



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE ECONOMÍA.

TEMA.

**“LA IMPORTACIÓN DE AUTOS Y SU IMPACTO EN EL MERCADO
INFORMAL DE VENTA DE AUTOS USADOS EN LA FERIA DE
AMBATO.”**

**INFORME DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE ECONOMISTA**

AUTOR: ANDRÉS VLADIMIR CUITO FREIRE

TUTOR: Dr. LUIS MARCELO MANTILLA FALCÓN Mg.

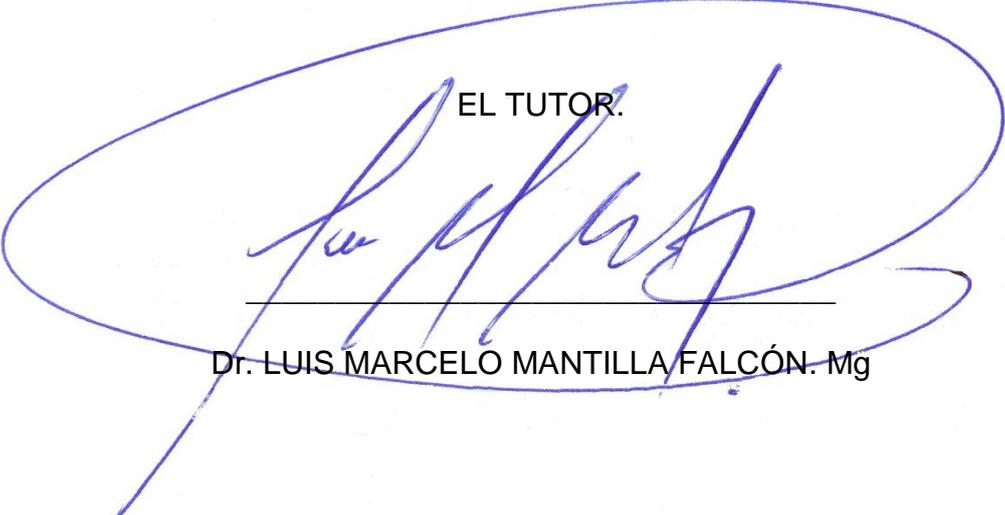
2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, LUIS MARCELO MANTILLA FALCÓN , con cédula de ciudadanía No 050164852-1 , en mi calidad de Tutor del trabajo de investigación sobre el tema: “LA IMPORTACIÓN DE AUTOS Y SU IMPACTO EN EL MERCADO INFORMAL DE VENTA DE AUTOS USADOS EN LA FERIA DE AMBATO” desarrollado por ANDRES VLADIMIR CUITO FERIRE, estudiante de la Carrera de Economía, de la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato, considero que el informe investigativo se encuentra listo para la evaluación de conformidad con el Art. 15 del Capítulo II Sistema Tutorial, del Reglamento de Graduación de Pregrado de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, febrero del 2014

EL TUTOR.



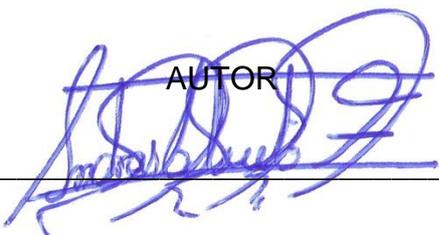
Dr. LUIS MARCELO MANTILLA FALCÓN. Mg

AUTORÍA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.

Yo, ANDRES VLADIMIR CUITO FREIRE, con cédula de ciudadanía N° 180396652-0, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el informe investigativo, bajo el tema: “LA IMPORTACIÓN DE AUTOS Y SU IMPACTO EN EL MERCADO INFORMAL DE VENTA DE AUTOS USADOS EN LA FERIA DE AMBATO”, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis y síntesis de datos y resultados son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de Investigación.

Ambato, Febrero del 2014

AUTOR



ANDRES VLADIMIR CUITO FREIRE

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

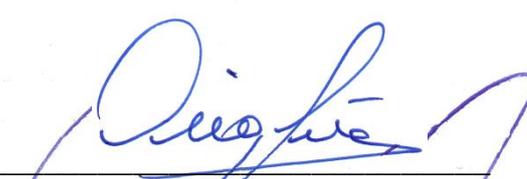
CARRERA DE ECONOMÍA

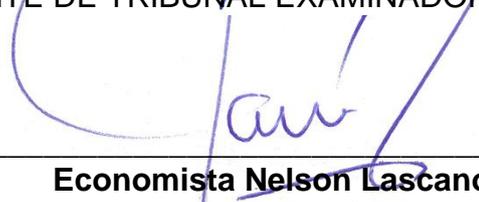
APROBACIÓN DOCENTES CALIFICADORES

Los suscritos Docentes Calificadores, una vez revisado, aprueban el informe de Investigación, sobre el tema: “LA IMPORTACIÓN DE AUTOS Y SU IMPACTO EN EL MERCADO INFORMAL DE VENTA DE AUTOS USADOS EN LA FERIA DE AMBATO”, presentado por el estudiante ANDRES VLADIMIR CUITO FREIRE, de acuerdo al Art. 15 del Reglamento de Graduación para obtener el título Terminal del tercer nivel de la Universidad Técnica de Ambato; por lo que remite el presente trabajo para uso y custodia en las dependencias de la Facultad y la Universidad.

Ambato, Febrero del 2014

Para constancia firma


PRESIDENTE DE TRIBUNAL EXAMINADOR


Economista Nelson Lascano

DOCENTE CALIFICADOR


Economista Mery Ruiz

DOCENTE CALIFICADOR

DEDICATORIA

Este trabajo lo dedico con todo cariño a mi hermano Edison, por darme la fortaleza y la confianza necesaria para seguir siempre adelante, por guiarme en el camino y acompañarme en cada paso de mi vida, a pesar de las dificultades y caídas que él tuvo siempre supo salir adelante.

MUCHAS GRACIAS HERMANO

andrés

AGRADECIMIENTO

A mi Hermano y Madre:

Porque gracias a sus consejos y gran ayuda tanto económica como moral, he logrado cumplir satisfactoriamente uno de mis objetivos que me había trazado en la vida, por esta razón estaré eternamente agradecida.

A mi novia Tatiana Baños.

Por acompañarme en las buenas y en las malas y darme su apoyo incondicional en cualquier situación.

A mi padre.

Por habernos abandonado y dejarnos sin ningún apoyo, gracias por ese acontecimiento fue el incentivo para salir adelante ante todas las adversidades que tuve en la mi vida.

A mis maestros.

Por la confianza y conocimientos, que me brindaron desde el inicio de mi carrera hasta el término de mi preparación profesional.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	i
AUTORÍA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN.....	iii
APROBACIÓN DOCENTES CALIFICADORES	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE IMÁGENES.....	xv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xvi
ABSTRACT.....	xvii
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO I.....	3
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
1.1. Tema de investigación.....	3
1.2. Planteamiento del problema.	3
1.3. Justificación.	10
1.4. Objetivos.....	12
CAPÍTULO II.....	13
MARCO TEÓRICO	13

2.1. Antecedentes Investigativo	13
2.2. Fundamentación Filosófica.....	22
2.3. Fundamentación legal	24
2.4. Categorías Fundamentales	27
2.5. Hipótesis.....	53
2.6. Señalamiento de las variables.....	53
CAPÍTULO III	54
METODOLOGÍA	54
3.1. Enfoque	54
3.2. Modalidad básica de la investigación.	54
3.3. Nivel o tipo de investigación.	56
3.5. Operacionalización de las Variables.	59
3.6. Recolección De La Información.....	61
3.7. Procesamiento de la información.	62
CAPÍTULO IV.....	63
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	63
4.1. Análisis de los resultados.	63
4.2. Interpretación de los resultados.	92
4.3. Verificación de la hipótesis.	96
Encuesta a las concesionarias.	101
CAPÍTULO V.....	109
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	109

5.1. Conclusiones.....	109
5.2 Recomendaciones.....	111
CAPÍTULO VI.....	112
PROPUESTA.....	112
6.1. Datos informativos.....	112
6.2. Antecedentes de la propuesta.....	113
6.3. Justificación.....	115
6.4 Objetivos.	116
6.5. Análisis de factibilidad.	116
6.6. Fundación teórico-práctico	120
6.7 Metodología modelo operativo	127
6.8. Administración de la propuesta.	148
6.9. Previsión de la evaluación y monitoreo de la propuesta.....	150
MATERIAL DE REFERENCIA.....	151
BIBLIOGRAFÍA.....	151
ANEXOS.....	159
La encuesta.....	159
Vistas del recinto ferial delas fachadas.	163
Contratistas, materiales y maquinarias.....	173

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 3.1. . Vendedores informales de la feria de autos Ambato.....	56
TABLA 3.2. Matriz de Operacionalización de la variable independiente: Importaciones.	58
Tabla 3.3. Matriz de Operacionalización de la variable independiente: ventas	59
Tabla 3.4. Recolección de la información	60
Tabla 4.1. Años en la actividad económica.....	64
Tabla 4.2. Provincia de procedencia.....	65
Tabla: 4.3. Amenaza de las importaciones hacia la feria de autos	66
Tabla: 4.4. Capital para trabajar.....	67
Tabla 4.5. Capital con que se trabaja	68
Tabla 4.6. Autos que traen para vender.....	69
Tabla. 4.7 Autos vendidos	70
Tabla. 4.8. Promedio de ganancia	71
Tabla 4.9. Medio de cobranza.....	72
Tabla 4.10. Cobranza segura	73
Tabla 4.11 Autos que vende una concesionaria.	74
Tabla: 4.12. De donde adquieren los autos.....	75
Tabla 4.13: percances sufridos	76
Tabla: 4.14. Periodo de rotación.....	77
Tabla 4.15. Autos comerciales.....	78
Tabla 4.16. Color del automotor.....	80

Tabla 4.17. Años de fabricación más vendidos.....	82
Tabla 4.18. Costo de ingreso.....	83
Tabla 4.19. Mejoras en la feria de autos.....	84
Tabla 4.20. Baterías sanitarias.....	85
Tabla 4.21. Espacio.....	86
Tabla 4.22 Mejoras para la exhibición.....	87
Tabla 4.23. Revisión de los autos.....	88
Tabla 4.24. Encender el auto para probar.....	89
Tabla 4.25. Presentación de los datos.....	96
Tabla 4.26. Cálculos.....	96
Tabla 4.27 estadística chi-cuadrado.....	98
Tabla 4.28 Cuantos Carros que venden al mes.....	100
Tabla 4.29 Autos en exhibición.....	102
Tabla 4.30 Qué tipo de autos vendidos.....	104
Tabla 4.31 convenio con instituciones.....	106
Tabla 4.32 Impacto de las concesionarias hacia la feria informal de autos usados.....	107
Tabla 6.1. Factor de calificación del FODA.....	129
Tabla 6.2. Matriz de ponderación Fortalezas vs debilidades.....	129
Tabla. 6.3. Matriz de ponderación oportunidades amenazas.....	131
Tabla 6.4. Análisis de los autos que pueden llegar a ser vendidos.....	132
Tabla 6.5: costo lote para feria de carros.....	137
Tabla 6.6: costo asfaltado.....	137

Tabla 6.7: construcción.....	138
Tabla 6.8: valor de la construcción	138
Tabla. 6.9 costo de ingreso por tipo de carro.....	139
Tabla 6.10 Costos de operación y mantenimiento.	139
Tabla 6.11 Flujos financieros y económicos	141
Tabla 6.12. Análisis para los carros pequeños	142
Tabla6.13 Análisis para los carros pequeños de los 6 a los 10 años.....	143
Tabla 6.14. Análisis para carros grandes.....	143
Tabla. 6.15. Proyección para los próximos	144
Tabla. 6.16. Calculo del VAN.....	145
Tabla. 6.17. Calculo del TIR.	145
Tabla 6.18. Análisis de sensibilidad.....	146
Tabla 6.19. Previsión de la evaluación y monitoreo de la propuesta	149
Tabla 6.20. Contratistas, materiales	172

ÍNDICE DE GRÁFICOS.

