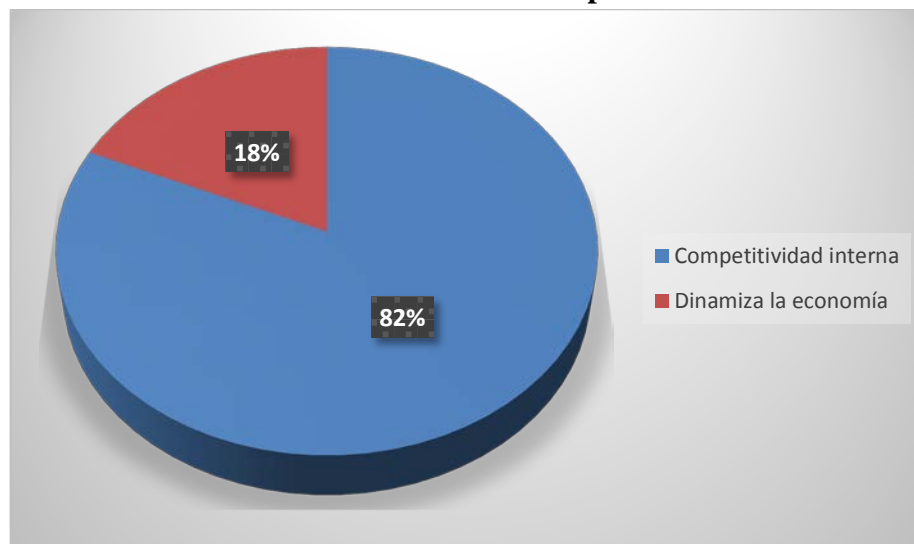
Tabla N° 09.- Costos de importación

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Competitividad interna	325	82%
Dinamiza la economía	73	18%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Gráfico N° 09.- Costos de importación



Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Análisis e interpretación:

Un 82% de los encuestados indicaron que los costos de importación de llantas conllevan a competitividad interna, el 18% declara que dinamizar la economía

Indican la mayoría de los encuestados que los costos de importación han llevado a una competitividad interna la misma que permitirá establecer mayor inversión dinamizando el consumo interno y promoviendo la productividad. De esta manera la generación de los costos de importación en terminos de incremento peromueve la dinamización empresarial, la misma que se expresará en el emjorameitnod e la rentabilidad.

Pregunta N° 05.- ¿Al generar inversión interna se establece una política de costos competitiva?

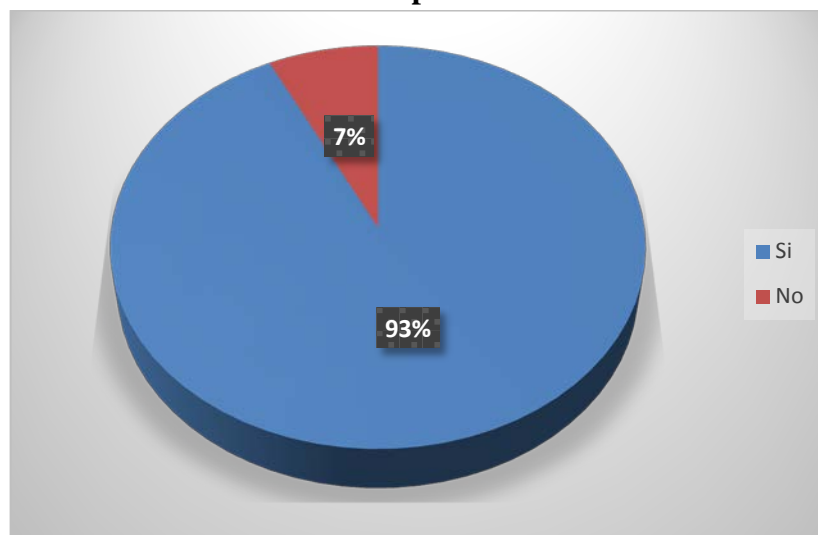
Tabla N° 10.- Política de costos

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	369	93%
No	29	7%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Gráfico N° 10.- política de costos



Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Análisis e interpretación:

El 93% de los encuestados declaran que al generar inversión interna si se establece una política de costos competitiva, el 7% restante declara que no.

Para un grupo mayoritario una adecuada política de costos permitirá mejorar recaudación de impuestos lo que se direccionará al establecimiento de acciones de obras públicas determinando el mejoramiento de calidad de vida. Entocnes la gneración de una nueva inversión da lugar a una potliotica de reduccion de costos como parte de una gestión financiera y administrativa competitiva.

Pregunta N° 06.- ¿Considera que las ventas de productos nacionales (llantas) están ganando mercado?

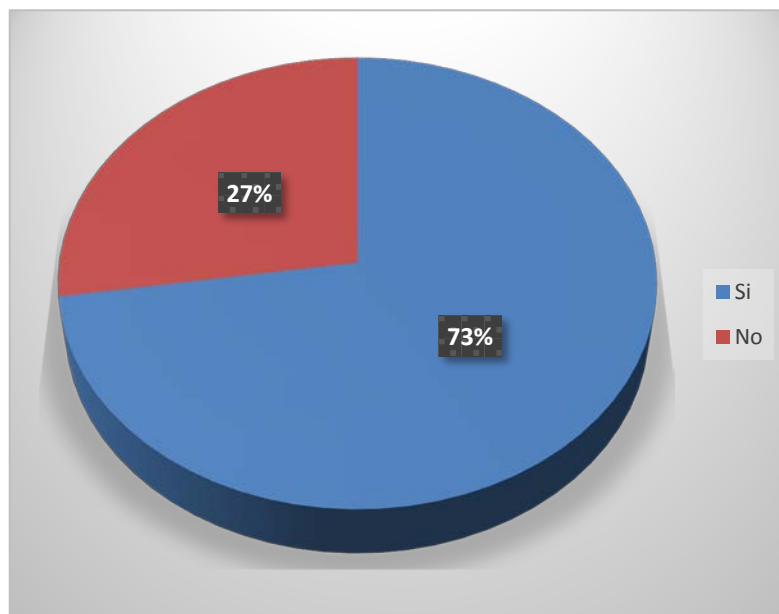
Tabla N° 11.- Ventas de producto nacional

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	289	73%
No	109	27%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Gráfico N° 11.- Ventas de producto nacional



Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Análisis e interpretación:

Se revela en la encuesta que el 73% manifiesta que las ventas de productos nacionales (llantas) si están ganando mercado, en tanto que el 27% declara que no.

Para la mayoría de las personas encuestadas, el nivel de producción es baja, debido a que no existen incentivos al proceso productivo interno. De tal manera

que el cambio de política fiscal permitió el incremento de las ventas del producto nacional, lo cual conlleva compromiso empresarial para su sostenibilidad.

Pregunta N° 07.- ¿Cree usted que la colocación de productos nacionales (llantas) dependen de?

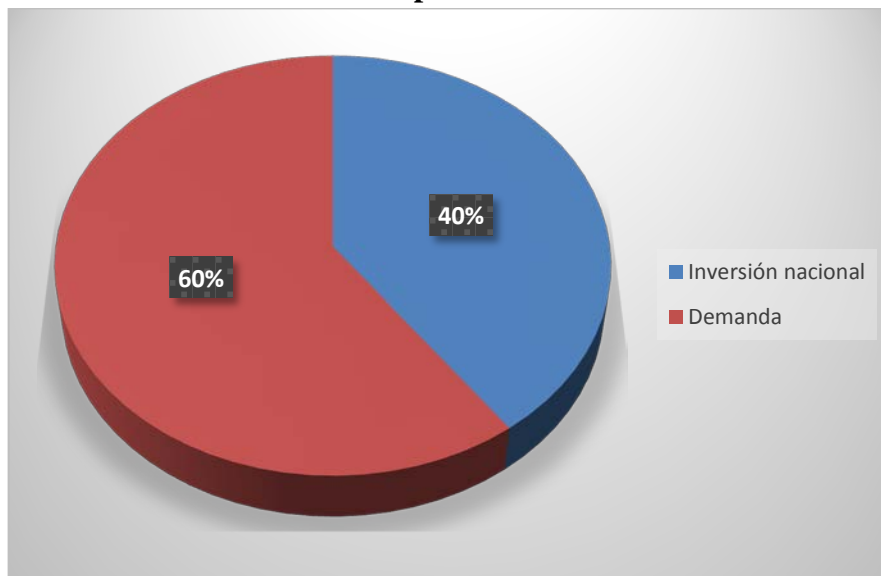
Tabla N° 12.- Colocación de productos nacionales en el mercado

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Inversión nacional	159	40%
Demanda	239	60%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Gráfico N° 12.- Colocación de productos nacionales en el mercado



Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Análisis e interpretación:

El 40% de los encuestados manifiestan que la colocación de productos nacionales (llantas) dependen de inversión nacional, el 60% declara que de la demanda.

Declaran la mayoría de los encuestados que la generación de salvaguardias si promueve el consumo interno, debido a que se limita el consumo de productos externos generando una limitación de la demanda. La inversión entonces para colocar un producto nacional peromovera un emprendimiento financiero el cual permita acceder a ventas y utilidades debidamente integradas.

Pregunta N° 08.- ¿Cómo califica la oferta de productos nacionales (llantas)?

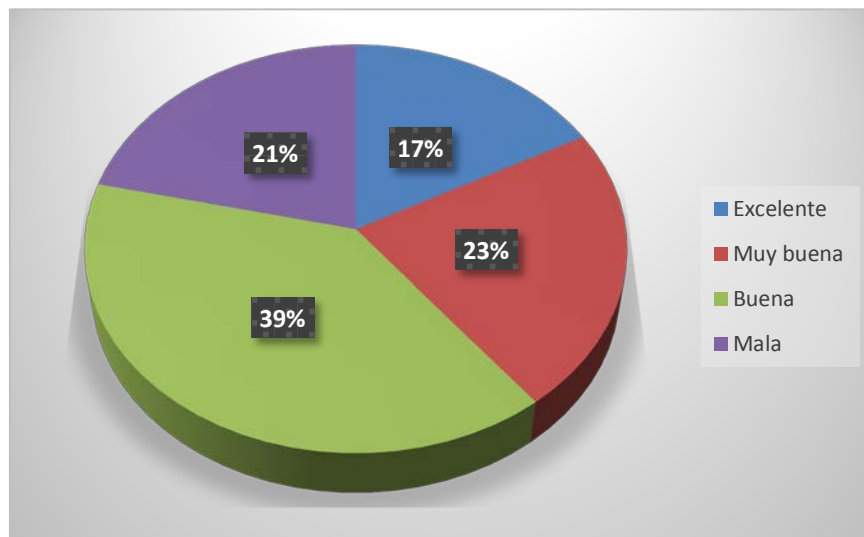
Tabla N° 13.- Oferta de productos nacionales

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Excelente	68	17%
Muy buena	89	22%
Buena	156	39%
Mala	85	21%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Gráfico N° 13.- Oferta de productos nacionales



Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Análisis e interpretación:

Indica el 17% de los encuestados que la oferta de productos nacionales (llantas) es excelente, el 22% indica que muy buena, el 39% buena y el 21 restante buena.

Para la mayoría de los encuestados la producción se incrementa con la actual política fiscal en las actividades de la demanda es decir se busca productos internos, los mismos que deben ser mejorados permanentemente. De tal manea que en als cuentas del esatdod e resultados se debe dar énfasis a una gestión comercial que incremente la demanda del producto.

Pregunta N° 09.-¿Considera que la colocación de los productos nacionales (llantas) satisface requerimientos internos?