Grafico 1.1: Árbol de Problemas.....	7
Grafico 2.1. Red de inclusiones conceptuales.....	27
Grafico 2.2. Constelación de ideas variable independiente.....	28
Grafico 2.3. Constelación de ideas variable dependiente.....	44
Gráfico 4.1. Años en la actividad económica.....	64
Gráfico 4.2. Provincia.....	65
Gráfico 4.3. Amenaza de las importaciones hacia la feria de autos.....	66
Gráfico 4.4. Capital para trabajar.....	67
Gráfico 4.5. Capital con se trabaja.....	68
Gráfico 4.6. Autos para vender.....	69
Gráfico 4.7. Autos vendidos.....	70
Gráfico 4.8. Promedio de ganancia.....	71
Gráfico 4.9. Medio de cobranza.....	72
Gráfico 4.10. Seguridad.....	73
Gráfico 4.11. Seguridad.....	74
Gráfico 4.12. Seguridad.....	75
Gráfico 4.13. Percances.....	76
Gráfico 4.14. Rotación.....	77
Gráfico 4.15. Autos comerciales.....	78
Gráfico 4.16. Color.....	80
Gráfico 4.17. Año de fabricación.....	82

Gráfico 4.18. Costo de ingreso.	83
Gráfico 4.19. Mejoras.....	84
Gráfico 4.20. Mejoras.....	85
Gráfico 4.21. Espacio.....	86
Gráfico 4.22. Mejoras para exhibición.....	87
Gráfico 4.23. Revisión.....	88
Gráfico 4.24. Mejoras para exhibición.....	89
Gráfico 4.25. Carros vendidos al mes.....	100
Gráfico 4.26. Autos en exhibición.	102
Gráfico 4.27. Qué tipo de autos vendidos.....	104
Gráfico 4.28. convenio con instituciones.....	106
Gráfico 4.29. Impacto de las concesionarias hacia la feria informal de autos usados.....	107
Grafico 6.1. Oportunidades que ofrece una feria a los empresarios	114
Grafico 6.2. Ingreso estimado a cinco años	125
Grafico 6.3 Ingreso estimado a 5 años.	133
Grafico 6.4 Analisis para carros grandes.	135
Grafico 6.4. Organigrama estructural nuevo recinto ferial.....	138

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen: 2.1 Incoterms.	34
Imagen. 4.1. Evolución de la venta de vehiculos	91
Imagen 4.2. Curvas de chi cuadrado	95
Imagen. 4.3. Curva chi-cuadrado.....	97
Imagen 6.1: Área de ubicación de espacio recinto ferial.....	125
Imagen 6.2. Vista uno	153
Imagen 6.3. Vista dos	154
Imagen 6.4. Vista tres	155
Imagen 6.5. Vista cuatro	156
Imagen 6.6. Vista cinco.....	157
Imagen 6.5. Vista superior	158
Imagen 6.6.Vista frontal	159
Imagen 6.7. Vista lateral derecha	160
Imagen 6.8. Vista lateral izquierda.....	161
Imagen 6.9. Vista posterior.....	162

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

CARRERA DE ECONOMÍA

TEMA:

“LA IMPORTACIÓN DE AUTOS Y SU IMPACTO EN EL MERCADO INFORMAL DE VENTA DE AUTOS USADOS EN LA FERIA DE AMBATO.”

AUTOR: Andres Vladimir Cuito Freire.

TUTOR: Dr. Luis Marcelo Mantilla Falcón. Mg.

FECHA: Febrero 2014

RESUMEN EJECUTIVO

Desde años atrás, el mercado ecuatoriano en el campo automotor ha tenido un auge especial en cuanto a la comercialización de vehículos usados debido a la demanda que la comunidad ha desarrollado en la adquisición de este tipo de vehículos. En la ciudad de Ambato, una de las ciudades más importantes del país y que concentra el segundo mayor parque automotor, la venta de vehículos livianos y semipesados se realiza en dos modalidades: nuevos y usados. La línea de comercialización de autos usados tiene un gran atractivo, ya que los mismos concesionarios de vehículos nuevos tienen una división de venta de vehículos usados. Muchas personas que compraron un auto deben venderlo por múltiples razones, sea que no han podido cumplir con los pagos, mejorar en cuanto a marcas o año de producción, u otro tipo de necesidades, constituyendo esto en una buena oportunidad de comercialización y ganancia de dinero para los comerciantes, evidentemente con el cuidado y legalidad para evitar posibles problemas al adquirir y luego vender.

Descriptores: Venta, autos, mercado, comisión, cambio

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO

CAREER OF ECONOMY

THEME:

“IMPORT CAR AND ITS IMPACT ON THE INFORMAL MARKET SALE OF USED CARS IN FAIR AMBATO”

AUTHOR: Andres Vladimir Cuito Freire.

TUTOR: Dr. Luis Marcelo Mantilla Falcón. Mg

DATE: February 2014

ABSTRACT

From years ago, the Ecuadorian market in the automotive field has had a special boom in terms of marketing of used vehicles due to the demand that the community has developed in the acquisition of this type of vehicle. In the city of Ambato, one of the most important cities of the country and accounts for second largest vehicle fleet, the sale of light vehicles and medium-duty is performed in two ways: new and used. The marketing line used car has great appeal, since the same new car dealers have a division for used vehicles. Many people who bought a car should sell for many reasons, whether they have been unable to meet the payments, improve about brands or year of production, or other needs, constituting this a good marketing opportunity and gain money for merchants, evidently with care and to avoid legal problems by acquiring and then selling.

Key words: Sale, cars, market committee, change

INTRODUCCIÓN

En el mercado automotor es notorio el incremento que tiene la comercialización de vehículos usados a través de los mismos concesionarios que paralelamente a la venta de vehículos nuevos ubican un patio con carros usados que han sido encargados para la venta o aquellos que por incumplimiento de los adquirentes no han podido ser pagados de forma puntual. Por otra parte, muchas personas de forma libre y por muchos años vienen desarrollando esta actividad con capitales que han sido financiados muchas veces a los bancos locales o, a las financieras.

Desde el punto de vista de la comercialización, los vendedores de vehículos de forma particular son vendedores informales, no así los concesionarios que son empresas jurídicamente establecidas.

La informalidad que distingue al mercado de autos usados, hace difícil determinar a ciencia cierta el monto de dinero que este mercado mueve, la forma de pago, los problemas legales inmersos y la inseguridad a la que se exponen los compradores y vendedores de la ciudad de Ambato o de otras ciudades del país en que se realiza este tipo de comercialización.

Este trabajo está estructurado de la siguiente manera.

Capítulo I, tiene a cabo la formulación y planteamiento del problema, en el que se encuentra el análisis crítico, pronosis, desarrollo de preguntas directrices, como la justificación y establecimiento de los objetivos del proyecto.

El Capítulo II, se encuentra el marco teórico y conceptual, el cual poseemos como guía la revisión de los antecedentes investigativos, el establecimiento de la fundamentación filosófica y fundamentación legal; y al final el señalamiento de las variables y la hipótesis

En el Capítulo III, se establece el tipo de metodología que se va a aplicar durante el trabajo de investigación, incluyendo el tipo de investigación utilizada, la determinación de la población y muestra, las técnicas de recolección de los datos de investigación.

En el Capítulo IV, en este capítulo se aplica el análisis e interpretación de los datos llegando a la comprobación de la hipótesis planteada en el árbol de problemas.

En el Capítulo V, en este capítulo se redactan las conclusiones y recomendaciones que la investigación brindó a través de la herramienta que se utilizó para la recolección de la información.

En el capítulo VI, se plantea una propuesta que tenga una solución al tema de la tesis.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Tema de investigación.

“La importación de autos y su impacto en el mercado informal de venta de autos usados en la feria de Ambato”.

1.2. Planteamiento del problema.

1.2.1. Contextualización

1.2.1.1. Macrocontextualización.

Uno de los sectores con más aumento en la comercialización, aceptación y producción mundial, es el automotriz, intensificado por una dinámica y reestructuración tecnológica y salvaguardia en la creación de nuevos modelos por la alta competencia que existe en el mercado. Los principales países productores de vehículos en el mundo son Estados Unidos, Japón, China, y México, que tras la finalización de la segunda guerra mundial, los gobiernos de estos países inyectaron capital para la producción masiva de vehículos.

De acuerdo con el estudio de Zacnicte, (2008) “En los últimos años, la industria automotriz china ha crecido de manera considerable y también se ha convertido en la principal preocupación para el gobierno chino. Se le ha visto como una de las industrias de fomento para el desarrollo de dicho país”. El crecimiento que ha experimentado, sobre todo desde su entrada a la Organización Mundial del Comercio, supera 200% (OMC, 2006); esto ha provocado diferentes opiniones en la industria a nivel mundial, por un lado la calidad de los productos se pone en duda, pero, por el otro contribuye de manera sorprendente al comercio internacional, lo que lo ha llevado a convertirse en el tercer

productor de automóviles a escala mundial (OCDE, 2006), sólo después de Estados Unidos y Japón.

Estados Unidos participaba en el mercado con la conocida empresa General Motor, Chrysler y Ford, que tenían un estándar en sus modelos que se caracterizaban por ser grandes, de alto cilindraje y lujosos, sin dejar de lado sus precios elevados; mientras tanto en Asia se especializaron en la creación de autos pequeños y económicos de igual rendimiento, disminuyendo el mercado de actuación de Estados Unidos; la creación de automóviles de bajo cilindraje y económicos tuvieron como objetivo los mercados latinoamericanos, direccionados a las población de clase media, en cuanto los automotores lujosos se direccionan a países industrializados, como en Estados Unidos y Europa.

En Latinoamérica, existen países productores y consumidores de vehículos, entre los que podemos mencionar a Ecuador, Colombia, Perú y Bolivia, que pertenecen a la Comunidad Andina (CAN).

Según la Comunidad Andina, (2013) En el año 2012, las importaciones de vehículos nuevos en la Comunidad Andina crecieron en 11 por ciento, al pasar de 432 mil vehículos en el 2011 a 479 mil en el 2012. Perú, fue el país que presentó el mayor incremento de importaciones de vehículos automotores, con el 32 por ciento, respecto a lo observado en el año anterior, asimismo Bolivia y Colombia presentaron aumentos en las importaciones de vehículos nuevos de 15 y 4 por ciento, respectivamente; mientras que, Ecuador registró una disminución de 22 por ciento.

El incremento de importación de vehículos nuevos ha abierto las puertas a un nuevo estilo de comercialización de vehículos, debido a que las nuevas tendencia del mercado es cambiar de modelo cada dos años, los automotores se venden como de segunda mano o usados, atractivos para las personas de bajos recursos económicos.

1.2.1.2. Mesocontextualización

El sector automotor tiene una participación importante en la economía del país debido a los ingresos que genera en todas las actividades económicas directas e indirectas que involucra a las empresas del Ecuador que empezaron a realizar implementaciones metodológicas como las publicitarias, facilidad de crédito para mejorar el volumen de ventas y ser más competitivas. Las empresas comercializadoras de vehículos nuevos conocidos como concesionarias son las encargadas de importar los vehículos al país con las marcas más aceptadas en el mercado, en el resumen estadístico mensual de la publicación de Patio de Autos (2011), las marcas más comercializadas y aceptadas en el país son las siguientes Chevrolet 47.6%, Hyundai 11.8%, Nissan 8.4% y Toyota 6.3%, siendo este el principal elemento para el nacimiento y desarrollo del mercado de automotores usados, en consecuencia, de la idiosincrasia ecuatoriana, que es la actualización frecuente del modelo del automotor así como también la falta de solvencia de los adquirente de los vehículos se ven obligados a venderlos sin que este llegue al final de su vida útil. Según PRO ECUADOR (2013), Se debe destacar que la industria automotriz ha impulsado a otras industrias del sector productivo como la siderúrgica, metalúrgica, metalmecánica, minera, petrolera, petroquímica, del plástico, vidrio, electricidad, robótica e informática, industrias claves para la elaboración de los vehículos. De este modo, el sector automotriz integra a diferentes actores, tanto para las firmas autopartistas proveedoras de partes y piezas; así como para las ensambladoras que son las firmas que imponen los estándares productivos de la cadena.

Según Baños (2013) “Gracias a este sector de actuación automotriz el mercado de vehículos usados, es una manera de vida que da sustento a más de 20000 familias ecuatorianas, este es un valor subestimado debido a que los comerciantes informales de vehículos usados no

tienen la obligación de declarar sus ventas anuales frente al servicio de rentas internas (SRI) o ante otra entidad pública reguladora”

En la zona tres, constituido por las provincias de Chimborazo, Tungurahua, Cotopaxi y Pastaza con sus correspondientes capitales Riobamba, Ambato, Latacunga y el Puyo respectivamente, tienen la mayor actividad comercial de autos usados en el país, teniendo en común que los días de exhibición vehicular son los sábados, domingos y lunes, localizados en áreas reubicadas por los gobiernos descentralizados de cada provincia, pero por tratarse de una forma de comercio informal no reciben la atención necesaria para la cantidad de personas que concurren semanalmente a dichos puestos de trabajo, esto ocasiona que disminuya la afluencia de posibles compradores de vehículos, ya que requiere de una exhaustiva caminata a lo largo de una avenida sin señalización, servicios higiénicos y vigilancia policial, causando molestias tanto a los consumidores como residentes de esta área.

1.2.1.3. Microcontextualización

En la ciudad de Ambato alrededor de 3 mil autos, aproximadamente, se comercializan en la feria de vehículos usados localizado en la Parroquia Terremoto sector Picaihua, que se realiza los días Lunes y Martes, desde muy tempranas horas.