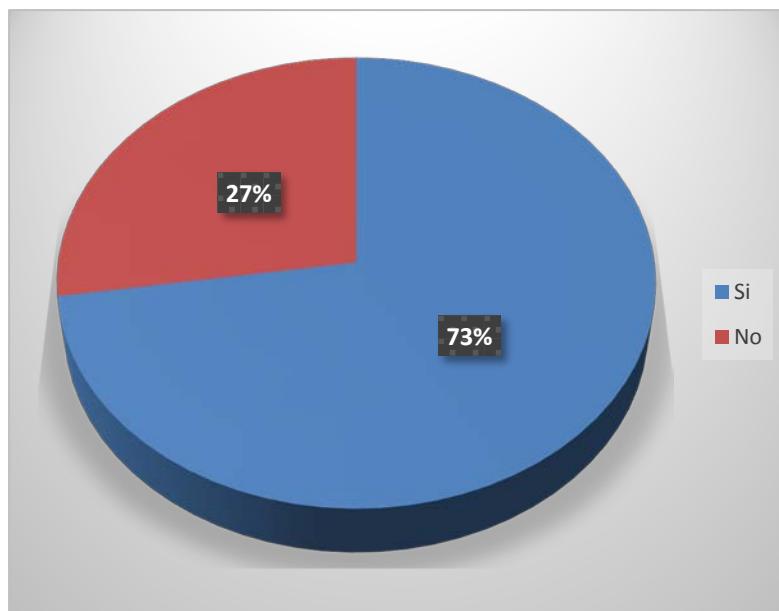
Tabla N° 14.- Satisfacción de clientes

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	289	73%
No	109	27%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Gráfico N° 14.- Satisfacción de clientes



Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Análisis e interpretación:

La recolección de la información indica que el 73% manifiesta que la colocación de los productos nacionales (llantas) si satisface requerimientos interno, el 27% declara que no.

Declaran que si se debe mejorar el proceso de comunicación de la medida de las salvaguardias, de manera que su integración en la mente del consumidor sea de compromiso con el estado. Debido al cambio de políticas estatales la nueva inversión y el empresndimeitno debe enfocarse a la dinamización del consumo interno, el mismo que se esperasara en el incremento de ventas.

Pregunta N° 10.- ¿Estaría de acuerdo en consumir productos nacionales (llantas) de excelente calidad y así ayudar a la reactivación económica del país?

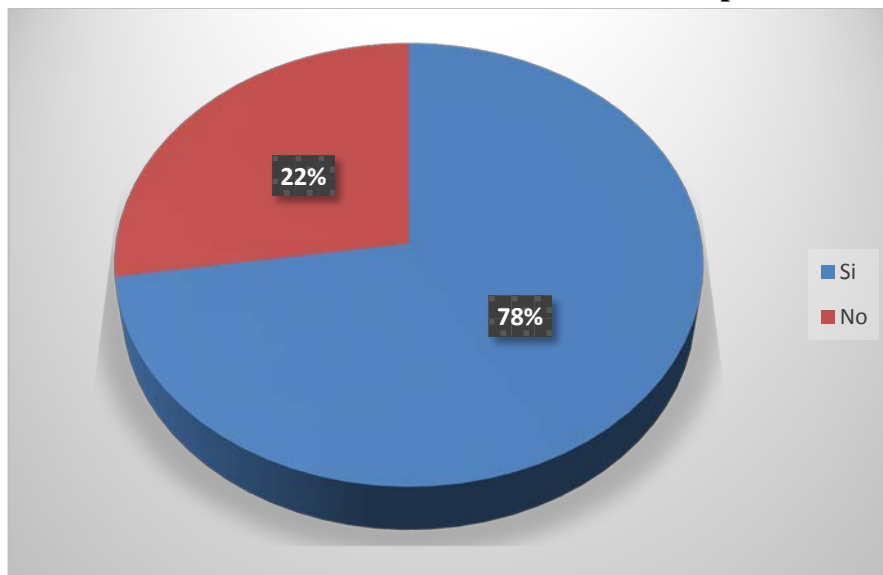
Tabla N° 15.- Reactivación económica del país

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	312	78%
No	86	22%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Gráfico N° 15.- Reactivación económica del país.



Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

Análisis e interpretación:

Se determina en las encuestas que el 78% de las personas encuestadas declaran que si estaría de acuerdo en consumir productos nacionales (llantas) de excelente

calidad y así ayudar a la reactivación económica del país, solo el 22% manifiesta que no.

Manifiesta la mayoría de los encuetados, que la adopción de las salvaguardias permitirá mejor inversión interna potencializando la productividad y el compromiso social. Por tanto el generar un nuevo pland e inversión enfocado ala colcoacion de los productos nacionales promoverá no solo la minimizacionde cosoto de ventas y gastos, sino un alto perfil de ingresos.

4.3 Verificación de la hipótesis

En el proceso de la investigación se estableció la comprobación con el estadígrafo ch-cuadrado para generar la relación de variables, para lo cual se han elegido dos preguntas:

Combinación de variables.

Pregunta N° 01.- ¿ Considera que los altos costos de importación por nuevos aranceles ha incrementado la demanda de producto nacional (llantas)?

Tabla N° 06- **Generación de nuevos aranceles**

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
SI	250	63%
NO	148	37%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta
Elaborado por: Diana Aguaguña

Pregunta N° 06.-¿ Considera que las ventas de productos nacionales (llantas) están ganando mercado?

Tabla N° 14- **Ventas- Producto nacional**

OPCIONES	FRECUENCIA ABSOLUTA	FRECUENCIA RELATIVA
Si	289	73%
No	109	27%
TOTAL	398	100%

Fuente: La encuesta
 Elaborado por: Diana Aguaguña

En este contexto se genera las hipótesis:

HO= La estructura de un proyecto de inversión no permitirá minimizar el impacto de los altos costos en las llantas para potencializar la producción nacional en IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato.

H1= La estructura de un proyecto de inversión si permitirá minimizar el impacto de los altos costos de llantas para potencializar la producción nacional en IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato.

Tabla N° 16.- grados de libertad

Grados de Libertad				
$gl = (f - 1) (c - 1)$				
gl =	Filas	2	$(2 - 1) =$	1
	Columnas	2	$(2-1) =$	1
	1	*	1	
gl =	1			

Fuente: La encuesta
 Elaborado por: Diana Aguaguña

Con la regla de decisión establecida se procede a generar la tabla de contingencia de verificación

Tabla N° 17.- Tabla de contingencia

Tabla de Contingencia					
Preguntas	O	E	O -E	(O-E)²	(O-E)²/E
Contabilidad de costo	250	269,50	-19,50	380,25	3,00
	148	128,50	19,50	380,25	0,00
Ventas	289	269,50	19,50	380,25	0,93
	109	128,50	-19,50	380,25	0,00
Total	796	796,00			3,93

Fuente: La encuesta

Elaborado por: Diana Aguaguña

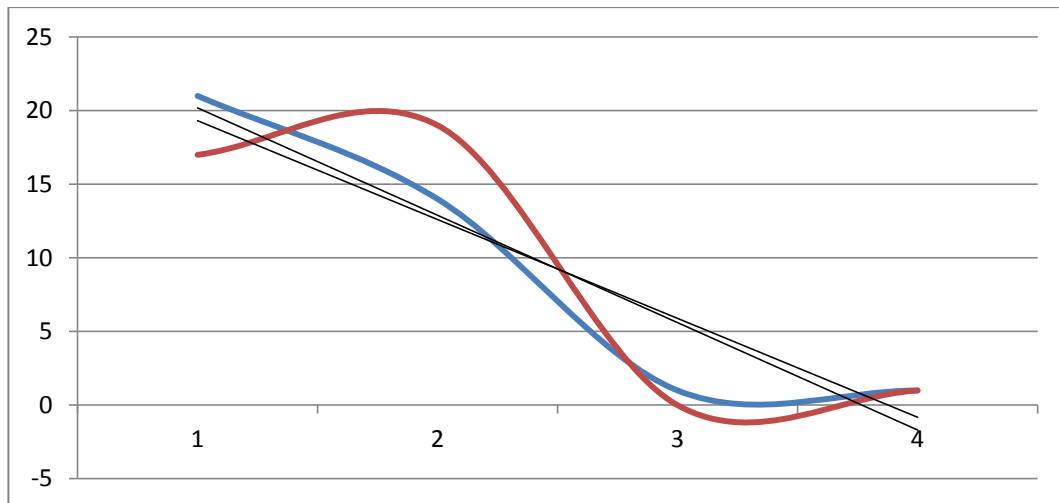
Tabla N° 18.- Decisión

Decisión	
H₁ =	Si = $\Sigma X^2 \geq 3,84$
H₀ =	No = $\Sigma X^2 < 3,84$
H₁ =	Si = $3,93 \geq 3,84$

Conclusión

Establecido el proceso se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alterna la que indica que $si = 3.93 > a 3.84$ entonces se acepta que la estructura de un proyecto de inversión si permitirá minimizar el impacto de los altos costos en las llantas para potencializar la producción nacional en IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato.

Gráfico N° 16.- CAMPANA DE GAUSS



Mediante el gráfico de gauss podemos afirmar que el proyecto de inversión será factible y se podrá mantener en el mercado.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

- El comportamiento de los costos de los productos en el mercado debido a las nuevas actividades fiscales se han incrementado sustancialmente, lo cual ha generado un alto perfil de competitividad a nivel interno.
- La determinación de las salvaguardias ha limitado el sistema de importaciones y ventas en varios productos, de la tal manera que se ha generado un estancamiento comercial, y a su vez disminución de la rentabilidad.
- Es necesario que se establezca un plan de inversión eficientemente estructurado para mantener la estabilidad en el mercado mediante el incentivo del consumo por productos nacionales.

5.2 Recomendaciones

- Establecer un análisis del perfil comercial de la empresa para potencializar los recursos organizacionales al cumplimiento de los objetivos.
- Generar una potencialización de las ventas mediante una gestión financiera debidamente delineada para intensificar el posicionamiento del producto nacional en la localidad.
- Estructurar un proyecto de inversión orientado a potencializar el consumo de llantas de producción nacional en IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato para el sostenimiento en el mercado. poner

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos informativos

6.1.1. Título

Proyecto de inversión para maximizar las ventas de llantas de producción nacional.

6.1.2. Institución ejecutora

IMPORTADORA POSSO de la ciudad de Ambato

6.1.3 Beneficiarios

Los beneficiarios directos serán los dueños de IMPORTADORA POSSO y por ende todos sus trabajadores y a su vez la colectividad en vistas de que se generara nuevas plazas de trabajo y se apuesta a la producción nacional.

6.1.4. Ubicación

IMPORTADORA POSSO se encuentra ubicada en Provincia: Tungurahua
Cantón: Ambato Parroquia: La matriz Calle: Av. 12 de noviembre Intersección:
Marieta de Veintemilla Bloque: 1 Edificio: Centro Comercial Ambato Referencia:
Diagonal al mercado central.

6.1.5. Tiempo

El tiempo de la ejecución de la propuesta está determinado en el primer semestre del año 2015.

6.1.6. Responsable

Gerente propietario

6.1.7. Costo

El proyecto de inversión tendrá un costo aproximado de \$ **2.255,00** dólares americanos, que corresponde al 10% de la inversión.

Tabla N° 19.- Costo

RUBRO DE GASTOS	VALOR
I ETAPA	
DIAGNÓSTICO	500,00
Sub total	500,00
II ETAPA	
REQUERIMIENTOS FINANCIEROS	1.500,00
Sub total	1.500,00
III ETAPA	
COMUNICACIÓN DEL PLAN DE INVERSIÓN	50,00
Sub total	2.050,00
Imprevistos 10%	205,00
TOTAL	2.255,00

6.2 Antecedentes de la propuesta

Debido al cambio de la matriz productiva, se generó un alto énfasis en la producción nacional, de tal manera que se da una apertura al manejo interno mediante el emprendimiento, en este contexto establecer la inversión de la marca de llantas nacionales GENERAL TIRES, permitirá no solo acceder a nuevas oportunidades de negocio, sino posicionar una imagen de trabajo y producción nacional altamente competitiva, también se fomentara la adquisición del producto nacional como fuente de desarrollo económico promoviendo y dinamizando la economía nacional y regional, de tal manera que las ventas promoverán no solo un sistema de competitividad, sino también de productividad estableciendo un perfil de eficiencia empresarial en el entorno comercial.