Picaihua, es el lugar de concentración más importante del centro del país, debido a que los comerciantes que llegan, no sólo son del lugar, sino también de todas las latitudes del Ecuador; a pesar de ser un lugar comercial de gran acogida se ve desprovisto de baterías sanitarias móviles, seguridad policial, pero sobre todo, un centro de revisión de autos, donde el cliente tenga la certeza de lo que compra, no venga de dudosa procedencia, porque el avance de la tecnología tanto informática como mecánica provee de mecanismos para adulterar datos digitales y físicos del automotor.

Otra de las amenazas potenciales, diferente a la despreocupación de la alcaldía son, las cocesionarias de autos nuevos y usados, porque estas brindan un servicio más personalizado hacia los posibles compradores locales, provinciales, regionales y nacionales, con una atención más confortable, segura y con acceso a un financiamiento con planes de pagos al alcance económico de quien lo quiera adquirir, que en comparación con la feria de carros usados, la compra se la realiza de contado o mediante un depósito a la vista para la transferencia del bien.

Estas son, una de las amenazas más potenciales que los comerciantes informales de vehículos usados ven día a día que van creciendo a pasos agigantados, y van tomando campo en el mercado de vehículos usados.

1.2.2. Análisis crítico

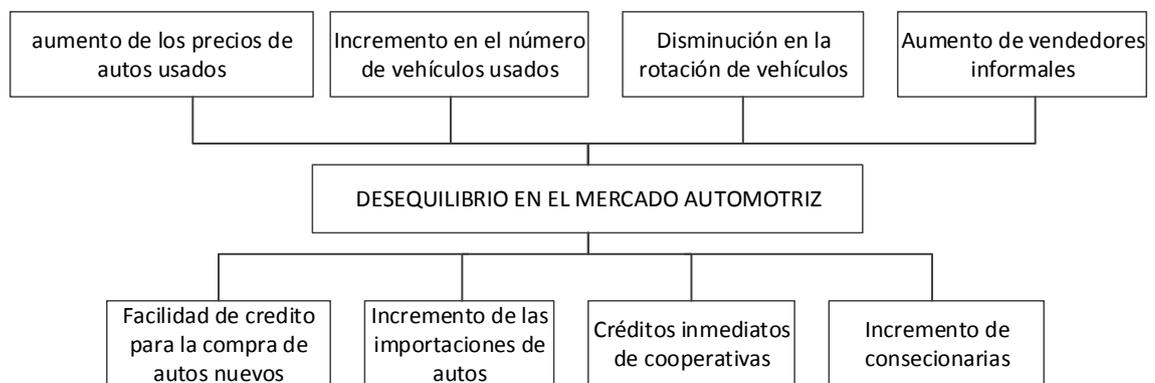


Grafico 1.1: Árbol de Problemas.
Elaborado por: Andrés Cuito Freire

En el Ecuador existe una barrera arancelaria para la importación de vehículos establecida en la resolución nº 66 del COMEX que resuelve en el artículo 1 del Comité de Comercio Exterior (2012). Se establece una restricción cuantitativa anual de importación para vehículos clasificados en las subpartida: 8703900091, 8704311090, 8704211090, 8703210090,

8703329090, 8703221090, 8703321090, 8703331090, 8703231090, 8703339090, 8703319090, 8703900099, 8703229090, 8703249090, 8703241090 y 8703239090, en los términos establecidos en el Anexo I de la presente Resolución. La restricción cuantitativa está fijada por unidades de vehículos y por valor. De esta manera, los importadores deberán respetar los dos parámetros en forma conjunta para poder nacionalizar sus mercancías, que es de cien mil al año, lo cual sería una ayuda para el cierre de la fuga de capitales, pero aun así es un gran número de vehículos vendidos por cada firma concesionaria establecida en el país, creando un desequilibrio en el mercado automotriz, estableciendo un aumento en la inflación de precios de automotores.

Debido a que existe esta restricción arancelaria, para mantener los niveles de ventas de automotores nuevos, la solución es; la producción y ensamble de las mismas, así como lo indica en el Informe anual de la CAN (2013) “La producción de vehículos en Ecuador creció en 7 por ciento, en relación al año 2011; mientras que Colombia descendió en 3 por ciento.”

De esta manera los concesionarios poseen en sus inventarios los vehículos del año importados, para su exhibición y comercialización, y los vehículos ensamblados en el país para su exportación.

Una de las preocupaciones que afrontan tanto el gobierno como los vendedores informales de vehículos usados, es la facilidad de crédito que otorgan las concesionarias y patio de carros para la adquisición de vehículos, así como las cooperativas de ahorro y crédito constituidas en el territorio ecuatoriano, que se basa en el financiamiento en la compra de un automotor, dejando como garantía el vehículo a obtener, estas son las principales razones por la cual se crea una inestabilidad en el mercado automotriz, debido a que los compradores no cuentan con la liquidez y sostenibilidad para cancelar las deudas con estas instituciones, incrementando el número de autos de segunda mano o usados en el

mercado de recompra. Los precios para la adquisición de los vehículos usados, se rige a los precios de las concesionaria; los comercializadores de vehículos usados toman como referencia estos valores, para dar un estimado de valor a ser vendidos en el mercado, saliendo a un precio menor al establecido, en un mercado formal, esto causa que los autos usados sean más atractivos a los potenciales compradores.

Los precios en el mercado informal de vehículos usados, causa un estancamiento en la rotación de los inventarios de las concesionarias y patios de carros, debido a que sus precios por políticas institucionales, no pueden ser más bajos que los ya establecidos, a lo que responden con promociones y publicidad agresiva hacia el mercados de compradores de vehículos.

1.2.3. Prognosis.

La presente investigación se enfoca al mercado informal de vehículos usados ubicada en la ciudad de Ambato, tratándose del segundo lugar de comercialización masiva de automotores usados del país, que corre el riesgo de desaparecer debido a la facilidad de créditos, el incremento de la producción y ensamblaje de vehículos, el aumento de las concesionarias de vehículos usados, así como también de la negligencia del manejo, por parte del gobierno autónomo descentralizado Ilustre municipalidad de Ambato, en la creación de un lugar adecuado para este tipo de intercambio, dejando a 1500 familias sin un sustento de vida, así como también de fuentes de trabajos para personas que no poseen un nivel de estudio superior, y el cierre de distintos establecimiento de expendio de comida preparada y de primera necesidad en el sector.

1.2.4. Formulación del problema.

¿Cómo impacta la importación de autos en el mercado informal de la feria de autos de Ambato?

1.2.5. Interrogantes.

- ¿Cuál es el impacto de la restricción arancelaria en la importación de vehículos en la ciudad de Ambato?
- ¿Existen un ente regulador en la comercialización de vehículos usados en la ciudad de Ambato?
- ¿Cuál sería la solución para que exista un ambiente óptimo para la comercialización de vehículos usados en la ciudad de Ambato?

1.2.6. Delimitación del objeto de investigación.

De contenido:

Campo: Economía.

Área: Comercialización.

Aspecto: Importación de autos y el mercado informal.

Espacial: zona de influencia de la feria de autos Ambato sector Terremoto parroquia Picaihua

Temporal: la presente investigación se realizó en base a la información del año 2013.

1.3. Justificación.

Es pertinente e importante tomar en cuenta el impacto que causan las importaciones de autos con relación al mercado informal en la feria de autos de Ambato, debido a que la feria de autos usados se ha venido ejecutando varios años atrás, y han formado parte importante de la economía de la ciudad.

Las importaciones de vehículos nuevos así como sus partes para el ensamble, tienen como finalidad el consumo masivo dentro del país,

por medio de la publicidad se ha creado la tendencia al cambio de modelo vehicular cada 100 mil kilómetros, o pasado el tiempo de depreciación que son de 5 años, esto ha ocasionado que se abra un nuevo mercado para vehículos usados, siendo el sustento de varias familias no solo en la ciudad de Ambato, sino a nivel nacional.

En Ambato la comercialización de autos usados es el sustento de alrededor 1500 familias, que a través del tiempo se ha venido efectuando en la avenida Pitágoras ubicada en la parroquia Picaihua, sin control policial e intervención del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato, de tal manera que esta actividad económica se ha efectuado en un ambiente de escasas de vigilancia y seguridad policial, de servicios higiénicos y de espacios amoblados para la negociación entre las partes intervinientes en la compra-venta de autos.

Es de gran importancia que el GAD de Ambato actúe en este mercado económico, debido a que existe una gran concurrencia de personas tanto de la ciudad como de otras ciudades del país, que por falta de atención causa una mala impresión y desconfianza de la feria de autos usados. Es por tal motivo que es importante la reubicada de la feria de autos usados y obtenga la debida atención con los servicios básicos así como también de vigilancia y regulación tributaria.

Por medio de la reubicación, la feria dejaría ser parte del mercado informal, y llegar a formar parte del mercado formal, por medio de la declaración de tributos para el gobierno, y la legalización de contratos de compra-venta, convirtiéndose en un acto legal.

Finalmente, con la creación de un recinto ferial en la cual se pueda efectuar la feria de carros usados, el GAD de Ambato perseguiría el cumplimiento de su visión, así como también sería un proyecto dentro del ámbito social, que puede ser financiada tanto con fondos públicos como de entidades financieras internacionales, debido a que su

creación conllevará a beneficios mutuos para la ciudadanía, cumplimiento con varios requisitos de entidades financieras internacionales que podrán ayudar con la inversión como una donación por concepto de transporte, comunicación y desarrollo de la ciudad.

1.4. Objetivos.

1.4.1. General.

Investigar el impacto de la importación de autos hacia el mercado informal de autos usados en la feria de Ambato evaluando las pérdidas causadas hacia los vendedores informales por las concesionarias.

1.4.2. Específicos.

- Determinar el número de autos importados por las concesionarias en la ciudad de Ambato, identificando hacia qué sectores van dirigidos principalmente estos productos que pueden ser dirigidos para uso doméstico, trabajo, gubernamental.
- Establecer el número de autos vendidos para la regularización y recaudación de precios e impuestos para el mercado informal de venta de carros usados.
- Proponer un plan de reubicación para el mercado informal de venta de autos usados en Ambato para que exista un ambiente óptimo para la comercialización de estos.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativo

En la investigación de Moreno Ramírez y Naranjo Celorio (2002) sobre “La Industria Automotriz Nacional, una estimación de su Situación, Estructura y Económica, Eficiencia y Argumentos para su desregulación”, para la metodología de investigación, hace un análisis detallado de la Industria Automotriz Nacional, sobre su estructura, comportamiento, situación actual desde el punto de vista económico, financiero, eficiente y finalmente social, quien utilizó 44 datos en series trimestrales desde el primer trimestre del año 1990 hasta el cuarto trimestre del año 2000, con la finalidad de obtener un modelo econométrico en función de demanda trimestral de los autos nacionales, y así tener una idea del desempeño que ha tenido y tiene en la actualidad, para poder obtener conclusiones sobre la misma. Una vez terminada la recolección de información, sobre la industria Automotriz Nacional, para la aplicación del modelo econométrico, los autores llegaron a estas conclusiones, entre otras; a) Al analizar la estimación de la función de la demanda trimestral de los autos de ensamble nacional, tomamos los coeficientes tanto del ingreso (2.086) y del precio (-0.839) ya que estos en nuestro modelo logarítmico representan las elasticidades ingreso y precio respectivamente, como es obvio, la demanda es más sensible al ingreso que a los precios mismos de los vehículos, casi tres veces más en nuestro mercado automotriz nacional. Aunque es común que los vehículos tengan una elasticidad precio alta según la evidencia empírica, en nuestro caso esto otorga características más que de bien superior al vehículo, muestran la gran sobre valoración de los vehículos en el mercado ecuatoriano, b) La constante innovación tecnológica obligó a las transnacionales automotrices a exportar el capital productivo, que ya se había vuelto obsoleto en los países centrales, hacia los países periféricos en donde tal

tecnología podía revalorizarse. Tal circunstancia convierte al Ecuador en receptor de un proceso tecnológico que no transforma nada, esto es el ensamblaje que utiliza la materia prima elaborada en otros países para que sea soldada y adecuada a nivel nacional, c) El conocimiento preciso de los diferentes procesos por los que atraviesa la elaboración del producto, permitió que las empresas transnacionales localicen su producción en varios países, especializando a las empresas receptoras en las diferentes etapas, formando así una red intra-periférica; en el Ecuador, las empresas transnacionales asumen este papel al importar los conjuntos arancel nacional para las partes y piezas, Chronic Kidney Disease (CKD) de otros países periféricos como el Brasil, en donde se encuentra una de las mayores filiales de la General Motors. Las ensambladoras nacionales, además de haber requerido de la inversión inicial extranjera para poder constituirse, necesitan continuamente de la financiación de las importaciones de los productos CKD, partes y piezas y costos de componentes locales, cuyos precios han tenido una tendencia creciente y en consecuencia, se ha afectado seriamente el balance de pagos del país, d) La continua necesidad de financiamiento, para renovar las líneas de producción en la medida que lo exige el parque automotor y los constantes cambios tecnológicos, permite la vinculación de este sector con la banca financiera Internacional, hacia la cual se transfieren remesas por concepto de capital e intereses, e) La dependencia tecnológica que se determina por los Contratos de Asistencia Técnica entre las empresas extranjeras y las nacionales, garantizan a su vez un mercado permanente por el flujo constante de repuestos y de servicios de mantenimiento, ya que la venta de un proceso o de un equipo que está sujeto a permanente actualización, origina la necesidad de futuros contratos de asistencia técnica, f) Las empresas automotrices se han visto constantemente afectadas por factores como la paridad sures dólar, el endeudamiento empresarial en divisas, la escasez misma de divisas, los altos precios de venta de los vehículos así como su reducida competitividad y el deterioro constante del poder adquisitivo de la población que ha producido bruscas

contracciones de la demanda más de una vez, g) Es así como las empresas que originalmente se dedicaban a la producción de buses para transporte de pasajeros y otros vehículos pesados, se vieron obligadas a re direccionar su producción hacia vehículos livianos, pues el precio de los dos primeros resulta elevado como para que una empresa de transportes pueda absorberlo y al no haber financiamiento la adquisición de este tipo de productos la demanda se reduce notablemente, h) El empleo generado es reducido en función del tamaño de la inversión debido a las características de los procesos productivos de las empresas dedicadas a la actividad automotriz en donde las tecnologías incorporadas son excluyentes de ocupación extensiva, i) Tal situación se debe a los altos niveles de especialización y de mecanización del sector. Durante el proceso, la intervención de mano de obra calificada es fundamental para lograr los índices de calidad en cada uno de los procesos de producción, pero esto no permite incorporar una gran cantidad de obreros. Las capacidades instaladas actuales son subutilizadas, j) Aun así, las capacidades instaladas actualmente, son insuficientes para enfrentar la demanda, por el momento y durante varios años, se tendría que seguir recurriendo a las importaciones para poder satisfacer los requerimientos de renovación del parque automotor ecuatoriano, k) La gran especialización del sector, demanda una tecnología y conocimientos específicos que no pueden ser absorbidos por cualquier industria. Los altos niveles de automatización y el proceso mismo de ensamblaje de partes y piezas no permite una elevada incorporación de valor agregado el mismo que además de haberse ido reduciendo frente a la producción es transferido al exterior a través de la participación de utilidades de accionistas extranjeros, a través de intereses pagados a la Banca Internacional y mediante los contratos de Asistencia Técnica y uso de marca firmados con empresas transnacionales, l) La estrechez del mercado interno y la imposibilidad de concurrir a un amplio mercado internacional genera un círculo vicioso en el que la productividad no se estimula por lo reducido del mercado y este

no se ensancha hasta su pequeño potencial por la falta de calidad y altos precios de los productos, m) La brecha en costos entre productos nacionales e importados se originó entre otras razones por el número de líneas y modelos producidos por las empresas que compiten por un mercado; las armadoras, en lugar de buscar mejores precios mediante mayor productividad, buscan ganar clientes mediante la diferenciación de productos ofreciendo variantes sobre las mismas líneas de producción. Los automóviles ensamblados nacionalmente, han registrado incrementos anuales de precio de hasta el 120% promedio hasta la década pasada (incluyendo la devaluación), lo que comparado con la constante reducción del poder adquisitivo, crea una disminución de la demanda que incide en menores producciones de ensambladoras y en una falta de renovación del parque automotor, n) En el sector automotriz, las empresas transnacionales: General Motors⁴⁰, Mack Inc. Truck y la Corporación Andina Comercial, entre otros, se han asociado con el capital nacional, formando empresas mixtas, con lo cual han obtenido tratamientos privilegiados; establecidos en la legislación y, además contrarrestan los efectos de las barreras proteccionistas al comercio internacional creando empresas en cuya participación encuentran márgenes de beneficio y les permiten defender sus porciones de mercado, o) La exoneración de derechos arancelarios que hubieron en la compra de maquinaria y equipo, en la adquisición de materia prima básica para la elaboración del producto final, así como la exoneración pagos de impuestos, timbres y otros, unido a las políticas crédito a largo plazo y con tasas de interés preferenciales, no han sido siempre aprovechadas por el sector automotriz sino que debido a las modalidades de financiamiento establecidos con los distribuidores, han sido estos los que se han beneficiado, tergiversando el espíritu de las leyes, p) En lo que se refiere al capital, las empresas transnacionales que se han introducido en el sector automotor, en países periféricos como el Ecuador, cuya incorporación no parecería tener lógica por lo reducido del mercado, tuvieron su razón de ser en las posibilidades de incurrir en el mercado ampliado del Pacto Andino, además de

garantizar la comercialización de los productos que fabrican sus filiales ubicadas en otros países periféricos, q) La política de sustitución de importaciones, establecida como protección a la naciente industria ecuatoriana, fue un marco propicio para la incursión de las empresas transnacionales las mismas que introdujeron sus capitales en los sectores industriales considerados de punta, siendo los únicos que podían abastecer una demanda de bienes que no se producían ni se importaban sino dependiendo de la magnitud de divisas disponibles, r) La política de protección arancelaria se ha dirigido a permitir que el vehículo de ensamblaje nacional sea competitivo con sus similares internacionales.

Sin embargo, los objetivos básicos de esta política no se ha realizado, este hecho se confirma al introducir el análisis de protección efectiva del producto, lo que nos revela en primer lugar que no siempre aquellas unidades que necesitaban de protección la hayan recibido, mientras que en otros casos, la protección ha sido excesiva escondiendo únicamente ineficiencia. El desarrollo de la industria automotriz medido en la rentabilidad de las empresas ensambladoras y el valor agregado que genera tal producción, no han justificado ni justifican hasta ahora tal protección, s) La consecución de los programas de mercado ampliado del Pacto Andino o el CAN, no se avizora como una próxima realidad, las incipientes exportaciones son mínimas (un carro exportado a la región por 5 importados a nivel mundial) y en total la balanza automotriz sigue negativa, además la diferencia entre la producción andina cerca de 90 mil autos frente a la producción del MERCOSUR (Brasil y Argentina) 3 millones nos dan una idea de la ineficiencia del modelo regional, por tanto, las metas de crecimiento de la industria automotriz no pueden obtenerse al interior de un país pequeño como lo es el Ecuador, t) La industria automotriz ha generado la implantación de fabricantes de componentes, los mismos que a pesar de haberse desarrollado no llegan a representar una parte significativa el producto final (la integración nacional en promedio está alrededor del 16%. Y el 80% de los componentes de esas industrias se importa). De otra parte, las mismas

empresas transnacionales se han localizado en el sector de abastecimiento de componentes, no solo a través de Asistencia Técnica que garantiza los niveles de calidad exigidos para los productos, sino incluso formando parte accionaría de las empresas proveedoras de tales productos, u) Finalmente es obvio tras los diversos análisis y siguiendo los criterios de evaluación económica y social, que la Industria Automotriz no ha sido ni es rentable para la sociedad Ecuatoriana, retiene recursos que pueden dirigirse a otras actividades y beneficia exclusivamente a los promotores de la misma, lo más grave es que estos réditos son en su mayoría para el extranjero, lo cual confirma una triste política proteccionista que finalmente subsidia capitales extranjeros en detrimento de los consumidores locales.

Hace una década el sector automotriz da un gran giro en la economía del país, en la comercialización de partes, accesorios y vehículos ensamblados. En el año 2000 el país acababa de pasar la crisis financiera la cual desestabilizó la economía del país, y hubo un cambio de moneda, lo cual entorpeció en comercio interno en el país, debido a que el tipo de cambio, empobreció a las familias ecuatorianas, lo cual en la actualidad se trata establecer una economía restrictiva para que la fuga de capitales y el ingreso de vehículos disminuya y así se cree ensambladora y producción de vehículos nacionales, y de cierta manera estabilizar la economía en el Ecuador.

En la investigación de Huamán Rivas (2010) sobre el "Estudio de Pre Factibilidad para Industrializar y Comercializar Automóviles mediante una planta de ensamblaje automotriz en el Perú" se planteó como objetivos; a) Evaluar la viabilidad técnica, económica y financiera para la industrialización y comercialización de automóviles mediante una planta de ensamblaje automotriz, en el Perú, b) Analizar el entorno del rubro automotriz en nuestro país considerando sus antecedentes, su situación actual, su legado y las distintas variables que lo afectan, c) Analizar la oferta y demanda del mercado automotriz para poder identificar el

mercado objetivo y proponer una estrategia competitiva y mezcla comercial eficientes, d) Determinar la localización óptima de la planta automotriz considerando aspectos tecnológicos y económicos para ofrecer automóviles de alta calidad y ecoeficientes, e) Identificar cuáles son las metodologías, técnicas o procedimientos más adecuados para asegurar una continuidad de operaciones de una planta de ensamblaje automotriz, f) Analizar si la implementación de una planta de ensamblaje automotriz en nuestro país es económicamente y financieramente rentable. La metodología aplicada en la investigación es un Estudio de Mercado como base para el desarrollo posterior de los estudios Técnico o de Ingeniería y el Económico. Una vez realizada el estudio de mercado para la instalación de una Planta de ensamblaje en el Perú, se llegó a las siguientes conclusiones; a) El mercado de autos nuevos está creciendo rápidamente en el país, ya que en los últimos años ha logrado ventas record de 94,000 unidades vendidas y un crecimiento promedio anual de 65%, lo cual deja ver que definitivamente es una inversión acertada el abrir una planta de ensamblaje de autos en el país, porque permitirá dinamizar aún más el mercado y poder ofrecer automóviles y camionetas a precios más bajos, b) La ubicación propuesta para que la planta automotriz se encuentre en el Callao es justificada con el estudio de localización desarrollado en este proyecto, con el cual cuantitativa y cualitativamente se demuestra que dicha zona es la más adecuada por tener cercanía al puerto, por disponibilidad de terreno, por ser zona estratégica para abrirse a nuevos mercados y por el tema de ahorros en transporte de mercaderías, fletes con los proveedores y clientes, c) El diseño de una planta de ensamblaje automotriz con una capacidad de producción anual de 20,000 autos es idóneo, pues aunque en los primeros años sólo se saque ventaja del 7%, 17%, 28% y así sucesivamente de la capacidad de producción anual, no se tiene inconvenientes de fabricación para la demanda estimada en los 10 años de evaluación del proyecto, d) Gran parte de la inversión hecha para la implementación de la planta se debe a la compra o adquisición del terreno

de 10ha, que representa aproximadamente el 50% de la inversión total, porque la inversión hecha en edificaciones, instalaciones de maquinaria y acabados de la planta representa sólo el 19% de la inversión y el 31% restante está distribuido en equipos, maquinaria, materia prima, recursos humanos y otros para garantizar la operación continua de la planta los primeros meses, e) El proyecto es viable económica y financieramente hablando ya que sus indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) demostraron que la rentabilidad es segura para los inversionistas, incluso considerando un costo de oportunidad del 20%, y en escenarios de sensibilidad poco optimistas para el negocio en cuanto a variaciones de las ventas y del costo de materia prima así como en el análisis de sensibilidad con simulación y números aleatorios.

Perú es uno de los países latinoamericanos que posee el libre ingreso de vehículos usados y nuevos con el pensamiento que se incrementaría 2500 puestos de trabajo, dando poder adquisitivo a las personas que no podían comprar un auto nuevo, creando una competencia desleal, en referencia a los precios de venta.

La información obtenida en la investigación de Rivas (2010), la importancia de establecer medidas en los mercados e importación de vehículos nuevos y usados, para estabilizar la economía, fomentando la creación de ensambladoras de autos, y elevar el poder adquisitivo de las personas con bajos recursos económicos mejorando su estilo de vida así como dar la oportunidad de poseer un vehículo a todas las familias a pesar de sus ingresos.

En la investigación de Barzallo Guachichullca y Marín Duchí (2012) sobre Estudio de los Aspectos Tributarios e Importaciones en el Sector Automotriz en el Periodo 2012, se planteó como objetivos; a) Difundir información relevante y suficiente que indique el efecto de las políticas gubernamentales en el precio final del sector automotriz; y, sus derechos y obligaciones que el marco legal tributario exige al sector, b)

Revisar de manera global el marco legal tributario que preside al sector automotriz, c) Revisar de manera global los aspectos de los tributos y de las importaciones del año 2012, d) Desarrollar un ejercicio con datos supuestos sobre la importación de un vehículo, y cargar las obligaciones tributarias aplicadas y analizar su efecto en el precio final del bien. La metodología aplicada por los investigadores es utilizar el método deductivo, para alcanzar los objetivos o dar una respuesta concreta al problema presentado, es importante obtener conocimientos teóricos e investigativos, utilizando procedimientos lógicos.