6.3 Justificación

La propuesta es importante, por cuanto se pretende generar un alineamiento de los recursos empresariales al cumplimiento de los objetivos, se pretende generar también un compromiso por el consumo interno, de tal manera que la producción nacional sea dinamizada y el crecimiento en el mercado genere una alta sostenibilidad en el entorno.

El interés se sustenta en establecer una eficiente gestión administrativa y financiera, en la cual la inversión que se genere pretenda mejorar el servicio al cliente, de tal manera que se colocará una imagen de competitividad y productividad generando la potencialización de la fuerza laboral interna.

Es factible, por cuanto la empresa ha generado la información necesaria para el desarrollo del plan de inversión, estableciendo parámetros de control en el manejo financiero para generar un alto consumo de la producción nacional, específicamente la comercialización de llantas de producción nacional, debido que ha crecido sosteniblemente en el medio, de tal manera que se pretende generar un compromiso en el cliente por el consumo, ya que las salvaguardas adoptadas

por el estado han encarecido los productos similares, lo cual es una oportunidad de negocio.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo general

Elaborar un proyecto de inversión para maximizar las ventas de llantas de producción nacional.

6.4.2 Objetivos específicos

- Establecer el plan de inversión para la distribución de la marca GENERAL TIRES en la ciudad de Ambato.
- Determinar costos y gastos del producto nacional para la comercialización de la marca general Tires en la localidad.
- Analizar el estado de resultados, flujo de caja y evaluación financiera para la instalación y distribución de las llantas GENERAL TIRES como perfil de mejoramiento en la rentabilidad de la empresa.

6.5 Análisis de factibilidad

La factibilidad financiera, se centra al momento de generar un modelo de inversión debidamente sistematizado, el cual permita generar la sostenibilidad financiera de la empresa en el mercado.

En tanto que la factibilidad social, se determina al momento de generar en el medio un cambio de cultura en los clientes, de tal manera que se promoverá mediante una gestión comercial integral el consumo interno de las llantas GENERAL TIRES en la ciudad de Ambato.

La factibilidad legal, se centra al momento en que la industria y producción nacional se da a debido al cambio estatal debido a la adopción de las salvaguardas, de tal manera que existe la apertura legal para la implementación de la distribución de la marca GENERAL TIRES de producción nacional.

6.6 Fundamentación

Inversiones

Indica (Baca, Gabriel, 2012). Es la formación o incremento neto de capital. Es la diferencia entre el stock de capital existente al inicio de un periodo y el stock al final del mismo. Constituyente los bienes tangible e intangibles que permiten reproducir nuevos bienes o servicios luego del proceso de producción. Las empresas (proyectos) contemplan tres tipos básicos de inversión:

- **Activos fijos operativos.** Sustentan y forman parte del proceso de producción: terreno donde se ubica la planta, instalaciones y servicios básicos (agua, red eléctrica, comunicaciones, energía), maquinarias, equipos, construcciones (galpón, bodega, cuartos fríos, guardianía), herramientas, entre los más relevantes.
- **Activos fijos de administración-ventas.** Apoyan al proceso de producción, sin participar directamente en el mismo. Muebles y enseres, obras civiles administrativas, vehículos de distribución, locales comerciales (distribución) equipos de cómputo y oficina.
- **Activos diferidos**
Son intangibles (no se pueden tocar), susceptibles de amortización, constituidos por los servicios o derechos adquiridos necesarios para la puesta en marcha del proyecto: gastos e interés pre operacionales; gastos de constitución (conformación de la personería jurídica: superintendencia de compañías , notaria, abogados); capacitación pre operacional (formación, adiestramiento entrenamiento de obreros y trabajadores con el fin de generar destrezas, y conocimientos) ; pruebas, calibración y puesta a punto de la maquinaria y equipo; software; marcas, patentes, licencias y

franquicias ; investigación y desarrollo (nuevos productos y tecnologías);
mercadeo en la fase pre operacional (lanzamiento).

Capital de trabajo

Declara (Manual de la Corporación Financiera Nacional, 2010). El capital de trabajo (requerimiento de caja) es el “combustible “que permite funcionar el aparato productivo de la compañía, si no se disponen de los recursos necesarios para movilizar los insumos, transformarlos en productos terminados y “financiar” a los clientes otorgándolos crédito (de acuerdo a las condiciones de comercialización que imperen en el mercado), el proyecto no podrá operar, restringiéndole completamente su capacidad de competir en el mercado. Si el proyecto fuese un vehículo, podrá ser el modelo más lujoso y caro; sin gasolina no podrá moverse.

- **Capital de trabajo operativo.** Comprende los recursos necesarios para financiar los desembolsos vinculados al proceso de producción durante su fase inicial: materia prima, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa, mano de obra indirecta, mantenimiento y seguros de los activos fijos operativos.
- **Capital de trabajo de administración y ventas.** Corresponde a los recursos destinados a cubrir los requerimientos de administración y ventas en el principio de operaciones

Costos reales

Indica (Baca, Gabriel, 2012), los costos son:

- **Costos de materia prima.**
Como se definió en el capítulo de ingeniería, materia prima (materiales directos) es un conjunto de bienes tangibles y fungibles que sufren algún grado de transformación hasta convertirse en producto terminado, incorporándose al mismo.

- **Costo de materiales indirectos.**
Representan los bienes tangibles, fungibles, que no se incorporan o no pueden identificarse plenamente en el producto terminado.
- **Costos de suministros y servicios.**
Constituye la provisión (uso) de servicios básicos como es el agua potable, energía eléctrica, alcantarillado, combustibles utilizados en la producción (gasolina, diésel, gas, bunker), arrendamiento de la planta industrial, transporte del producto terminado.
- **Seguros.** Es el pago por concepto de prima a la compañía que asegura los activos (fijos e inventarios), contra incendios, inundaciones, robo, desastres naturales.

Costos contables

- **Depreciación de los activos fijos operativos.**
Cuando un inversionista emprende en un nuevo proyecto se percibe un divorcio entre el monto de recursos comprometidos en la inversión inicial y los resultados en el estado de pérdidas y ganancias.

Amortización de los activos diferidos

El concepto amortización tiene la misma connotación que la depreciación, no porque los activos diferidos sufran desgaste con el tiempo, cabe recordar que los activos diferidos son intangibles, sino que correspondan al cargo anual que se realiza con el fin de recuperar el valor de la inversión diferida.

Gastos

Para (Ocampo, Eliseo, 2012). Los valores reales o contables, en los que se debe incurrir el proyecto para apoyar el plan de producción, sin que formen parte integrante del mismo. La clasificación de gastos es la siguiente:

- **Gastos de administración.**

Los valores que representan desembolso (reales) comprenden las remuneraciones de la plana administrativa, gastos de oficina, auditoría externa, movilización y viáticos, honorarios profesionales, dietas a Directivos, arriendos de oficinas y, los rubros contables, son las depreciaciones de los activos administrativos y las amortizaciones de los activos diferidos relacionados con la administración (gastos de constitución, gastos pre operacionales).

- **Gastos de ventas.**

Los rubros que reales correspondan a las remuneraciones del área de mercadeo, movilización y viáticos, comisiones sobre ventas, investigaciones de mercado, actividades promocionales y mercadeo (publicidad, material, ferias, eventos), transporte y, los gastos contables, son las depreciaciones de los activos fijos de ventas.

Ventas

Para (Manual de la Corporación Financiera Nacional, 2010). Representa la cuantificación monetaria de los productos/servicios demandados por los clientes a precio de mercado.

Estado de pérdidas y ganancias

Refleja los resultados del proyecto en términos costos y gastos totales en que se deben incurrir para la ejecutar el programa de producción, las ventas de cada periodo y lo excedentes (utilidades) que se generen.

Flujo de caja

Para (Baca, Gabriel, 2012). El flujo de caja es una herramienta más utilizada y de mayor importancia en la evaluación de proyectos de inversión. A partir de este cuadro de resultados, se inicia la evaluación económica – financiera de un proyecto y constituye la base para calcular indicadores financieros que complementaran el análisis.

6.8 Modelo operativo

En el contexto comercial del país se estableció en marzo del 2015, la adopción de políticas fiscales que graban impuestos para dinamizar las producción interna y sus ventas, de tal manera que los productos importados han sido cargados con un perfil de impuestos que ha incrementado sus costos, en este sentido se ha evidenciado las oportunidades de negocio interno, ya que se pretende generar un comportamiento de consumo al producto local, de tal manera que la diferencia del costo enmarca la preferencia del consumidor.

Cálculo del costo de importación con salvaguardias

PRECIO FOB LLANTAS MAXXIS (CHINA)				
LLANTAS	RIN	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
CAMIONETAS	15	85	\$ 252,33	\$ 21.448,05
BUS Y CAMIÓN	16	120	\$ 299,92	\$ 35.990,40
AGRICOLA	18	5	\$ 901,45	\$ 4.507,25
INDUSTRIAL	20	4	\$ 947,25	\$ 3.789,00
TOTAL		214	\$ 2.400,95	\$ 65.734,70

1. CÁLCULO CIF	
FOB	\$ 65.734,70
FLETE (SEGÚN CONTAINER)	\$ 1.200,00
SUBTOTAL	\$ 66.934,70
SEGURO 1% (PRECIO FOB + FLETE)	\$ 669,35
COSTO CIF	\$ 67.604,05

2. CÁLCULO DE ARANCELES		
AD VALOREM	10%	\$ 6.760,40
FODINFA	0,5%	\$ 338,02
SALVAGUARDIA	45%	\$ 30.421,82
SUBTOTAL ARANCELES		\$ 37.520,25
CIF+ARANCELES		\$ 105.124,29
IVA	12%	\$ 12.614,92
TOTAL IMPUESTO		\$ 50.135,16

Tabla N° 20.- Precios Llantas Nacionales

PRECIO REFERENCIAL LLANTAS GENERAL TIRE				
LLANTAS	RIN	UNIDADES	PRECIO UNITARIO	TOTAL
CAMIONETAS	15	85	\$ 309,00	\$ 26.265,00
BUS Y CAMIÓN	16	120	\$ 352,00	\$ 42.240,00
AGRICOLA	18	5	\$ 983,51	\$ 4.917,55
INDUSTRIAL	20	4	\$ 1.067,51	\$ 4.270,04
TOTAL		214	\$ 2.712,02	\$ 77.692,59

Cuadro comparativo del costo de importacion frente al producto nacional

COMPARATIVO DE COSTO DE VENTA	
LLANTAS	VALOR TOTAL
NACIONALES	\$ 77.692,59
IMPORTADAS (MAXXIS)	\$ 117.739,21
DIFERENCIA MENSUAL	\$ 40.046,62
DIFERENCIA ANUAL	\$ 480.559,42

De tal manera que se determina una minimización de costos al generar un emprendimiento y realizar una inversión para colocar el producto nacional en el mercado, lo cual promoverá el incremento de las ventas y por ende el mejoramiento de la rentabilidad, por tanto en el desarrollo del modelo operativo se ha determinado en las siguientes tablas:

PLAN DE INVERSIÓN

El plan de inversión promoverá la adquisición de la marca GENERAL TIRES en la localidad, de tal manera que se establece la siguiente inversión:

Tabla N° 21.-Plan de inversión

PLAN DE INVERSIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL (USD)
ACTIVO FIJO			
Computadoras	2	\$ 850,00	\$ 1.700,00
impresora	1	\$ 300,00	\$ 300,00
software	1	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00
escritorio	1	\$ 150,00	\$ 150,00
silla gerencial	1	\$ 90,00	\$ 90,00
silla de espera	1	\$ 150,00	\$ 150,00
vitriñas	3	\$ 90,00	\$ 270,00
sillas	2	\$ 40,00	\$ 80,00
teléfono fax	1	\$ 250,00	\$ 250,00
TOTAL ACTIVO			\$ 4.990,00
ACTIVO DIFERIDO			
Licencias		\$ 450,00	\$ 450,00
Gastos de instalación		\$ 200,00	\$ 200,00
Imprevistos 5% (de los activos diferidos)			\$ 65,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO			\$ 715,00
CAPITAL DE TRABAJO			
Capital de trabajo operativo			\$ 113.112,57
Capital de trabajo administrativo			\$ 11.591,94
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			\$ 124.704,51
TOTAL			\$ 130.409,51

El plan de inversión para la instalación del local bajo la marca GENERAL TIRES será de \$130.409,51, el cual está determinado en activos fijos y diferidos para la comercialización de llantas y accesorios de la marca en Ambato.

CAPITAL DE TRABAJO

El capital de trabajo está determinado por un capital de trabajo administrativo y operativo de la siguiente manera:

Tabla N° 22.- Capital de trabajo operativo

CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNITARIO PROMEDIO	TOTAL USD
LIVIANO	274	129,27	\$ 35.419,98
CAMIONETA	85	309	\$ 26.265,00
BUS Y CAMIÓN	120	352	\$ 42.240,00
AGRICOLA	5	983,51	\$ 4.917,55
INDUSTRIAL	4	1067,51	\$ 4.270,04
TOTAL	488		\$ 113.112,57

De tal manera que para la adquisición de un nuevo local con la marca nacional GENERAL TIRES, se necesitará un total de \$ 113.112,57, para empezar el primer trimestre operativo.

CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRATIVO

En tanto que el capital de trabajo administrativo contempla el pago del personal, pago de servicios básicos, etc. en el proceso de comercialización:

Tabla N° 23.- Capital de trabajo administrativo

CAPITAL DE TRABAJO ADMINISTRATIVO		
DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO	TOTAL USD
Sueldos	\$ 5.640,97	\$ 5.640,97
Servicios básico	\$ 230,00	\$ 690,00
Seguro	\$ 250,97	\$ 250,97
arriendo	\$ 1.500,00	\$ 4.500,00
Útiles de oficina	\$ 120,00	\$ 360,00
Útiles de limpieza	\$ 50,00	\$ 150,00
TOTAL		11.591,94

Por tanto el capital de trabajo administrativo pretende generar el cumplimiento de los requerimientos de la distribución del producto en el mercado local.

FINANCIAMIENTO

El plan de financiamiento, está determinado por los recursos económicos necesarios para la instalación del local en el entorno.

Tabla N° 24.- Financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL USD	TOTAL %
Recursos propios		
Efectivo	\$ 45.643,33	15%
Bienes		
Recursos de terceros		
Préstamo Bancario	\$ 84.766,18	85%
Préstamo Privado		
TOTAL	\$ 130.409,51	100%

El financiamiento estará determinado en la siguiente tabla de amortización:

MONTO A FINANCIAR	\$ 84.766,18
TASA ANUAL	9%
TASA MENSUAL	0,013000
TIEMPO A FINANCIAR	5
N/PERIODOS	60

Tabla N° 25.- TABLA DE AMORTIZACIÓN

N°	SALDO INICIAL	CUOTA	INTERESES	CAPITAL	CAP.+INT.	SALDO FINAL
0						\$ 84.766,18
1	\$ 84.766,18	\$ 2.043,38	\$ 1.101,96	\$ 941,42	\$ 2.043,38	\$ 83.824,77
2	\$ 83.824,77	\$ 2.043,38	\$ 1.089,72	\$ 953,65	\$ 2.043,38	\$ 82.871,11
3	\$ 82.871,11	\$ 2.043,38	\$ 1.077,32	\$ 966,05	\$ 2.043,38	\$ 81.905,06
4	\$ 81.905,06	\$ 2.043,38	\$ 1.064,77	\$ 978,61	\$ 2.043,38	\$ 80.926,45
5	\$ 80.926,45	\$ 2.043,38	\$ 1.052,04	\$ 991,33	\$ 2.043,38	\$ 79.935,12
6	\$ 79.935,12	\$ 2.043,38	\$ 1.039,16	\$ 1.004,22	\$ 2.043,38	\$ 78.930,89
7	\$ 78.930,89	\$ 2.043,38	\$ 1.026,10	\$ 1.017,28	\$ 2.043,38	\$ 77.913,62
8	\$ 77.913,62	\$ 2.043,38	\$ 1.012,88	\$ 1.030,50	\$ 2.043,38	\$ 76.883,12
9	\$ 76.883,12	\$ 2.043,38	\$ 999,48	\$ 1.043,90	\$ 2.043,38	\$ 75.839,22
10	\$ 75.839,22	\$ 2.043,38	\$ 985,91	\$ 1.057,47	\$ 2.043,38	\$ 74.781,76
11	\$ 74.781,76	\$ 2.043,38	\$ 972,16	\$ 1.071,21	\$ 2.043,38	\$ 73.710,54
12	\$ 73.710,54	\$ 2.043,38	\$ 958,24	\$ 1.085,14	\$ 2.043,38	\$ 72.625,40
13	\$ 72.625,40	\$ 2.043,38	\$ 944,13	\$ 1.099,25	\$ 2.043,38	\$ 71.526,16
14	\$ 71.526,16	\$ 2.043,38	\$ 929,84	\$ 1.113,54	\$ 2.043,38	\$ 70.412,62
15	\$ 70.412,62	\$ 2.043,38	\$ 915,36	\$ 1.128,01	\$ 2.043,38	\$ 69.284,61
16	\$ 69.284,61	\$ 2.043,38	\$ 900,70	\$ 1.142,68	\$ 2.043,38	\$ 68.141,93
17	\$ 68.141,93	\$ 2.043,38	\$ 885,85	\$ 1.157,53	\$ 2.043,38	\$ 66.984,40
18	\$ 66.984,40	\$ 2.043,38	\$ 870,80	\$ 1.172,58	\$ 2.043,38	\$ 65.811,82
19	\$ 65.811,82	\$ 2.043,38	\$ 855,55	\$ 1.187,82	\$ 2.043,38	\$ 64.624,00
20	\$ 64.624,00	\$ 2.043,38	\$ 840,11	\$ 1.203,26	\$ 2.043,38	\$ 63.420,73
21	\$ 63.420,73	\$ 2.043,38	\$ 824,47	\$ 1.218,91	\$ 2.043,38	\$ 62.201,83
22	\$ 62.201,83	\$ 2.043,38	\$ 808,62	\$ 1.234,75	\$ 2.043,38	\$ 60.967,07
23	\$ 60.967,07	\$ 2.043,38	\$ 792,57	\$ 1.250,80	\$ 2.043,38	\$ 59.716,27
24	\$ 59.716,27	\$ 2.043,38	\$ 776,31	\$ 1.267,07	\$ 2.043,38	\$ 58.449,20
25	\$ 58.449,20	\$ 2.043,38	\$ 759,84	\$ 1.283,54	\$ 2.043,38	\$ 57.165,67
26	\$ 57.165,67	\$ 2.043,38	\$ 743,15	\$ 1.300,22	\$ 2.043,38	\$ 55.865,44
27	\$ 55.865,44	\$ 2.043,38	\$ 726,25	\$ 1.317,13	\$ 2.043,38	\$ 54.548,32
28	\$ 54.548,32	\$ 2.043,38	\$ 709,13	\$ 1.334,25	\$ 2.043,38	\$ 53.214,07
29	\$ 53.214,07	\$ 2.043,38	\$ 691,78	\$ 1.351,59	\$ 2.043,38	\$ 51.862,48
30	\$ 51.862,48	\$ 2.043,38	\$ 674,21	\$ 1.369,16	\$ 2.043,38	\$ 50.493,31
31	\$ 50.493,31	\$ 2.043,38	\$ 656,41	\$ 1.386,96	\$ 2.043,38	\$ 49.106,35
32	\$ 49.106,35	\$ 2.043,38	\$ 638,38	\$ 1.404,99	\$ 2.043,38	\$ 47.701,35
33	\$ 47.701,35	\$ 2.043,38	\$ 620,12	\$ 1.423,26	\$ 2.043,38	\$ 46.278,09
34	\$ 46.278,09	\$ 2.043,38	\$ 601,62	\$ 1.441,76	\$ 2.043,38	\$ 44.836,33
35	\$ 44.836,33	\$ 2.043,38	\$ 582,87	\$ 1.460,50	\$ 2.043,38	\$ 43.375,83
36	\$ 43.375,83	\$ 2.043,38	\$ 563,89	\$ 1.479,49	\$ 2.043,38	\$ 41.896,34
37	\$ 41.896,34	\$ 2.043,38	\$ 544,65	\$ 1.498,72	\$ 2.043,38	\$ 40.397,61
38	\$ 40.397,61	\$ 2.043,38	\$ 525,17	\$ 1.518,21	\$ 2.043,38	\$ 38.879,41
39	\$ 38.879,41	\$ 2.043,38	\$ 505,43	\$ 1.537,94	\$ 2.043,38	\$ 37.341,46
40	\$ 37.341,46	\$ 2.043,38	\$ 485,44	\$ 1.557,94	\$ 2.043,38	\$ 35.783,52
41	\$ 35.783,52	\$ 2.043,38	\$ 465,19	\$ 1.578,19	\$ 2.043,38	\$ 34.205,33
42	\$ 34.205,33	\$ 2.043,38	\$ 444,67	\$ 1.598,71	\$ 2.043,38	\$ 32.606,63
43	\$ 32.606,63	\$ 2.043,38	\$ 423,89	\$ 1.619,49	\$ 2.043,38	\$ 30.987,13
44	\$ 30.987,13	\$ 2.043,38	\$ 402,83	\$ 1.640,54	\$ 2.043,38	\$ 29.346,59
45	\$ 29.346,59	\$ 2.043,38	\$ 381,51	\$ 1.661,87	\$ 2.043,38	\$ 27.684,72
46	\$ 27.684,72	\$ 2.043,38	\$ 359,90	\$ 1.683,48	\$ 2.043,38	\$ 26.001,24
47	\$ 26.001,24	\$ 2.043,38	\$ 338,02	\$ 1.705,36	\$ 2.043,38	\$ 24.295,88
48	\$ 24.295,88	\$ 2.043,38	\$ 315,85	\$ 1.727,53	\$ 2.043,38	\$ 22.568,35
49	\$ 22.568,35	\$ 2.043,38	\$ 293,39	\$ 1.749,99	\$ 2.043,38	\$ 20.818,37

50	\$ 20.818,37	\$ 2.043,38	\$ 270,64	\$ 1.772,74	\$ 2.043,38	\$ 19.045,63
51	\$ 19.045,63	\$ 2.043,38	\$ 247,59	\$ 1.795,78	\$ 2.043,38	\$ 17.249,84
52	\$ 17.249,84	\$ 2.043,38	\$ 224,25	\$ 1.819,13	\$ 2.043,38	\$ 15.430,72
53	\$ 15.430,72	\$ 2.043,38	\$ 200,60	\$ 1.842,78	\$ 2.043,38	\$ 13.587,94
54	\$ 13.587,94	\$ 2.043,38	\$ 176,64	\$ 1.866,73	\$ 2.043,38	\$ 11.721,21
55	\$ 11.721,21	\$ 2.043,38	\$ 152,38	\$ 1.891,00	\$ 2.043,38	\$ 9.830,20
56	\$ 9.830,20	\$ 2.043,38	\$ 127,79	\$ 1.915,58	\$ 2.043,38	\$ 7.914,62
57	\$ 7.914,62	\$ 2.043,38	\$ 102,89	\$ 1.940,49	\$ 2.043,38	\$ 5.974,13
58	\$ 5.974,13	\$ 2.043,38	\$ 77,66	\$ 1.965,71	\$ 2.043,38	\$ 4.008,42
59	\$ 4.008,42	\$ 2.043,38	\$ 52,11	\$ 1.991,27	\$ 2.043,38	\$ 2.017,15
60	\$ 2.017,15	\$ 2.043,38	\$ 26,22	\$ 2.017,15	\$ 2.043,38	\$ 0,00

La tabla de amortización del crédito se efectuó en el Banco del Pichincha. Se observa entonces que el 15% del requerimiento de la inversión es un aporte de efectivo de \$ 45.643,33 dólares, la diferencia del 85% determinado por \$ 84.766,18 cumplimiento con el 100% de la inversión total.