Por lo que se descubrirá las importaciones y los tributos del sector automotriz en el Ecuador, las principales actividades de la industria automotriz y su normativa regulatoria, así como la contabilización de las operaciones para la importación de un vehículo y su respectiva liquidación. Una vez obtenida la información, fue procesada y se obtuvo las siguientes conclusiones; a) Siendo que el Sector Automotriz es muy sensible a las políticas gubernamentales hemos considerado muy importante el estudio de los tributos que influyen en esta alza de precios tanto para el importador como para el consumidor final, b) La afectación directa al consumidor final cuando adquiere bienes importados por la falta de información sobre las importaciones y sus tributos a cancelar como son: el Ad-valorem, el ICE, y el IVA; todos estos se incorporan al precio de venta al público, c) El estudio de los tributos del comercio exterior permite a los empresarios planificar y presupuestar las mercancías para poder cubrir sus demandas; evitando incurrir en realizar créditos que generen multas e intereses innecesario, d) Esta investigación nos permite presentar un análisis económico en el cual el desconocimiento de las nuevas regulaciones podrían afectar a los diferentes importadores, ocasionando incluso el cierre de empresas por una falta de planificación en base a los costos que deben ser considerados en materia tributaria, e) Sirve de guía para la aplicación y uso de estudiantes y profesionales que se desempeñen en sectores de la contabilidad de importadores en el sector automotriz.

Esta investigación da a conocer que el sector automotriz es muy sensible a las regulaciones gubernamentales, involucrando tanto a los importadores de vehículos como a los vendedores informales, debido a que la forma de cálculo del precio para la venta, incrementa a causa de las nuevas restricciones impuestas por el COMEXI, esto tiene aspectos positivos y negativos; un aspecto positivo es el aumento de las exportaciones de vehículos desde el Ecuador, y un aspecto negativo es el incremento en los precios y la disminución de los inventarios de las concesionario así como de los vendedores informales.

2.2. Fundamentación Filosófica

Mediante la aplicación de métodos de investigación se interpretara como es la realidad en el mercado de importación de vehículos y su impacto en el mercado informal de vehículos usados en la ciudad de Ambato, como lo menciona en su publicación, Recalde (2011), en palabra de Thomas Kunh 1992 sobre los paradigmas“ El paradigma es un esquema clásico de interpretación de la realidad , comprende supuestos teóricos generales, leyes, modelos y técnicas que adoptan la comunidad científica”.

Para poder explicar la realidad en el mercado vehicular, tanto en el sector de importaciones como en de vehículos usados, se realizará la investigación mediante la técnica y método mixto, tomando como método de mayor posicionamiento el cuantitativa, es decir, la base de la investigación será el método cuanti-cualitativo, debido a que se manejará datos, estudios estadísticos y matemáticos para interpretar la relación de la importación de vehículos y su impacto en el mercado informal de autos usados, así como la interpretación cualitativa debido que para acercarse más a la realidad deberá realizar una encuesta y conocer el pensamiento de los involucrados en el sector de actuación.

Fundamentación epistemológica

Mediante la publicación de Jaramillo (2003) "Para Piaget, la epistemología "es el estudio del pasaje de los estados de menor conocimiento a los estados de un conocimiento más avanzado," mejor explicado en el Ministerio de apología e investigación Cristiana (2005) "La epistemología es la ciencia que estudia el conocimiento humano y el modo en que el individuo actúa para desarrollar sus estructuras de pensamiento. Este trata con la naturaleza del conocimiento, de cómo conocemos las cosas, qué sabemos, por qué sabemos, si lo que sabemos es verdadero y cuáles son los límites del conocimiento".

A través de esta investigación se trata de buscar la causa de porqué la importación de vehículos afecta significativamente al mercado informal de autos usados en la ciudad de Ambato, así como también generar el conocimiento científico en la relación de las variables.

Fundamentación Ontológica

La ontología según el diccionario de psicología científica y filosófica de Olleta (2002) *Técnicamente, la ontología es el estudio del ente en tanto que ente; o en términos más sencillos, el estudio del ser. Ente es todo aquello que tiene ser: los objetos físicos, los psíquicos, los meramente imaginados o pensados... La ontología estudia los seres en la medida en que participan del ser, igual que la biología estudia los seres vivos pero en la medida en que tienen vida. Es la disciplina filosófica más importante. Las dos cuestiones fundamentales de la ontología son en qué consiste el ser y cuáles son los seres o géneros de seres más importantes.*

Esta investigación desde el punto de vista ontológica busca la solución al problema ocasionado por la importación de vehículos hacia el país, hacia el mercado de autos usados en la ciudad de Ambato. De esta manera encontraremos y defenderemos el punto de vista más cercano a explicar la realidad que deben afrontar los comerciantes frente a la amenaza que

representan las concesionarias que son los que ponen en circulación los vehículos importados, estableciendo los precios en el mercado a ser comercializados.

Fundamentación axiológica

La presente investigación busca qué beneficios obtienen los involucrados en el problema de las importaciones vehiculares y el mercado informal de autos usados en la ciudad de Ambato.

Los valores con los que se rige el investigador son:

Transparencia: En el manejo de los resultados obtenidos en la recolección de datos a través de las encuestas realizadas a comerciantes informales de autos usados.

Responsabilidad: Aplicar los conocimientos adquiridos en el transcurso de la carrera Universitaria.

Exactitud numérica: Mediante la utilización de un programa estadístico SPSS, para obtener los resultados más puntuales y exactos, y resolver el problema.

2.3. Fundamentación legal

El Comité de Comercio Exterior (COMEX) tiene la "facultad de regular, facilitar o restringir la exportación, importación, circulación y tránsito de mercancías no nacionales ni nacionalizadas, además, aprueba contingentes de importación o medidas restrictivas a las operaciones de comercio exterior

En función de la Resolución COMEXI No. 184 (Registro Oficial No. 57 de abril 8 del 2003) expresamente dice. Artículo 1.- Las importaciones de vehículos automóviles y demás vehículos terrestres, sus partes, piezas y accesorios, clasificables en el Capítulo 87 y en la subpartida

9808.00.00.94 del Arancel Nacional de Importaciones, con excepción de las partidas 8712.00.00, 87.13 y 87.16; se registrarán, además, por las siguientes disposiciones: a) Se permite la importación de vehículos automóviles, y demás vehículos terrestres, siempre y cuando sean nuevos y su año modelo corresponda al año en que se realice la importación o al año inmediato anterior o al año siguiente de la importación. El año modelo del vehículo se verificará por el Número de Identificación del Vehículo (VIN). Para la determinación del año en que se realice la importación de los vehículos señalados, se considerará la fecha de embarque. No se consideran como nuevos aquellos vehículos cuyos documentos señalen otra condición, b) Se permite la importación de partes, piezas y accesorios de los vehículos automóviles, y demás vehículos terrestres, siempre y cuando sean nuevos, c) Para efectos de proteger el medioambiente, las importaciones amparadas en esta Resolución, deberán cumplir con todas las normas aplicables para su protección vigentes en el Ecuador, d) Los vehículos automóviles y demás vehículos terrestres que ingresen al país con el propósito de cumplir contratos de obras públicas bajo el Régimen de Importación Temporal con Reexportación en el mismo Estado y que soliciten cambio de Régimen a Importación a Consumo, serán considerados como nuevos, siempre que, al momento de haber ingresado a este régimen especial, hayan cumplido con lo estipulado en el literal a) del artículo 1 de la presente Resolución.

En la resolución 66

Publicada el 11 de junio de 2012 se determinó restricciones a la importaciones de vehículos, en este se establece cuotas en dólares y en unidades en las cuales los consignatarios pueden importar, esta restricción tiene una duración hasta el año 2014.

En la resolución 65

En esta resolución publicada el 11 de junio del 2012, se establece una restricción cuantitativa para la importación de las mercancías

clasificadas como CKD, es decir a la importación de partes y accesorios de vehículos para ser ensamblados en Ecuador.

La investigación Se basará en la presente resolución, para establecer el número de vehículos importados y comercializados en la Ciudad de Ambato

2.4. Categorías Fundamentales

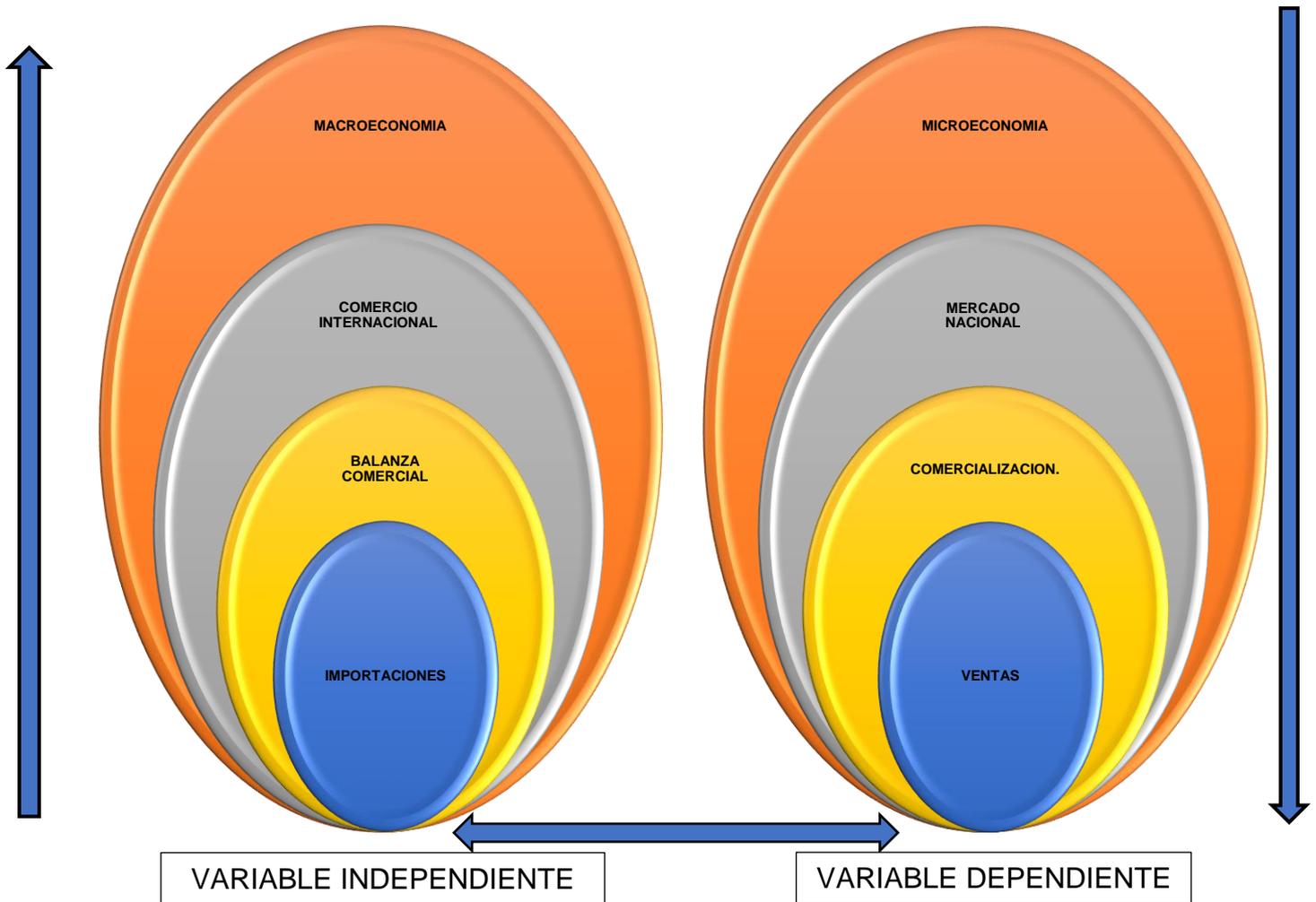


Gráfico 2.1. Red de inclusiones conceptuales.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