Tabla N° 26.- Inventario preoperativo- referencial

Para un proyecto de inversión nos manejamos con un nivel de stock mínimo de equilibrio.

INVENTARIO DE MERCADERIA PREOPERATIVO (1 mes)			
CATEGORÍAS	UNIDADES	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
LIVIANO	62	\$ 129,27	\$ 8.014,74
CAMIONETA	40	\$ 309,00	\$ 12.360,00
BUS Y CAMIÓN	35	\$ 352,00	\$ 12.320,00
AGRICOLA	2	\$ 983,51	\$ 1.967,02
INDUSTRIAL	2	\$ 1.067,51	\$ 2.135,02
TOTAL	141	\$ 2.841,29	\$ 36.812,20

Costo del inventario

En el requerimiento del proyecto se determina los costos de los productos para la comercialización.

Tabla N° 27.- Proyecciones en unidades según el crecimiento del parque automotriz

PROYECCIONES EN UNIDADES SEGÚN EL CRECIMIENTO DEL PARQUE AUTOMOTOR						
CATEGORÍAS	5,49%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIVIANO	Rin-14	3.469	3.659	3.860	4.072	4.295
CAMIONETA	Rin-15	1.076	1.135	1.197	1.263	1.332
BUS Y CAMIÓN	Rin-3417	1.519	1.602	1.690	1.783	1.881
AGRICOLA	Rin- 18	63	67	70	74	78
INDUSTRIAL	Rin-18.5	51	53	56	59	63
TOTAL		6.177	6.517	6.874	7.252	7.650

Tabla N° 28.- Proyecciones en dólares según la inflación.

Se estableció la proyección de los costos para la adquisición de los productos en el mercado para los primeros 5 años operativos.

PROYECCIONES EN DÓLARES SEGÚN LA INFLACIÓN ANUAL						
CATEGORÍAS	3,78%	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIVIANO	Rin-14	\$ 134,16	\$ 139,23	\$ 144,49	\$ 149,95	\$ 155,62
CAMIONETA	Rin-15	\$ 320,68	\$ 332,80	\$ 345,38	\$ 358,44	\$ 371,99
BUS Y CAMIÓN	Rin-16/17	\$ 365,31	\$ 379,11	\$ 393,44	\$ 408,32	\$ 423,75
AGRICOLA	Rin-18	\$ 1.020,69	\$ 1.059,27	\$ 1.099,31	\$ 1.140,86	\$ 1.183,99
INDUSTRIAL	Rin-18.5	\$ 1.107,86	\$ 1.149,74	\$ 1.193,20	\$ 1.238,30	\$ 1.285,11

Proyecciones del costo de mercadería

COSTO DE LA MERCADERÍA PROYECTADA					
CATEGORÍAS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIVIANO	\$ 465.323,00	\$509.424,09	\$ 557.704,87	\$ 610.561,47	\$ 668.427,56
CAMIONETA	\$ 345.051,25	\$377.753,56	\$ 413.555,24	\$ 452.750,03	\$ 495.659,51
BUS Y CAMIÓN	\$ 554.919,66	\$607.512,30	\$ 665.089,41	\$ 728.123,40	\$ 797.131,46
AGRICOLA	\$ 64.603,34	\$ 70.726,14	\$ 77.429,22	\$ 84.767,60	\$ 92.801,46
INDUSTRIAL	\$ 56.096,81	\$ 61.413,40	\$ 67.233,86	\$ 73.605,97	\$ 80.581,99
TOTAL	\$ 1.485.994,06	\$ 1.626.829,48	\$ 1.781.012,60	\$1.949.808,46	\$ 2.134.601,99

La comercialización del proyecto genera entonces costos y gastos de producto se estableció utilizando la tasa de crecimiento poblacional para las proyecciones, así como la inflación anual.

GASTOS

Los gastos indican los requerimientos para la distribución del producto nacional en el mercado:

Tabla N° 29.- Gastos

GASTOS		
DETALLE	MENSUAL	ANUAL
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 230,00	\$ 2.760,00
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 120,00	\$ 1.440,00
UTILES DE LIMPIEZA	\$ 50,00	\$ 600,00
GASTO ARRIENDO	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	\$ 2.850,62	\$ 34.207,40
SUELDOS VENDEDORES	\$ 930,12	\$ 11.161,42

GASTOS PROYECTADOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00	\$ 230,00
SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 1.440,00	\$ 1.494,43	\$ 1.550,92	\$ 1.609,55	\$ 1.670,39
UTILES DE LIMPIEZA	\$ 600,00	\$ 622,68	\$ 646,22	\$ 670,64	\$ 695,99
SUELDOS ADMINISTRATIVO	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00	\$ 120,00
SUELDOS VENDEDORES	\$ 11.161,42	\$ 11.583,33	\$ 12.021,18	\$ 12.475,58	\$ 12.947,15
INTERESES	\$ 12.379,74	\$ 10.344,32	\$ 7.967,65	\$ 5.192,54	\$ 1.952,17
PÒLIZA	\$ 1.440,16	\$ 1.440,16	\$ 1.440,16	\$ 1.440,16	\$ 1.440,16
ARRIENDO	\$ 12.453,60	\$ 12.924,35	\$ 12.942,14	\$ 13.431,35	\$ 13.939,06

Los costos determinados que intervienen en la comercialización son, los gastos, financieros, de ventas, arriendo, suministros de oficina para la colocación del producto nacional en el mercado local.

Gastos administrativos

La colocación del producto en el medio determina el requerimiento del personal:

Tabla N° 30.- ROL DE PAGOS

“IMPORTADORA POSSO”							
ROL DE PAGOS-ADMINISTRATIVO							
Nº	NOMBRES	CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA	F/R	APORTE PERSONAL 9.45%	LIQUÍDO A RECIBIR	FIRMAS
1		Gerente	\$ 1.000,00	\$ -	\$ 94,50	\$ 905,50	
1		Contador	\$ 800,00	\$ -	\$ 75,60	\$ 724,40	
1		Jefe de ventas	\$ 500,00		\$ 47,25	\$ 452,75	
TOTAL			\$ 2.300,00	\$ -	\$ 217,35	\$ 2.082,65	

PROVISIONES SOCIALES							
Nº	NOMBRES	CARGO	APORTE PATRONAL 12.15%	XIII	XIV	TOTAL PROVISION	COSTO TOTAL
1		Gerente	\$ 121,50	\$ 83,33	\$ 26,50	\$ 231,33	\$ 1.231,33
1		Contador	\$ 97,20	\$ 66,67	\$ 26,50	\$ 190,37	\$ 990,37
1		jefe de ventas	\$ 60,75	\$ 41,67	\$ 26,50	\$ 128,92	\$ 628,92
TOTAL			\$ 279,45	\$ 191,67	\$ 79,50	\$ 550,62	\$ 2.850,62

“IMPORTADORA POSSO”							
ROL DE PAGOS-VENTAS							
Nº	NOMBRES	CARGO	REMUNERACIÓN UNIFICADA	F/R	APORTE PERSONAL 9.45%	LIQUÍDO A RECIBIR	FIRMAS
1		Vendedor	\$ 364,00	\$ -	\$ 34,40	\$ 329,60	
1		vendedor	\$ 364,00	\$ -	\$ 34,40	\$ 329,60	
TOTAL			\$ 728,00	\$ -	\$ 68,80	\$ 659,20	

PROVISIONES SOCIALES							
Nº	NOMBRES	CARGO	APORTE PATRONAL 12.15%	XIII	XIV	TOTAL PROVISIONES	COSTO TOTAL
1		Vendedor	\$ 44,23	\$ 30,33	\$ 26,50	\$ 101,06	465,06
1		Vendedor	\$ 44,23	\$ 30,33	\$ 26,50	\$ 101,06	465,06
TOTAL			\$ 88,45	\$ 60,67	\$ 53,00	\$ 202,12	930,12

El proyecto indica que el recurso humano para el proyecto genera un requerimiento de personal administrativo y de ventas. El mismo que tiene un costos total al mes de

Se observa entonces que la colección de la marca GENERAL TIRE en el mercado local tendrá gastos administrativos para el posicionamiento de la marca en el mercado local.

DEPRECIACIÓN

El gasto de depreciación indica la depreciación de los muebles y enseres en la utilización en el mercado.

Tabla N° 31.- Depreciación

DEPRECIACIÓN						
DETALLE DEL ACTIVO	VALOR DEL ACTIVO	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	AÑOS DE VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
MUEBLES Y ENSERES						
Mobiliario de oficina	\$ 470,00	10%	\$ 47,00	10	\$ 42,30	\$ 3,53
Estanterías	\$ 270,00		\$ 27,00		\$ 24,30	\$ 2,03
Telefono	\$ 250,00		\$ 25,00		\$ 22,50	\$ 1,88
TOTAL	\$ 990,00				\$ 89,10	\$ 7,43

DETALLE DEL ACTIVO	VALOR DEL ACTIVO	% DE DEPRECIACIÓN	VALOR RESIDUAL	AÑOS DE VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
MAQUINARIA Y EQUIPO						
Software contable	\$ 2.000,00	33%	\$ 666,60	3	\$ 444,47	\$ 37,04
Computadora	\$ 2.000,00		\$ 666,60		\$ 444,47	\$ 37,04
TOTAL	\$ 4.000,00				\$ 888,93	\$ 74,08

Por tanto la depreciación de los requerimientos genera un costo contable que el proyecto asume para su operatividad.

Tabla N° 32.- FLUJO DE CAJA

"IMPORTADORA POSSO"						
FLUJO DE CAJA						
MESES	PRE OPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS						
Ingreso por ventas		\$ 1.842.632,64	\$ 2.017.268,55	\$ 2.208.455,62	\$ 2.417.762,49	\$ 2.646.906,46
(a)TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 1.842.632,64	\$ 2.017.268,55	\$ 2.208.455,62	\$ 2.417.762,49	\$ 2.646.906,46
EGRESOS						
Pago a proveedores	\$ 36.812,20	\$ 1.485.994,06	\$ 1.626.829,48	\$ 1.781.012,60	\$ 1.949.808,46	\$ 2.134.601,99
Gastos sueldos administrativos		\$ 34.207,40	\$ 35.500,44	\$ 36.842,36	\$ 38.235,00	\$ 39.680,28
Gastos sueldos ventas		\$ 11.161,42	\$ 11.583,33	\$ 12.021,18	\$ 12.475,58	\$ 12.947,15
Gasto comisiones (ventas)		\$ 36.852,65	\$ 40.345,37	\$ 44.169,11	\$ 48.355,25	\$ 52.938,13
Gasto arriendo		\$ 12.453,60	\$ 12.924,35	\$ 12.942,14	\$ 13.431,35	\$ 13.939,06
Gastos de limpieza		\$ 600,00	\$ 622,68	\$ 646,22	\$ 670,64	\$ 695,99
Gasto suministros		\$ 1.440,00	\$ 1.494,43	\$ 1.550,92	\$ 1.609,55	\$ 1.670,39
Gasto depreciación		\$ 978,03	\$ 978,03	\$ 978,03	\$ 89,10	\$ 89,10
(b)PARCIAL		\$ 1.583.687,17	\$ 1.730.278,11	\$ 1.890.162,56	\$ 2.064.674,93	\$ 2.256.562,09
flujo operacional (a-b)	\$ (36.812,20)	\$ 258.945,47	\$ 286.990,45	\$ 318.293,07	\$ 353.087,56	\$ 390.344,37
INGRESOS NO OPERACIONALES (préstamo)						
	\$ 84.766,18	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
APORTE DE CAPITAL	\$ 45.643,33	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
PARCIAL	\$ 130.409,51	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERACIONALES						
GASTOS FINANCIEROS		\$ 12.379,74	\$ 10.344,32	\$ 7.967,65	\$ 5.192,54	\$ 1.952,17
PAGO DE POLIZA		\$ 1.440,16	\$ 1.494,60	\$ 1.551,09	\$ 1.609,73	\$ 1.670,57
PAGO DE IM A LA RENTA			\$ 45.838,48	\$ 51.453,34	\$ 57.740,80	\$ 64.755,35
ACTIOS FIJOS OPERATIVOS						

Computadoras	\$ 1.700,00					
impresora	\$ 300,00					
software	\$ 2.000,00					
escritorio	\$ 150,00					
silla gerencial	\$ 90,00					
silla de espera	\$ 150,00					
vitriñas	\$ 270,00					
sillas	\$ 80,00					
teléfono fax	\$ 250,00					
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 715,00					
PARCIAL	\$ 5.705,00					
FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$ 124.704,51	\$ 1.440,16	\$ 47.333,08	\$ 53.004,43	\$ 59.350,52	\$ 66.425,92
FLUJO NETO GENERADO (C+F)	\$ 87.892,31	\$ 260.385,63	\$ 334.323,53	\$ 371.297,50	\$ 412.438,09	\$ 456.770,30
SALDO INICIAL DE CAJA	\$ -	\$ 87.892,31	\$ 348.277,94	\$ 682.601,46	\$ 1.053.898,96	\$ 1.466.337,05
SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	\$ 87.892,31	\$ 348.277,94	\$ 682.601,46	\$ 1.053.898,96	\$ 1.466.337,05	\$ 1.923.107,35

Se determina que el flujo de efectivo permite manejar un efectivo de \$ 348.277,94 en el primer año operativo, el mismo que permitirá promover la marca en el mercado local.

Tabla N° 33.- ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

“IMPORTADORA POSSO”					
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
Ingresos	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	\$ 1.842.632,64	\$ 2.017.268,55	\$ 2.208.455,62	\$ 2.417.762,49	\$ 2.646.906,46
Costo de ventas	\$ 1.485.994,06	\$ 1.626.829,48	\$ 1.781.012,60	\$ 1.949.808,46	\$ 2.134.601,99
Utilidad bruta	\$ 356.638,58	\$ 390.439,07	\$ 427.443,02	\$ 467.954,03	\$ 512.304,48
Gastos Operacionales					
Gastos sueldos	\$ 34.207,40	\$ 35.500,44	\$ 36.842,36	\$ 38.235,00	\$ 39.680,28
Gastos de venta (sueldos)	\$ 11.161,42	\$ 11.583,33	\$ 12.021,18	\$ 12.475,58	\$ 12.947,15
Gasto comisiones (ventas)	\$ 36.852,65	\$ 40.345,37	\$ 44.169,11	\$ 48.355,25	\$ 52.938,13
Gasto arriendo	\$ 12.453,60	\$ 12.924,35	\$ 12.942,14	\$ 13.431,35	\$ 13.939,06
Gastos de limpieza	\$ 600,00	\$ 622,68	\$ 646,22	\$ 670,64	\$ 695,99
Gasto suministros	\$ 1.440,00	\$ 1.494,43	\$ 1.550,92	\$ 1.609,55	\$ 1.670,39
Gasto depreciación	\$ 978,03	\$ 978,03	\$ 978,03	\$ 89,10	\$ 89,10
Total gastos operacionales	\$ 97.693,11	\$ 103.448,63	\$ 109.149,96	\$ 114.866,47	\$ 121.960,10
Gastos no operacionales					
Gasto financiero	\$ 12.379,74	\$ 10.344,32	\$ 7.967,65	\$ 5.192,54	\$ 1.952,17
Póliza	\$ 1.440,16	\$ 1.494,60	\$ 1.551,09	\$ 1.609,73	\$ 1.670,57
Total Gastos no operacionales	\$ 13.819,90	\$ 11.838,92	\$ 9.518,75	\$ 6.802,26	\$ 3.622,74
Total Gastos	\$ 111.513,01	\$ 115.287,55	\$ 118.668,70	\$ 121.668,73	\$ 125.582,84
Utilidad bruta	\$ 245.125,56	\$ 275.151,53	\$ 308.774,32	\$ 346.285,30	\$ 386.721,64
Participación a trabajadores 15%	\$ 36.768,83	\$ 41.272,73	\$ 46.316,15	\$ 51.942,80	\$ 58.008,25
Utilidad gravable	\$ 208.356,73	\$ 233.878,80	\$ 262.458,17	\$ 294.342,51	\$ 328.713,39
Impuesto a la renta 22%	\$ 45.838,48	\$ 51.453,34	\$ 57.740,80	\$ 64.755,35	\$ 72.316,95
utilidad despues de impuestos	\$ 162.518,25	\$ 182.425,46	\$ 204.717,37	\$ 229.587,15	\$ 256.396,44
Reserva legal 5%	\$ 8.125,91	\$ 9.121,27	\$ 10.235,87	\$ 11.479,36	\$ 12.819,82
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 154.392,34	\$ 173.304,19	\$ 194.481,50	\$ 218.107,80	\$ 243.576,62

Se determina que el resultado del proyecto existe utilidad, de tal manera que la colocación del producto nacional genera potencialización de la industria llantera.

Punto de equilibrio

En la determinación del punto de equilibrio del proyecto se ha igualado el nivel de costos, gastos e ingresos para establecer la sostenibilidad en el mercado de la siguiente manera:

PUNTO DE EQUILIBRIO

Costos fijos	72.620,36
Costos variables	1.524.886,72
Costos totales	1.597.507,08
Ingresos totales	1.842.632,64
Número unidades	6.177,49
Precio unitario de venta	568,26

Descripción	Costo fijo	Costo Variable	Costo Total
Gasto sueldos administrativos	34207,40		34207,40
Gasto sueldo ventas	11161,42		11161,42
Gasto arriendo	12453,60		12453,60
Gastos de limpieza		600,00	600,00
Gasto suministros		1440,00	1440,00
Gasto depreciación	978,03		978,03
Gasto comisión		36852,65	36852,65
Gastos financieros	12379,74		12379,00
Póliza	1440,16		1440,00
Costo de venta		1485994,06	1'485994,06
SUMAN	72.620,36	1.524.886,72	1.597.507,08

Punto de Equilibrio \$ = Costo fijo / (1 - (Costo variable/Ingresos de venta))

P.E. \$ = 72.620,36 0,172441275

P.E. \$ = 421.130,96 USD en ventas al año

35.094,25 USD en ventas mensuales

Punto de Equilibrio U = Costos Fijos / (Precio de venta unitario - Costo variable unitario)

P.E. u = 72.620,36 321,41

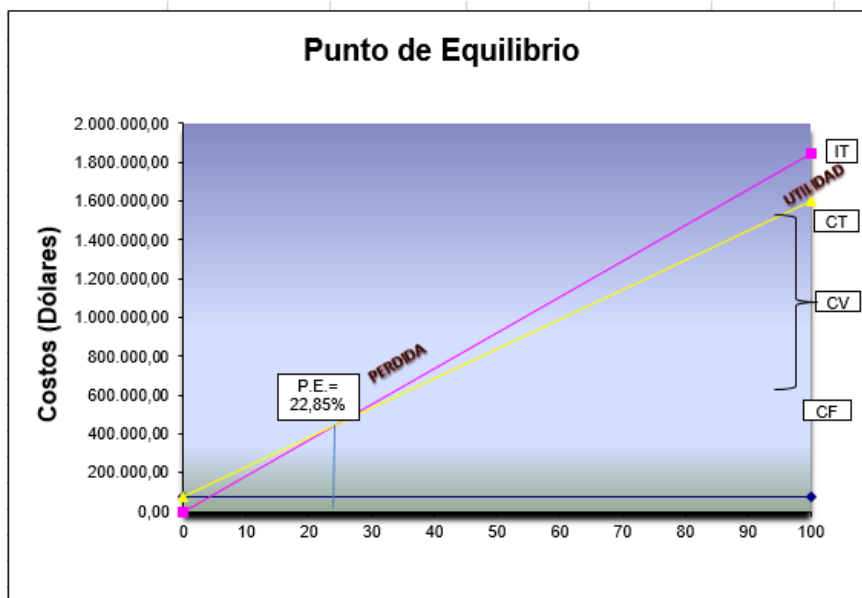
P.E. u = 226 unidades vendidas al año

Punto de Equilibrio % = Punto de Equilibrio \$ * 100 / Ingresos Totales

% P.E. = 421.130,96 * 100 / 1.842.632,64

% P.E. = 22,85%

Gráfico N° 17 Punto de equilibrio



Se evidencia entonces que el equilibrio del proyecto donde iguala ingresos y egresos es del 22.85% para sostenerse en el mercado. Las unidades de equilibrio son 226 unidades al año.

Evaluación Financiera

En la evaluación financiera se utilizó el VAN, TIR

VAN

$$VAN = -I_0 + \frac{FNC_1}{(1+r)^1} + \frac{FNC_2}{(1+r)^2} + \frac{FNC_3}{(1+r)^3} + \frac{FNC_4}{(1+r)^4} + \frac{FNC_5}{(1+r)^5}$$

$$VAN = \$ 130.409,51 + \frac{260385.63}{(1+0.09)^1} + \frac{334323.53}{(1+0.09)^2} + \frac{371297.50}{(1+0.09)^3} + \frac{412438.09}{(1+0.09)^4} + \frac{456770.30}{(1+0.09)^5}$$

$$VAN = -130409.51 + \frac{260385.63}{1.09} + \frac{334323.53}{1.18} + \frac{371297.50}{1.29} + \frac{412438.09}{1.41} + \frac{456770.30}{1.53}$$

$$VAN = -130409.51 + (238885.89 + 283325.02 + 287827.51 + 292509.28 + 298542.67)$$

$$VAN = -130409.51 + 1'401.090.37$$

$$VAN = 1'270.680.86$$

Por tanto el proyecto al ser mayor que uno el VAN de 1'270.680.86, es factible de realización.

VAN 2

$$VAN2 = -130409.51 + \frac{260385.63}{(1+0.22)^1} + \frac{334323.53}{(1+0.22)^2} + \frac{371297.50}{(1+0.22)^3} + \frac{412438.09}{(1+0.22)^4} + \frac{456770.30}{(1+0.22)^5}$$

$$VAN2 = -130409.51 + \frac{260385.63}{1.22} + \frac{334323.53}{1.49} + \frac{371297.50}{1.82} + \frac{412438.09}{2.22} + \frac{456770.30}{2.70}$$

$$VAN = -130409.51 + (213430.84 + 224378.20 + 204009.61 + 185782.92 + 169174.18)$$

$$VAN2 = -130409.51 + 996775.75$$

$$VAN2 = 866.366.24$$

El van 2 determina la factibilidad del proyecto ya que es de \$866.366.24 en los primeros cinco años operativos.

TIR

La tasa interna del proyecto está determinada de la siguiente manera:

$$TIR = TMAR 1 + (TMAR 2 - TMAR 1) \frac{VAN 1}{VAN 1 - VAN 2}$$

$$TIR = 9 + (22 - 9) \frac{1'270.680.86}{1'270.680.86 - 866.366.24}$$

$$TIR = 9 + (13) \frac{1'270.680.86}{404314.62}$$

$$TIR = 9 + (13)3.14$$

$$TIR = 9 + 40.82$$

$$TIR = 49.82$$

Por tanto la tasa interna de retorno al ser mayor que la del mercado de 49.82 indica que es factible la colocación del proyecto en el mercado es decir se establece la factibilidad de colocar en el mercado local la marca GENERAL TIRES para potencializar la producción nacional en el entorno y minimizar los costos en el emprendimiento.