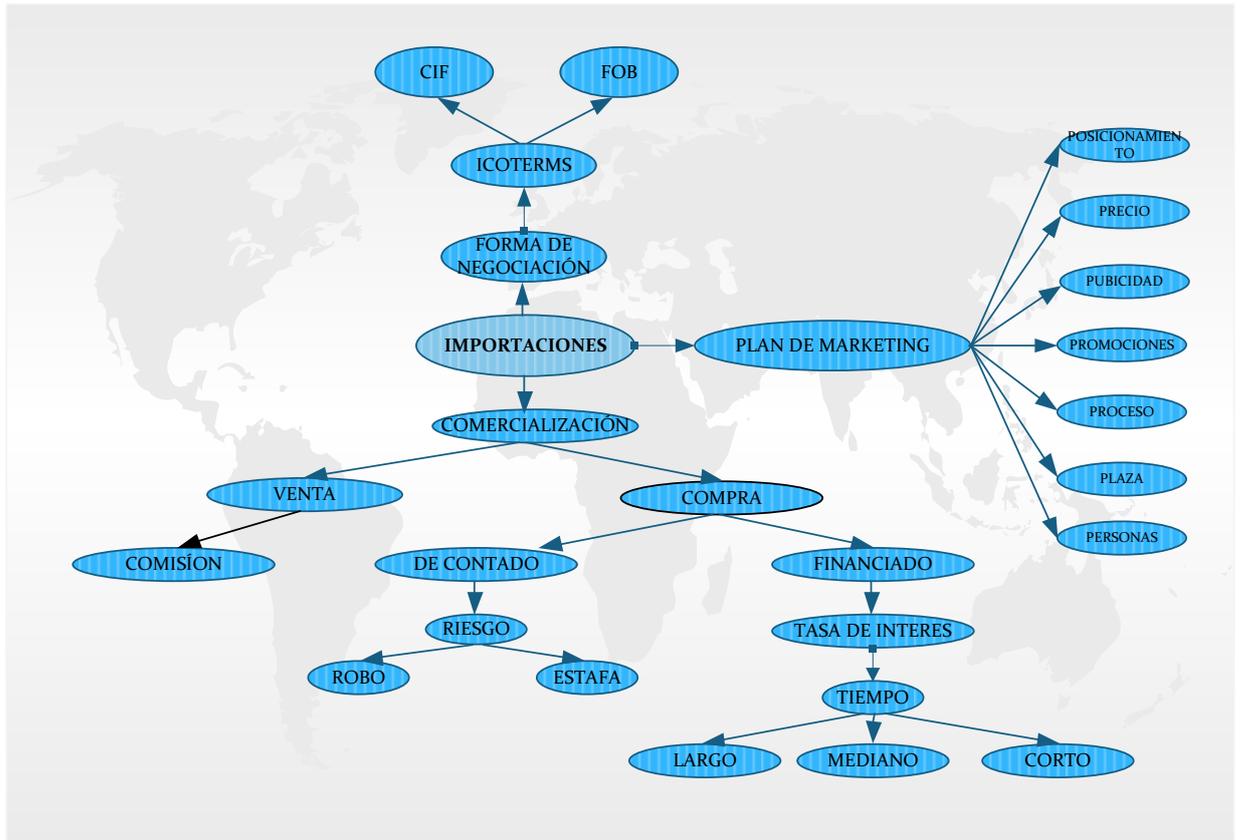


Grafico 2.2. Constelación de ideas variable independiente.

Elaborado por. Andrés Cuito (2013)

2.4.1 Marco Conceptual de la Variable Independiente

Macroeconomía.

En su investigación Blanchard, Martínez y Roca (2006) dice que la macroeconomía es la parte de la economía encargada del estudio global de la economía en términos del monto total de bienes y servicios producidos, el total de los ingresos, el nivel de empleo, de recursos productivos, y el comportamiento general de los precios.

La macroeconomía puede ser utilizada para analizar cuál es la mejor manera de influir en objetivos políticos como por ejemplo hacer crecer la economía, estabilidad de precios, trabajo, etc. Se enfoca por ejemplo, en los fenómenos que afectan las variables indicadoras del nivel de vida de una sociedad.

Cuando los macroeconomistas estudian la economía, examinan tres variables fundamentales:

1. La producción, es decir, el nivel de producción de la economía en su conjunto, y su tasa de crecimiento.
2. La tasa de desempleo, es decir, la proporción de trabajadores de la economía que no están siendo ocupados por lo que no se obtiene el potencial total de la producción.
3. La tasa de inflación, es decir, la tasa a la que aumenta el precio medio de los bienes de la economía con el paso del tiempo.

El desarrollo tecnológico invoca a muchos economistas a llamar a un periodo como “Nueva Economía”. Ha pasado así con la innovación del carbono y la máquina de vapor, la forma de producción Justo a Tiempo y con las Tecnologías de Información y Comunicación.

Balanza comercial

En la publicación del Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) (2010) es el saldo de la diferencia entre las exportaciones y las importaciones de un país que mide si las exportaciones son mayores que las importaciones, muestra el superávit en la balanza comercial. Si las importaciones son mayores que las exportaciones, muestra una balanza comercial deficitaria, se calcula las Exportaciones – Importaciones, se debe tener en cuenta que lo ideal es que la balanza comercial se encuentre en superávit.

La importancia es que Permite hacer seguimiento a las operaciones de comercio exterior en periodicidad mensual, anual.

Comercio internacional.

En su obra Arcilla O, (1995, pág. 48) el término “comercio internacional” es un concepto más amplio, pues abarca el flujo de relaciones comerciales internacionales, sin hacer referencia a un país en específico. Es decir, “es el conjunto de movimientos comerciales y financieros, y en general todas aquellas operaciones cualquiera que sea su naturaleza, que se realicen entre naciones; es pues un fenómeno universal en el que participan las diversas comunidades humanas”.

Tradicionalmente se ha visto como una actividad entre naciones. En realidad las corrientes comerciales están denominadas en su inmensa mayoría de Europa occidental, Norteamérica, Japón y China.

Importaciones.

Según Varios Autores, (1986, pág. 35). La importación es la operación mediante la cual se somete a una mercancía extranjera a la regulación y fiscalización tributada, para poderla después libremente destinar a una función económica de uso, producción o consumo.

Esta operación puede recaer en distintos tipos de objetos transportables, y se materializa al momento de pasar la línea aduanera (territorio aduanero) e introducirla a consumo en el interior del país.

Según su destino o función, se distinguen las importaciones definitivas y las temporales conocidas también como de "perfeccionamiento industrial" o de régimen arancelario suspensivo.

- Importaciones definitivas.

Según Gaisa (2004) considera régimen de importación definitiva la entrada mercancías de procedencia extranjera con la finalidad de permanecer en el territorio nacional por tiempo ilimitado.

- **Importaciones temporales.**

Según COPCI (2010) Es el régimen aduanero que permite el ingreso al territorio aduanero ecuatoriano, con suspensión del pago de los derechos e impuestos a la importación y recargos aplicables, de mercancías destinadas a ser exportadas luego de haber sido sometidas a una operación de perfeccionamiento, bajo la forma de productos compensadores.

Podrán autorizarse instalaciones industriales, que al amparo de una garantía general, operen habitualmente bajo este régimen, cumpliendo con los requisitos previstos en el reglamento al presente Código.

Los productos compensadores que se obtengan aplicando este régimen podrán ser objeto de cambio de régimen a importación para el consumo, pagando tributos sobre el componente importado de dicho producto compensador. (Art. 149 según el Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones COPCI)

Transferencia a terceros.- Las mercancías sujetas al régimen de admisión temporal para perfeccionamiento activo pueden ser objeto de transferencia de dominio a favor de terceros, con autorización previa de la administración aduanera, conforme el reglamento al presente Código y las disposiciones dictadas para el efecto por la administración aduanera. Bajo el mismo procedimiento se podrá regular la transferencia de este tipo de mercancías a terceros, con fines de exportación. (Art. 172 COPCI)

Negociación.

En su publicación Jara, (2007) la negociación, como estrategia más útil para la gestión del conflicto, es una situación donde dos o más partes interdependientes, reconocen divergencias en sus intereses y deciden intentar un acuerdo a través de la comunicación. Las partes cuentan, por un lado, con sus propios recursos, pero necesitan los recursos de la otra parte, y están dispuestos a intercambiarse entre sí estos recursos. Además, ambas partes reconocen que el acuerdo es más beneficioso que la ruptura de las relaciones y están dispuestos a “ceder algo a cambio de algo”

Incoterms

El objeto de los Incoterms es el de establecer un conjunto de reglas internacionales para la interpretación de los términos más utilizados en el comercio internacional, velando por la seguridad jurídica en las compraventas internacionales (aunque también pueden utilizarse en operaciones comerciales nacionales). Así podrán evitarse las incertidumbres derivadas de las distintas interpretaciones de tales términos en diferentes países, o, por lo menos, podrán reducirse en gran medida. En cualquier caso, su aceptación por parte del comprador y vendedor es voluntaria y, de producirse, habrá de figurar en el contrato de compraventa.

A menudo las partes de un contrato tienen un conocimiento impreciso de las distintas prácticas comerciales utilizadas en sus respectivos países. Esto puede dar pie a malentendidos, litigios y procesos, con todo lo que ello implica en términos de pérdidas de tiempo y dinero. Para aumentar la seguridad jurídica, la Cámara de Comercio

Internacional publicó por primera vez en 1936 una serie de reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales. Dichas reglas fueron conocidas con el nombre de Incoterms 1936. A ellas se les

han ido introduciendo enmiendas y adiciones en los años 1953, 1967, 1976, 1980, 1990, 2000 y, la última, en 2010, a fin de actualizarlas teniendo en cuenta las prácticas comerciales internacionales más recientes.

Las principales novedades introducidas por la versión de los Incoterms 2010 respecto a la anterior (Incoterms 2000) son:

- Eliminación de cuatro términos existentes e incorporación de dos nuevos.
- Nueva clasificación en: términos para cualquier modo de transporte (“multimodal”) y términos para transporte marítimo y por vías navegables de interior.
- Ampliación de las notas explicativas.
- Modificación del punto crítico de transmisión de riesgo del vendedor / exportador al comprador / importador, para compraventas en condiciones FOB, CFR y CIF.
- Se sustituye el punto de entrega en el que las mercancías “sobrepasan la borda del buque” por aquél en el que se colocan “a bordo del buque”.
- Clarificación en la distribución, entre comprador y vendedor, de costes ligados a la manipulación de las mercancías en terminal, su transporte y demás.
- Obtener un ejemplar de los Incoterms 2010, que contiene las definiciones completas de todas las reglas. Esta publicación, editada por la Cámara de Comercio Internacional (CCI), puede adquirirse en la Secretaría de la CCI en París, en los Comités Nacionales de la CCI, en librerías especializadas o en las Cámaras de Comercio locales.
- Conocer cada uno de los Incoterms e indicarlos mediante las abreviaturas de tres letras:

- **EXW** En fábrica (Ex Works)
- **FCA** Franco transportista (Free Carrier)
- **FAS** Franco al costado del buque (Free Alongside Ship)
- **FOB** Franco a bordo (Free On Board)
- **CFR** Coste y flete (Cost and Freight)
- **CIF** Coste, seguro y flete (Cost, Insurance and Freight)
- **CPT** Transporte pagado hasta (Carriage Paid To)
- **CIP** Transporte y seguro pagados hasta (Carriage and Insurance Paid to)
- **DAT** Entregada en Terminal (Delivered At Terminal)
- **DAP** Entregada en el lugar convenido (Delivered At Place)
- **DDP** Entregada. Derechos pagados (Delivered Duty Paid)

Incoterms 2010											
	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
FCA	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
FAS	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
FOB	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
CPT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
CIP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
CFR	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
CIF	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Marítimo											
DAT	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
DAP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											
DDP	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Polivalente											

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

■	Vendedor	■	Comprador	■	Vendedor / Comprador
---	----------	---	-----------	---	----------------------

Imagen: 2.1 Incoterms.

Elaborado por: *Cámara de Comercio Internacional, Obligaciones, Costos y Riesgos, Publicación N° 715S de ICC.*

Comercialización.

En su módulo Chiodo (1996) Comercialización: conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor.

Sistema de comercialización: vincula a los aspectos productivos, con los relacionados a la transferencia de la propiedad de los productos, articulándose así con el sistema agroindustrial y, fundamentalmente, con el consumidor de esos productos, de forma directa o indirecta.

Básicamente, la comercialización, entendida en un sentido amplio, opera como un mecanismo de coordinación de las transferencias entre los distintos integrantes de la cadena productor – consumidor.

Venta.

En el curso de para agentes comerciales Abellon (2012, pág. 3) dice que la venta es un proceso, en el que se definen una serie de pasos o etapas ordenados que se han de seguir ejecutando unas técnicas apropiadas en función del tipo de venta que se está ejerciendo para concluir con éxito una acción comercial

Compra.

En sitio web Proyecto Ángel (2012) Compras es un proceso en el que participan el solicitante que formula el requerimiento de un bien tanto de patrimonio como un bien para el consumo en el proceso de su actividad dentro de la institución.

Además del servicio que solicita la compra, participa la oficina de Compras propiamente dicha, esta oficina de compras recibe el requerimiento, selecciona el proveedor y registra las ofertas, luego selecciona el proveedor y emite la orden de compra .

Con la orden de compra el servicio que realizó el requerimiento podrá recibir el material solicitado y tener control sobre requerimientos no satisfechos, requerimientos con órdenes de compra emitidas y saldos que debe entregar el proveedor.

Comisión.

En la publicación Northcote (2008, págs. VII-2) La comisión mercantil es uno de los mecanismos de comercialización más utilizados por las empresas para difundir su negocio y lograr una mayor cobertura del mercado, sin incurrir en los costos que implica la implementación de locales en distintas localidades.

Contrato de compra venta.

Según Becerra, (2006, pág. 63) el contrato de compra es el principal y el que se celebra con mayor frecuencia en derecho comercial. El trafico mercantiles que se refiere al art. 371C Co., define que la compra venta mercantil. Su carácter estriba precisamente en la actividad regulada por el derecho comercial y es el que se celebra a virtud de dicho contrato aunque también participen en media importante el transporte y distintas formas de crédito y prestamos todos ellos también de naturaleza comercial.