En este contexto se determina que la potencialización de la industria nacional promueve inversión, de tal manera que generar emprendimiento podrá promover una alta demanda, en este sentido al cultura de consumo interno generar un alto nivel de ventas, mejorando la productividad y la competitividad frente a los productos importados y sus altos costos, lo cual conlleva a generar un marco diferencial del consumo, por tanto se genera oportunidades de negocio.

En el proyecto de inversión para la adquisición de la marca GENERAL TIRES permitirá minimizar el impacto de los altos costos en llantas de producción nacional, lo cual conlleva a posicionar una imagen de eficiencia empresarial al servicio interno y por ende se fortalece el marco empresarial local y nacional.

De tal manera que la comercialización final de los productos nacionales establecerá el siguiente comportamiento comercial:

Tabla N° 34.- Comercialización del producto nacional en ambato en unidades de llantas.

AÑO	PRODUCTO NACIONAL	PRODUCTO IMPORTADO
2014	1.125	4.275
2015	1.856	2.985
2016	6.177	3.149
2017	6.517	3.322
2018	6.874	3.504
2019	7.252	3.696
2020	7.650	3.899

Gráfico N° 18.- Comparativo de ventas nacionales vs importaciones



Elaborado por: Diana A.

Fuente: Dep. Contable Importadora Posso

Como se puede observar el crecimiento de la adquisición del producto nacional fortalece la economía interna generando esto un amplio posicionamiento de la marca GENERAL TIRES, lo cual permitirá crear también fuentes de empleo ya que se establece una amplia demanda en el mercado.

6.9 Administración de la propuesta

La propuesta estará determinada su cumplimiento por los siguientes parámetros:

- Liderazgo.- se genera un enfoque de liderazgo participativo para colocar al imagen e la marca del producto nacional como referente de eficacia y calidad.
- Control interno.- este enfoque promoverá en la vialidad del proyecto debido que se establecer un control de cada uno de los parámetros comerciales propuesto para mejorar las ventas.

6.10 Evaluación

La evaluación de la propuesta se encaminara de la siguiente manera:

- Evaluación antes.- Es decir al momento que se conoció la problemática.
- Evaluación durante.- Es decir durante la aplicación del proyecto de adquisiscion de la marca General Tire en el mercado local.
- Evaluación final.-Mediante el crecimiento de ventas en el entorno.

Bibliografía

Araujo, David. (2012). *Proyectos de inversión*. Quito: Trilas.

Baca, G. (2010). *Formulación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Baca, Gabriel. (2012). *Evaluación de proyectos*. México: Mc Graw Hill.

Bain, D. (2008). *La productividad*. España: Mc Graw Hill.

Calahorrano, O. (2014). Desafíos para fortalecer la innovación. *Anuario 2014*.

El Heraldo. (13 de 03 de 2015). <http://www.elheraldo.com.ec>. Obtenido de <http://www.elheraldo.com.ec>:
<http://www.elheraldo.com.ec/index.php?fecha=2015-03-13&seccion=Ciudad¬icia=52185>

Estrada, Patricio. (2010). *El crédito documentario y los istemas de financiamiento*. Loja: Editorial de la Universidad Técnica Particular de Loja.

Fernando, S. (2010). *Supervisión de ventas*. México: Trillas.

- García, J. (2008). *Contabilidad de costos*. España: Mc Graw Hill.
- Gómez, F. L. (2008). *Marketing en el punto de ventas*. México: Paraninfo.
- Hargadon Bernard. (2012). *Contabilidad de costos*. España: Mc Graw Hill.
- Hernández, R. (2012). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hinkelman, Edward. (2006). *Diccionario de comercio internacional*. México: Continental.
- Horngren, C. y. (2008). *Contabilidad de costos*. Argentina: Person.
- Kolpeman, D. (2006). *La productividad en las organizaciones*. Argentina: Thomson.
- Ledesma, Carlos. (2009). *Principios de Comercio Internacional*. Bogotá: Importaciones en consignación.
- López, Á. (2006). *Operaciones de venta*. México: Paraninfo.
- Manual de la Corporación Financiera Nacional. (2010). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Quito: Corporación Financiera Nacional.
- Martínez, F. (2010). *Dirección de ventas*. España: Gestión.
- Muñoz, C. (2011). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Nacional, C. F. (2010). *Manual de proyectos de inversión*. Quito: CFN.
- Nacional, C. F. (2012). *Manual de proyectos de inversión*. Quito: CFN.
- Ocampo, Eliseo. (2012). *Costos y Evaluación de proyectos*. México: CECOSA.
- Picazo, L. (2004). *Ingeniería de servicios*. México: Pearson.
- Pride William. (1985). *Marketing decisiones y conceptos básicos*. México: Interamericana.
- Rincón Augusto Carlos, Villareal Fernando. (2014). *Contabilidad de Costos*. Colombia: Ediciones de la u.

Stanton, Wiliam. (2010). *Fundamentos del marketing*. España: Mc Graw Hill.

Storne.A.F, J. (2004). *Productividad* . Argentina: Pearson.

Toso, K. (2005). *Servicio al cliente*. Argentina: Pearson.

Valderrama, S. (2010). *pasos para elaborar proyectos y tesis de investigación*.
Lima: San Marcos.

www.eluniverso.com. (16 de 06 de 2012). *www.eluniverso.com*. Obtenido de
<http://www.eluniverso.com>

Yantorno, O. (2011). *Medición y mejoramiento de la productividad*. México:
OEA.

Zapata Pedro. (2010). *Contabilidad de costos analisis para la toma de decisiones*.
Colombia: Mc Graw Hill.

Anexos

Anexo N° 01

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**FORMATO DE ENCUESTAS DIRECCIONADAS A LOS CLIENTES
POTENCIALES DE LA IMPORTADORA POSSO DE LA CIUDAD DE
AMBATO**

1.- Considera que la generación de las salvaguardias ha incrementado la demanda de producto nacional (llantas)?

Si

No

2.- ¿Considera usted que los nuevos aranceles impuestos a los productos importados, le da una ventaja competitiva a la producción nacional (llantas)?

Si

No

3.- ¿Cómo se genera una afectación positiva de las salvaguardias implementadas?

Producción nacional

Emprendimiento

4.-¿Los costos de importación de llantas conllevan a?

Competitividad interna

Dinamiza economía

5.-¿Al generar inversión interna se establece una política de costos competitiva?

Si

No

6.-¿Considera que las ventas de productos nacionales (llantas) están ganando mercado?

Si

No

7.-¿Cree ud que la colocación de productos nacionales (llantas) dependen de?

Inversión

Demanda

8.-¿Cómo califica la oferta de productos nacionales (llantas)?

Excelente

Muy buena

Buena

Mala

9.-¿Considera que la colocación de los productos nacionales (llantas) satisface requerimientos internos?

Si

No

10¿Estaría de acuerdo en consumir productos nacionales (llantas) de excelente calidad y así ayudar a la reactivación económica del país?

Si

No

Gracias por su colaboración

Anexos N° 02

Ficha de observación

<p>Ficha de Campo:</p> <p>Lugar:.....</p> <p>Fecha:.....</p> <p>Investigador:.....</p>
<p>Objeto de estudio:</p>
<p>Interpretación/ Valoración</p> <p>-----</p> <p>-----</p> <p>-----</p>

ESTADO DE RESULTADOS AÑO-2013

Importadora Posso						
ESTADO DE RESULTADOS						
DESDE: 01/01/2013	HASTA: 31/12/2013	FECHA DEL REPORTE : 24/11/2015		HORA: 18:25:47 PM		
USUARIO: ADMIN-MARIA						
Cód.Cuenta	Cuenta	Nivel 5	Nivel 4	Nivel 3	Nivel 2	Nivel 1
	4 INGRESOS					
4.1.	INGRESOS OPERACIONALES					
4.1.1.	VENTAS NETAS					
4.1.1.01.	VENTAS					
4.1.1.01.001	VENTAS	\$ (1.276.950,10)				
4.1.1.01.	TOTAL VENTAS		\$ (1.276.950,10)			
4.1.1.	TOTAL VENTAS NETAS			\$ (1.276.950,10)		
4.1.	TOTAL INGRESOS OPERACIONALES				\$ (1.276.950,10)	
4.2.	INGRESOS NO OPERACIONALES					
4.2.1.	OTROS INGRESOS					
4.2.1.01.	OTROS INGRESOS					
4.2.1.01.001	Ingresos por Cobro de Mora	\$ (3.432,91)				
4.2.1.01.004	Descuento Compras	\$ -				
4.2.1.01.	TOTAL OTROS INGRESOS		\$ (3.432,91)			
4.2.1.	TOTAL OTROS INGRESOS			\$ (3.432,91)		
4.2.	TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES				\$ (3.432,91)	
4	TOTAL INGRESOS					\$ (1.280.383,01)
	6 GASTOS					
6.1.	GASTOS ADMINISTRATIVOS					
6.1.1.	GASTOS ADMINISTRATIVOS					
6.1.1.01.	GASTOS REMUNERACION Y BENEFICIOS					
6.1.1.01.001	Gasto Sueldos	\$ 18.757,08				
6.1.1.01.002	XIII Sueldos	\$ 644,88				
6.1.1.01.003	XIV Sueldos	\$ 636,00				
6.1.1.01.006	Gasto Aporte Patronal	\$ 1.393,85				
6.1.1.01.007	Gasto Fondos de Reserva	\$ 644,88				
6.1.1.01.	TOTAL GASTOS REMUNERACION Y BENEFICIOS		\$ 22.076,69			
6.1.1.02.	GASTO SERVICIOS					
6.1.1.02.001	Gasto Luz	\$ 224,59				
6.1.1.02.002	Gasto Telefono (Convensional)	\$ 281,28				
6.1.1.02.003	Gasto Telefono (Porta)	\$ 226,88				
6.1.1.02.004	Gasto Agua Potable	\$ 10,00				
6.1.1.02.005	Gasto Alarma	\$ 324,00				
6.1.1.02.006	Gasto Arriendo	\$ 1.200,00				
6.1.1.02.007	Gasto Publicidad	\$ 291,84				
6.1.1.02.008	Gastos de Internet	\$ 214,20				
6.1.1.02.009	Gasto Buro Credito	\$ 966,86				
6.1.1.02.	TOTAL GASTO SERVICIOS		\$ 3.739,65			
6.1.1.03.	GASTOS MANTENIMIENTO COMBUSTIBLES OTROS					
6.1.1.03.001	Gasto Combustible (Moto)	\$ 932,45				
6.1.1.03.002	Gasto Combustible (Carro)	\$ 40,18				
6.1.1.03.003	Gasto Mantenimiento (Moto)	\$ 562,06				
6.1.1.03.004	Gasto Mantenimiento (Carro)	\$ 188,38				
6.1.1.03.005	Gasto mantenimiento Local	\$ 8,96				
6.1.1.03.006	Gastos Mantenimiento Equipo Computo	\$ 900,00				
6.1.1.03.	TOTAL GASTOS MANTENIMIENTO COMBUSTIBLES OTROS		\$ 2.632,03			

Importadora Posso						
ESTADO DE RESULTADOS						
DESDE: 01/01/2013	HASTA: 31/12/2013	FECHA DEL REPORTE : 24/11/2015			HORA: 18:25:47 PM	
USUARIO:ADMIN-MARIA						
Cód.Cuenta	Cuenta	Nivel 5	Nivel 4	Nivel 3	Nivel 2	Nivel 1
4	INGRESOS					
4.1.	INGRESOS OPERACIONALES					
4.1.1.	VENTAS NETAS					
4.1.1.01.	VENTAS					
4.1.1.01.001	VENTAS	\$ (1.276.950,10)				
4.1.1.01.	TOTAL VENTAS		\$ (1.276.950,10)			
4.1.1.	TOTAL VENTAS NETAS			\$ (1.276.950,10)		
4.1.	TOTAL INGRESOS OPERACIONALES				\$ (1.276.950,10)	
4.2.	INGRESOS NO OPERACIONALES					
4.2.1.	OTROS INGRESOS					
4.2.1.01.	OTROS INGRESOS					
4.2.1.01.001	Ingresos por Cobro de Mora	\$ (3.432,91)				
4.2.1.01.004	Descuento Compras	\$ -				
4.2.1.01.	TOTAL OTROS INGRESOS		\$ (3.432,91)			
4.2.1.	TOTAL OTROS INGRESOS			\$ (3.432,91)		
4.2.	TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES				\$ (3.432,91)	
4	TOTAL INGRESOS					\$ (1.280.383,01)
6	GASTOS					
6.1.	GASTOS ADMINISTRATIVOS					
6.1.1.	GASTOS ADMINISTRATIVOS					
6.1.1.01.	GASTOS REMUNERACION Y BENEFICIOS					
6.1.1.01.001	Gasto Sueldos	\$ 18.757,08				
6.1.1.01.002	XIII Sueldos	\$ 644,88				
6.1.1.01.003	XIV Sueldos	\$ 636,00				
6.1.1.01.006	Gasto Aporte Patronal	\$ 1.393,85				
6.1.1.01.007	Gasto Fondos de Reserva	\$ 644,88				
6.1.1.01.	TOTAL GASTOS REMUNERACION Y BENEFICIOS		\$ 22.076,69			
6.1.1.02.	GASTO SERVICIOS					
6.1.1.02.001	Gasto Luz	\$ 224,59				
6.1.1.02.002	Gasto Telefono (Convensional)	\$ 281,28				
6.1.1.02.003	Gasto Telefono (Porta)	\$ 226,88				
6.1.1.02.004	Gasto Agua Potable	\$ 10,00				
6.1.1.02.005	Gasto Alarma	\$ 324,00				
6.1.1.02.006	Gasto Arriendo	\$ 1.200,00				
6.1.1.02.007	Gasto Publicidad	\$ 291,84				
6.1.1.02.008	Gastos de Internet	\$ 214,20				
6.1.1.02.009	Gasto Buro Credito	\$ 966,86				
6.1.1.02.	TOTAL GASTO SERVICIOS		\$ 3.739,65			
6.1.1.03.	GASTOS MANTENIMIENTO COMBUSTIBLES OTROS					
6.1.1.03.001	Gasto Combustible (Moto)	\$ 932,45				
6.1.1.03.002	Gasto Combustible (Carro)	\$ 40,18				
6.1.1.03.003	Gasto Mantenimiento (Moto)	\$ 562,06				
6.1.1.03.004	Gasto Mantenimiento (Carro)	\$ 188,38				
6.1.1.03.005	Gasto mantenimiento Local	\$ 8,96				
6.1.1.03.006	Gastos Mantenimiento Equipo Computo	\$ 900,00				
6.1.1.03.	TOTAL GASTOS MANTENIMIENTO COMBUSTIBLES OTROS		\$ 2.632,03			

Anexo N° 03

ESTADO DE RESULTADOS AÑO-2013

6.1.1.04.	GASTO GENERALES				
6.1.1.04.001	Gasto Suministros de Oficina	\$ 254,69			
6.1.1.04.003	Gasto Suministros de Aseo	\$ 50,99			
6.1.1.04.006	Impuestos Fiscales	\$ 1.002,56			
6.1.1.04.007	Impuestos Municipales	\$ 495,75			
6.1.1.04.008	Gasto no Deducible	\$ 712,42			
6.1.1.04.009	Transporte	\$ 110,85			
6.1.1.04.	TOTAL GASTO GENERALES		\$ 2.627,26		
6.1.1.05.	GASTOS DEPRECIACIONES				
6.1.1.05.001	Gasto Depre. Equipo de Computo	\$ 524,88			
6.1.1.05.002	Gastos Dep. Muebles y Enceres	\$ 114,72			
6.1.1.05.004	Gastos Depre. Vehiculo - Moto	\$ 731,04			
6.1.1.05.	TOTAL GASTOS DEPRECIACIONES		\$ 1.370,64		
6.1.1.06.	GASTOS BANCARIOS				
6.1.1.06.01	Debitos por Gastos Bancarios	\$ 37,98			
6.1.1.06.	TOTAL GASTOS BANCARIOS		\$ 37,98		
6.1.1.	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 32.484,25		
6.1.	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$ 32.484,25	
6	TOTAL GASTOS				\$ 32.484,25
5	EGRESOS				
5.1.	COSTO DE VENTAS				
5.1.1.	COSTO DE VENTAS				
5.1.1.01.	COSTO DE VENTAS				
5.1.1.01.001	Costo de Venta	\$ 1.123.006,15			
5.1.1.01.	TOTAL COSTO DE VENTAS		\$ 1.123.006,15		
5.1.1.	TOTAL COSTO DE VENTAS		\$ 1.123.006,15		
5.1.	TOTAL COSTO DE VENTAS			\$ 1.123.006,15	
5	TOTAL EGRESOS				\$ 1.155.490,40
	RESULTADO DEL PERÍODO				\$ (92.408,36)
	UTILIDAD				\$ (92.408,36)

Anexo N° 04

ESTADO DE RESULTADOS AÑO-2014

Importadora Posso						
ESTADO DE RESULTADOS						
DESDE: 01/01/2014	HASTA: 31/12/2014			HORA: 18:25:47 PM		
				USUARIO: ADMIN-MARIA		
Cód.Cuenta	Cuenta	Nivel 5	Nivel4	Nivel3	Nivel2	Nivel1
4	INGRESOS					
4.1.	INGRESOS OPERACIONALES					
4.1.1.	VENTAS NETAS					
4.1.1.01.	VENTAS					
4.1.1.01.001	VENTAS	\$ (984.966,46)				
4.1.1.01.	TOTAL VENTAS		\$ (984.966,46)			
4.1.1.	TOTAL VENTAS NETAS			\$ (984.966,46)		
4.1.	TOTAL INGRESOS OPERACIONALES				\$ (984.966,46)	
4.2.	INGRESOS NO OPERACIONALES					
4.2.1.	OTROS INGRESOS					
4.2.1.01.	OTROS INGRESOS					
4.2.1.01.001	Ingresos por Cobro de Mora	\$ (2.335,26)				
4.2.1.01.004	Descuento Compras					
4.2.1.01.	TOTAL OTROS INGRESOS		\$ (2.335,26)			
4.2.1.	TOTAL OTROS INGRESOS			\$ (2.335,26)		
4.2.	TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES				\$ (2.335,26)	
4	TOTAL INGRESOS					\$ (987.301,72)
6	GASTOS					
6.1.	GASTOS ADMINISTRATIVOS					
6.1.1.	GASTOS ADMINISTRATIVOS					
6.1.1.01.	GASTOS REMUNERACION Y BENEFICIOS					
6.1.1.01.001	Gasto Sueldos	\$ 22.955,88				
6.1.1.01.002	XIII Sueldos	\$ 692,01				
6.1.1.01.003	XIV Sueldos	\$ 680,00				
6.1.1.01.006	Gasto Aporte Patronal	\$ 1.505,94				
6.1.1.01.007	Gasto Fondos de Reserva	\$ 1.036,56				
6.1.1.01.011	Gasto Impuesto a la Renta	\$ 1.869,86				
6.1.1.01.	TOTAL GASTOS REMUNERACION Y BENEFICIOS		\$ 28.740,25			
6.1.1.02.	GASTO SERVICIOS					
6.1.1.02.001	Gasto Luz	\$ 236,20				
6.1.1.02.002	Gasto Telefono (Convensional)	\$ 240,84				
6.1.1.02.003	Gasto Telefono (Porta)	\$ 85,00				
6.1.1.02.004	Gasto Agua Potable	\$ 207,80				
6.1.1.02.005	Gasto Alarma	\$ 327,22				
6.1.1.02.006	Gasto Arriendo	\$ 1.100,00				
6.1.1.02.007	Gasto Publicidad	\$ 410,30				
6.1.1.02.008	Gastos de Internet	\$ 216,00				
6.1.1.02.009	Gasto Buro Credito	\$ 1.062,48				
6.1.1.02.	TOTAL GASTO SERVICIOS		\$ 3.885,84			
6.1.1.03.	GASTOS MANTENIMIENTO COMBUSTIBLES OTROS					
6.1.1.03.001	Gasto Combustible (Moto)	\$ 1.116,62				
6.1.1.03.002	Gasto Combustible (Carro)	\$ 50,90				
6.1.1.03.003	Gasto Mantenimiento (Moto)	\$ 333,74				
6.1.1.03.004	Gasto Mantenimiento (Carro)	\$ 239,90				
6.1.1.03.005	Gasto mantenimiento Local	\$ 55,98				
6.1.1.03.006	Gastos Mantenimiento Equipo Computo	\$ 393,04				
6.1.1.03.	TOTAL GASTOS MANTENIMIENTO COMBUSTIBLES OTROS		\$ 2.190,18			

Anexo N° 04

ESTADO DE RESULTADOS AÑO-2014

6.1.1.04.	GASTO GENERALES				
6.1.1.04.001	Gasto Suministros de Oficina	\$	713,06		
6.1.1.04.006	Impuestos Fiscales	\$	0,31		
6.1.1.04.007	Impuestos Municipales	\$	563,44		
6.1.1.04.008	Gasto no Deducible	\$	3.458,36		
6.1.1.04.009	Transporte	\$	353,66		
6.1.1.04.010	Gasto Provision Cuentas Incobrables	\$	684,51		
6.1.1.04.	TOTAL GASTO GENERALES	\$	5.723,34		
6.1.1.05.	GASTOS DEPRECIACIONES				
6.1.1.05.001	Gasto Depre. Equipo de Computo	\$	703,64		
6.1.1.05.002	Gastos Dep. Muebles y Enceres	\$	114,84		
6.1.1.05.	TOTAL GASTOS DEPRECIACIONES	\$	818,48		
6.1.1.06.	GASTOS BANCARIOS				
6.1.1.06.01	Debitos por Gastos Bancarios	\$	169,13		
6.1.1.06.	TOTAL GASTOS BANCARIOS	\$	169,13		
6.1.1.07.	OTROS GASTOS OPERATIVOS				
6.1.1.07.01	Perdida por fallas de Fabrica	\$	14,35		
6.1.1.07.	TOTAL OTROS GASTOS OPERATIVOS	\$	14,35		
6.1.1.	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$	41.541,57		
6.1.	TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS			\$	41.541,57
6.2.	GASTOS FINANCIEROS				
6.2.1.	GASTOS FINANCIEROS				
6.2.1.01.	INTERESES BANCARIOS				
6.2.1.01.01	Gastos Intereses Bancarios	\$	9.740,07		
6.2.1.01.	TOTAL INTERESES BANCARIOS	\$	9.740,07		
6.2.1.	TOTAL GASTOS FINANCIEROS	\$	9.740,07		
6.2.	TOTAL GASTOS FINANCIEROS			\$	9.740,07
6	TOTAL GASTOS				\$ 51.281,64
5	EGRESOS				
5.1.	COSTO DE VENTAS				
5.1.1.	COSTO DE VENTAS				
5.1.1.01.	COSTO DE VENTAS				
5.1.1.01.001	Costo de Venta	\$	832.346,89		
5.1.1.01.	TOTAL COSTO DE VENTAS	\$	832.346,89		
5.1.1.	TOTAL COSTO DE VENTAS	\$	832.346,89		
5.1.	TOTAL COSTO DE VENTAS			\$	832.346,89
5	TOTAL EGRESOS				\$ 883.628,53
	RESULTADO DEL PERIODO				\$ (52.391,55)
	UTILIDAD				\$ (52.391,55)