Compra de contado.

En la capacitación realizada por Petit & Diaz (2012, pág. 3) Cuando se hace referencia a las compras de contado, se está indicando que el cliente le compró a una empresa determinada unos productos, y a cambio de éstos le pagó con dinero bien sea por medio de tarjetas de débito, de crédito, cheques o dinero en efectivo.

Riesgo.

Según, UNISDR (2009) El riesgo se define como la combinación de la probabilidad de que se produzca un evento y sus consecuencias negativas. Los factores que lo componen son la amenaza y la vulnerabilidad.

Amenaza es un fenómeno, sustancia, actividad humana o condición peligrosa que puede ocasionar la muerte, lesiones u otros impactos a la salud, al igual que daños a la propiedad, la pérdida de medios de sustento y de servicios, trastornos sociales y económicos, o daños ambientales.

La amenaza se determina en función de la intensidad y la frecuencia.

Vulnerabilidad son las características y las circunstancias de una comunidad, sistema o bien que los hacen susceptibles a los efectos dañinos de una amenaza. Con los factores mencionados se compone la siguiente fórmula de riesgo.

$$\text{RIESGO} = \text{AMENAZA} \times \text{VULNERABILIDAD}$$

Los factores que componen la vulnerabilidad son la exposición, susceptibilidad y resiliencia, expresando su relación en la siguiente fórmula.

$$\text{VULNERABILIDAD} = \frac{\text{EXPOSICIÓN} \times \text{SUSCEPTIBILIDAD}}{\text{RESILIENCIA}}$$

Exposición es la condición de desventaja debido a la ubicación, posición o localización de un sujeto, objeto o sistema expuesto al riesgo.

Susceptibilidad es el grado de fragilidad interna de un sujeto, objeto o sistema para enfrentar una amenaza y recibir un posible impacto debido a la ocurrencia de un evento adverso.

Resiliencia es la capacidad de un sistema, comunidad o sociedad expuestos a una amenaza para resistir, absorber, adaptarse y recuperarse de sus efectos de manera oportuna y eficaz, lo que incluye la preservación y la restauración de sus estructuras y funciones básicas.

Robo

Según de conceptos, (2013) Es un delito de tipo patrimonial que consiste en sustraer una cosa mueble de otra persona con ánimo de lucro usando fuerzas sobre las cosas (por ejemplo, rompiendo puertas o ventanas, forzando cerraduras o cajas fuertes) o violencia o intimidación sobre las personas (amenazas con arma, golpes, etcétera). Según el artículo 164 del código Penal argentino la fuerza o violencia puede ser antes de cometido el ilícito (para facilitararlo) durante la ejecución del robo, o posteriormente (para evitar la sanción).

Estafa.

Según, Caro (2007, págs. 239-240) La estafa es un delito contra la propiedad o el patrimonio.

El núcleo del tipo penal de estafa consiste en el engaño. El sujeto activo del delito se hace entregar un bien patrimonial, por medio del engaño; es decir, haciendo creer la existencia de algo que en realidad no existe. Por ejemplo: se solicita la entrega de un anticipo de 500 euros como entrada para la adquisición de una vivienda en un conjunto residencial, inmueble que no existe.

El bien jurídico protegido es el patrimonio o propiedad. Modernamente se considera que el término más apropiado es el de patrimonio, que consiste en una universalidad de derecho (*universitas iuris*), que se constituye por activos y pasivos. En términos generales, cuando como consecuencia de un engaño se produce la disminución del patrimonio por la aparición

súbita de un pasivo en desmedro del activo, se ha lesionado el bien jurídico por medio de una estafa.

Existen diferentes modalidades, ya que se entiende que el engaño se puede producir tanto de un modo activo (lo más frecuente) como de un modo pasivo. El problema principal para entender que un engaño de un modo pasivo es calificativo de estafa, es que el engaño debe ser bastante como para producir un acto de disposición. Una actuación pasiva (no informar, o no contar algo) es difícil que provoque un engaño de tal magnitud.

En el derecho español se diferencia entre las estafas constitutivas de delito y las que constituyen falta, estando la nota diferencial en el valor de lo estafado. Para entender todo esto, hace falta un entendimiento de la diferencia entre delito y falta, que se encuentra en el hecho que:

Las faltas sólo se castigan cuando son consumadas, esto es se ha realizado el resultado lesivo, ahora bien esta regla no es absoluta, puesto que las faltas contra las personas y contra el patrimonio se castigan, también, cuando son intentadas. Las faltas son juzgadas por el juez de instrucción y los delitos por el juez de lo penal.

La reincidencia sólo cuenta en los delitos, no las faltas. Como regla la diferencia básica está en la gravedad de la conducta: más grave delito menos grave falta.

Plan de marketing

Según, © EducaMarketing (2005) El plan de marketing es un documento escrito en el que de una forma estructurada se definen los objetivos comerciales a conseguir en un periodo de tiempo determinado y se detallan las estrategias y acciones que se van a acometer para alcanzarlos en el plazo previsto. Utilizando un símil cinematográfico, el plan de marketing es el guion de la película, pues permite saber qué es lo

que tiene que hacer y decir cada actor (personal del departamento de marketing) en cada momento.

Su elaboración no es un trabajo puntual y administrativo, sino que requiere de un proceso previo de estudio, reflexión y toma de decisiones. En los siguientes apartados de este documento se describen cada una de las etapas que hay que seguir hasta llegar a la elaboración y presentación pública de un plan de marketing

Posicionamiento

En su publicación Medina (2010) Se llama Posicionamiento al 'lugar' que en la percepción mental de un cliente o consumidor tiene una marca, lo que constituye la principal diferencia que existe entre ésta y su competencia. También a la capacidad del producto de alienar al consumidor.

El Posicionamiento es un principio fundamental que muestra su esencia y filosofía, ya que lo que se hace con el producto no es el fin, sino el medio por el cual se accede y trabaja con la mente del consumidor: se posiciona un producto en la mente del consumidor; así, lo que ocurre en el mercado es consecuencia de lo que ocurre en la subjetividad de cada individuo en el proceso de conocimiento, consideración y uso de la oferta. De allí que el posicionamiento hoy se encuentre estrechamente vinculado al concepto rector de propuesta de valor, que considera el diseño integral de la oferta, a fin de hacer la demanda sostenible en horizontes de tiempo más amplios.

Precio.

Según, Marshall (1890) Generalmente se denomina precio al pago o recompensa asignado a la obtención de un bien o servicio o, más en general, una mercancía cualquiera.

A pesar que tal pago no necesariamente se efectúa en dinero los precios son generalmente referidos o medidos en unidades monetarias. Desde un punto de vista general, y entendiendo el dinero como una mercadería, se puede considerar que bienes y servicios son obtenidos por el trueque, que, en economías modernas, generalmente consiste en intercambio por, o mediado a través del, dinero.

Publicidad.

Según, Eguizábal (1998) La publicidad es una forma de comunicación comercial que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio a través de los medios de comunicación y de técnicas de propaganda.

A través de la investigación, el análisis y estudio de numerosas disciplinas, tales como la psicología, la neuroeconomía, la sociología, la antropología, la estadística, y la economía, que son halladas en el estudio de mercado, se podrá, desde el punto de vista del vendedor, desarrollar un mensaje adecuado para el público.

Promoción

Según, Sussman (2005) la promoción es "el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientadas a públicos determinados

Según, Roig (1998) Un proceso es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado. Se estudia la forma en que el Servicio diseña, gestiona y mejora sus procesos (acciones) para apoyar su política y estrategia y para satisfacer plenamente a sus clientes y otros grupos de interés.

Plaza.

En las publicaciones de Dávila (2008) define a plaza como “un espacio urbano público, amplio y descubierto, en el que se suelen realizar gran variedad de actividades. Población o lugar físico o geográfico donde se realiza el mercado para venta o exhibición de algún servicio o producto”

Personas

Kentico EMS Marketing Quick Start Guide (2012), sobre las personas nos define que “son arquetípicos creados para representar a las diferentes tipos de usuarios dentro de un grupo demográfico objetivo, actitud o conjunto comportamiento que pueda utilizar un sitio, una marca o producto parecido manera. Personas a menudo se combinan con la segmentación del mercado de representar a clientes específicos”.

Financiado.

Encontrado de la publicación de Luces (2011) en palabras de Gitman (1996: p. 175), “el financiamiento viene siendo el conjunto de recursos monetarios financieros utilizados para llevar a cabo una actividad económica, con la característica de que generalmente se trata de sumas tomadas a préstamo que complementan los recursos propios”.

Tasa de interés

Según, Economía (2012) Las tasas de interés son el precio del dinero. Si una persona, empresa o gobierno requiere de dinero para adquirir bienes o financiar sus operaciones, y solicita un préstamo, el interés que se pague sobre el dinero solicitado será el costo que tendrá que pagar por ese servicio. Como en cualquier producto, se cumple la ley de la oferta y la demanda: mientras sea más fácil conseguir dinero (mayor oferta, mayor liquidez), la tasa de interés será más baja. Por el contrario, si no hay suficiente dinero para prestar, la tasa será más alta.

Financiamiento a corto plazo

La FACULTAD DE CONTADURIA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS (2011) define que este tipo de crédito se otorga (En la mayoría de los casos) sin ninguna garantía real y después de un análisis crediticio del cliente.

El costo de esta fuente de financiamiento lo representa: a) el interés (Normalmente pagado por anticipado), b) las comisiones bancarias (por apertura de crédito por ejemplo); de igual forma se debe considerar los saldos compensatorios que algunas instituciones de crédito solicitan a sus clientes.

Financiamiento a mediano plazo

Según, FACULTAD DE CONTADURIA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS (2011) Es un título de crédito colectivo, emitido por una sociedad mercantil, cuyo destino es el financiamiento de proyectos de mediano plazo, esto es, desde uno hasta tres años, con una garantía que puede ser quirografaria o fiduciaria y cuyos rendimientos son pagaderos mensual o trimestralmente, con base en una tasa de interés de referencia, más un premio diferencial.

Financiamiento a largo plazo.

En su documento Sánchez (2004) Define como préstamo a largo plazo al contrato mediante el cual, una institución financiera u organismo especializado facultado para ello, denominado prestamista, cede una suma de dinero a una persona natural o jurídica, denominada prestatario, a una tasa de interés determinada, por un plazo que excede el término de un año.

Entre las partes se establece un contrato donde se describe totalmente la naturaleza de la deuda, las fechas para realizar el servicio de la deuda (abonos a capital e intereses), fecha de vencimiento final, la tasa de

interés, las garantías, etc. Los plazos oscilan entre 3 y 10 años, amortizables en cuotas periódicas de capital e intereses.

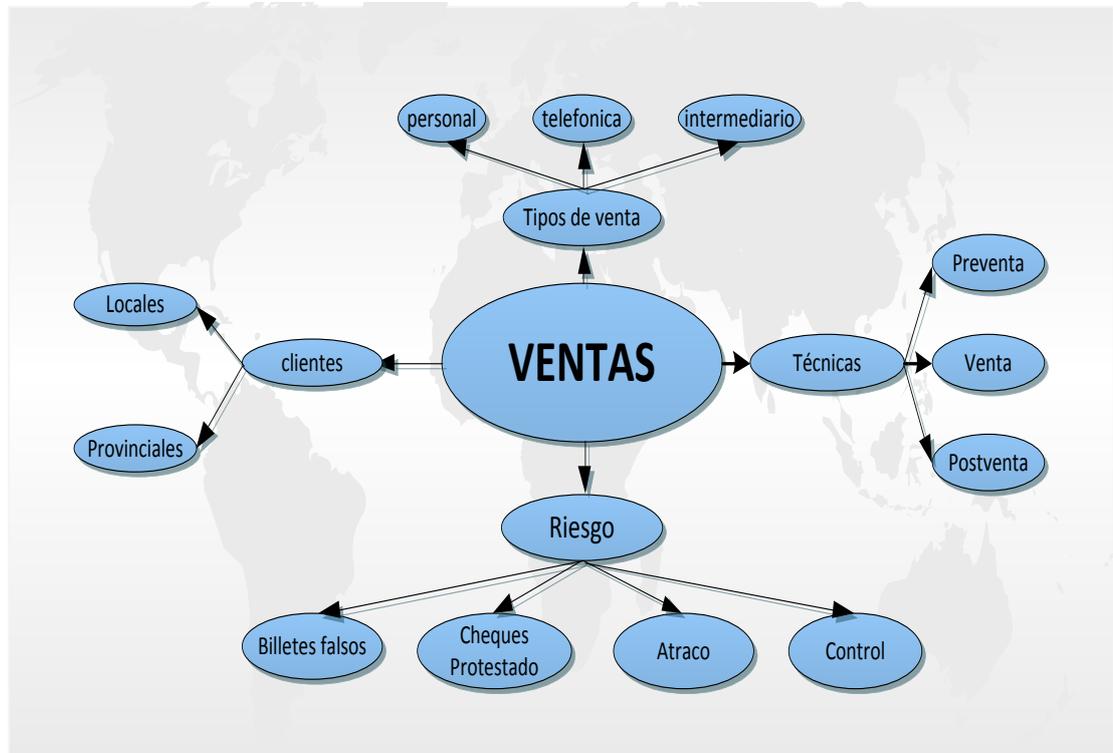


Grafico 2.3. Constelación de ideas variable dependiente.
Elaborado por. Andrés Cuito (2013)

2.4.2. Marco conceptual de la variable independiente.

Producto Interno Bruto (PIB).

En la página web Economía, (2013) nos dice que el PIB es el valor monetario de los bienes y servicios finales producidos por una economía en un período determinado. EL PIB es un indicador representativo que ayuda a medir el crecimiento o decrecimiento de la producción de bienes y servicios de las empresas de cada país, únicamente dentro de su territorio. Este indicador es un reflejo de la competitividad de las empresas.

¿Por qué es importante que crezca el PIB?

- Indica la competitividad de las empresas. Si la producción de las empresas mexicanas no crecen a un ritmo mayor, significa que no se está invirtiendo en la creación de nuevas empresas, y por lo tanto, la generación de empleos tampoco crece al ritmo deseado.
- Si el PIB crece por abajo de la inflación significa que los aumentos salariales tenderán a ser menores que la misma.
- Un crecimiento del PIB representa mayores ingresos para el gobierno a través de impuestos. Si el gobierno desea mayores ingresos, deberá fortalecer las condiciones para la inversión no especulativa, es decir, inversión directa en empresas; y también fortalecer las condiciones para que las empresas que ya existen sigan creciendo.

Algunas aclaraciones sobre el PIB

- El PIB de una país aumentará si el gobierno o las empresas dentro del mismo toman préstamos en el extranjero, obviamente, esto disminuirá el PIB en períodos futuros.
- No toma en cuenta la depreciación del capital (Aquí se incluyen tanto maquinaria, fábricas, etc., como así también recursos naturales, y también se podría incluir al "capital humano"). Por ejemplo, un país puede incrementar su PIB explotando en forma intensiva sus recursos naturales, pero el capital del país disminuirá, dejando para generaciones futuras menos capital disponible.
- No tiene en cuenta externalidades negativas que algunas actividades productivas generan, por ejemplo, la contaminación ambiental.
- No tiene en cuenta la distribución del ingreso. Los pobladores de un país con igual PIB per cápita que otro pero con una distribución más equitativa del mismo disfrutarán de un mayor bienestar que el segundo.

- La medida del PIB no tiene en cuenta actividades productivas que afectan el bienestar pero que no generan transacciones, por ejemplo trabajos de voluntarios o de amas de casa.
- Actividades que afectan negativamente el bienestar pueden aumentar el PIB, por ejemplo divorcios y crímenes.

Comercialización.

En su obra MSBC Agribusiness (2012, pág. 3) dice que la comercialización de los productos agropecuarios es una etapa tan importante como la producción, y en muchas casas puede implicar diferencias significativas en la rentabilidad de la actividad.

Microeconomía.

En su libro de microeconomía Grurrien nos dice (1998, pág. 2) como su nombre lo indica, la microeconomía se propone estudiar el comportamiento económico de las unidades básicas ---micro, indivisible- de la sociedad. Uno de sus postulados esenciales es que tal comportamiento se caracteriza por la racionalidad individual; cada una de las unidades básicas es movida sólo por el deseo de maximizar su placer o su beneficio, habida cuenta de sus recursos disponibles. Para lograr tal objetivo, los individuos -es decir, las unidades básicas de la economía- procurarán efectuar intercambios tanto para el consumo como para la producción.

Mercado nacional.

Según Jiménez (2013) El Mercado nacional o mercado interior es el mercado cuyos intercambios se establecen habitualmente en la dimensión de la nación entendida como estado independiente. El mercado nacional se encuentra formado cuando el espacio económico de ese estado responde al concepto de unidad de mercado, es decir, cuando se encuentra unificado y obedece en lo esencial a las

mismas leyes (mercantiles, de la propiedad, etc.), impuestos, pesos y medidas, moneda etc.

Ventas.

La Venta define Pujol (2003, pág. 340) como un Contrato en el que el vendedor se obliga a transmitir una cosa o un derecho al comprador, a cambio de una determinada cantidad de dinero.

También puede considerarse como un proceso personal o impersonal mediante el cual el vendedor pretende influir en el comprador. Alrededor de 37 la acción de vender la empresa, despliega una serie de funciones como la fuerza de ventas, la publicidad, la investigación de marketing, la promoción, etc. todas las actividades de marketing son necesarias para que la acción de vender sea efectiva, pero constituye solo la (punta del iceberg) del marketing , lo que más se hace notar. Cuando estas actividades se constituyen en la actuación principal de la empresa dan lugar a lo que se llama *selling concept*, el enfoque de ventas.

Técnicas de venta.

Preventa.

Comprende el conocimiento del producto o servicio, de la competencia, la zona donde va a actuar, del mercado y el cliente. Es la etapa de programación del trabajo y las entrevistas.

Posventa

Según STANTON, ETZEL, WALKER (2007, pág. 604) La etapa final del proceso de venta es una serie de actividades posventa que fomentan la buena voluntad del cliente y echan los cimientos para negocios futuros.

Este último paso es necesario si el vendedor desea asegurar la satisfacción del cliente y conservar el negocio. Inmediatamente después del cierre, el vendedor debe completar todos los detalles necesarios referentes al momento de la entrega, los términos de la compra, dar las instrucciones para el uso del producto o servicio, estar atento a que el

servicio y/o mantenimiento sea efectuado con rapidez y en el momento que se solicita.

Venta.

Bayas Izurieta en su tesis argumenta (2013, pág. 33) los resultados de la venta dependen en gran medida de lo que se hizo en la preventa. Esta etapa comprende el contacto con el cliente y la entrevista.

Como primer paso se debe captar la atención del cliente para que conozca nuestra propuesta. Las primeras palabras que se dirigen al cliente son decisivas. Comenzar el diálogo quejándose del mal tiempo, de la situación económica o de una enfermedad, produce un efecto negativo.

Los vendedores necesitan saber cómo reconocer las señales de cierre del comprador, incluyendo los comportamientos físicos (es decir, el lenguaje corporal); las declaraciones o comentarios y las preguntas. Los vendedores pueden utilizar una de varias técnicas de cierre. Los más frecuentes son:

- **Directo:** El vendedor le pide al cliente que le compre. Esto depende del artículo. Por ejemplo, alguien que venda billetes de lotería, solicita que le adquieran un número.
- **Indirecto:** Se apela a la carencia de las ventajas. El vendedor induce al cliente y éste decide la compra del producto.
- **Alternativo:** El vendedor le ofrece al cliente una alternativa secundaria que tiene por efecto producir un "sí"; "¿Prefiere color azul o el verde?... ¿Contado o crédito?".
- **Previsible:** El vendedor da por descontado que el cliente ha decidido la adquisición, en función del interés que ha mostrado por algún diseño o tamaño y la conversación se traslada a las cantidades, transporte, facturación, fecha de entrega, etc.

Tipos de venta.

Venta personal.

En su libro Stanton, Etzel, Walker (2007, pág. 432) Es la herramienta más eficaz en determinadas etapas del proceso de compra, especialmente para llevar al consumidor a la fase de preferencia, convicción y compra.

La Venta es una forma de comunicar un mensaje, destinado a conseguir una reacción determinada del receptor. El propósito de cualquier empresa de productos o servicio son las ventas y se ha mejorado mucho el concepto de la fuerza de ventas el cual debe estar debidamente capacitado y conectado e interrelaciona con los demás departamentos de la empresa.

Venta por teléfono

En su obra Manera J, (2000, págs. 17-23) Venta por teléfono o tele marketing (aunque la venta es un uso posible del tele marketing, este último se emplea también, como instrumento de promoción y venta, en promociones especiales, con ocasión del lanzamiento de nuevos productos, para obtener y emitir información, concertar visitas de vendedores, concertar y promover asistencia a encuentros promocionales, etc.): supone la venta mediante comunicación telefónica convencional con el potencial comprador a iniciativa del vendedor.

Venta por intermediario

Según Manera, (2000, pág. 93) Los intermediarios comerciales (que compran para revender, formando parte del canal de distribución y dan lugar a la denominada venta indirecta (-la que se realiza a través de intermediarios-)).

Cliente.

En palabras de Pujol (2002, pág. 54) Es la persona u Organización que realiza una compra

Cliente interno o Local

Según Patiño, (2013, pág. 55) Son personas grupos o departamentos internos vinculados directamente con la gestión de la institución, ya que los clientes internos demandan; liderazgo, comunicación, servicios y productos a tiempo, cumplimiento de metas y objetivos, estímulos. Son aquellos que se encuentran en estrecha relación con la empresa

Clientes Provinciales

En su libro Patiño (2013, pág. 52) “Son aquellas personas o entidades externas a la ciudad que adquieren productos o servicios ofrecidos por esta”.

Billetes Falsos

En palabras de Agnitio (2012) Reproducción de un billete legítimo que intenta simular sus características y que ha sido fabricado o alterado fraudulentamente.

Cheque protestado

En Banca Fácil, (2012) Cuando un cheque es presentado a cobro en el banco y no existen fondos para pagar íntegramente el monto que indica, éste debe ser protestado.

De acuerdo a la Ley sobre Cuentas Corrientes Bancarias y Cheques, el protesto por falta de fondos debe efectuarlo el banco en forma obligatoria y sin necesidad de que la persona que presente el cheque lo solicite.

Las causas que la ley indica para protestar los cheques son cuatro:

Causales de forma: son las relacionadas con la forma del cheque; por ejemplo, firma disconforme, fecha inexistente, diferencia entre la indicación de la cantidad en letras y números, etc.

Caducidad del cheque: ocurre cuando se cobra fuera del plazo establecido por la ley; en este caso el protesto se hará si lo pide quien desea cobrarlo o cuando lo cobra por intermedio de otro banco.

Orden de no pago: si quien lo giró ha dado una orden de no pago, el banco debe protestarlo, dejando constancia que existía una instrucción para hacerlo sin atender a la causal que se indique o si la cuenta dispone o no de los fondos necesarios para su pago.

Falta de fondos: cuando no hay dinero para cubrir el monto que indica el cheque. También esta causa se indica cuando la cuenta está cerrada y llega a cobrarse un cheque girado con anterioridad.

Atraco.

Según Código Penal (2012) Son muchos los puntos en común, hurto y robo coinciden en muchos aspectos y en la práctica solo se diferencian en uno.

En el hurto y en el robo el bien jurídico protegido es el derecho de propiedad.

1. En el hurto y en el robo el sujeto activo es indiferenciado; cualquiera, en principio puede cometer un robo o un hurto.

2. En el hurto y en el robo el sujeto pasivo es, en cualquier modo, el titular del bien de la cosa mueble sobre la cual recae la acción. Por tanto también en el sujeto pasivo es coincidente, no hay ninguna diferencia.

3. En el hurto y en el robo el objeto material es el mismo, “una cosa mueble ajena dotada de valor económico”.

4. En el hurto y en el robo es necesario que concurra un elemento subjetivo del injusto que es el ánimo de lucro.

5. En el hurto y en el robo el núcleo de la acción es la misma; lo que se castiga es el apoderamiento de una cosa mueble ajena.

6. En el hurto y en el robo es esencial que el apoderamiento se produzca sin el consentimiento del titular de la cosa.

2.5. Hipótesis

La importación de vehículos impacta significativamente al mercado informal de autos usados en la ciudad de Ambato.

2.6. Señalamiento de las variables

Variable Independiente: Importación de vehículos

Variable Dependiente: Mercado Informal de vehículos usados.

UNIDAD DE OBSERVACIÓN: feria de autos usados del cantón Ambato.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Enfoque

El presente trabajo investigativo se desarrolla en base al enfoque predominantemente cuantitativo.

Según Gómez M. (1996, pág. 60) en su obra Introducción a la Metodología de la Investigación Científica explica:

“El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población”.

Así como lo menciona el párrafo anterior, se utilizará para la comprobación y validación de hipótesis el uso de datos numéricos, así como también la utilización de fórmulas estadísticas para su análisis e interpretación.

3.2. Modalidad básica de la investigación.

Para el desarrollo de la presente investigación adoptará las siguientes modalidades de investigación:

De Campo.

Landeau R. (2007, pág. 65) en la obra Elaboración de Trabajos de Investigación dice que:

“En este tipo de estudio se recolecta la información fundamentándose en testificaciones basadas en la realidad, pero que no sirven para dar una validez científica, ya que dependen de interpretaciones subjetivas y

carecen de la objetividad precisa, así como de exámenes que comprueben la cualidad del tema que se va a tratar”.

Esta información, evidentemente, no apoya una teoría, pero puede servir para conseguir una referencia al estudiarla con relación a costumbres parecidas, con las mismas declaraciones y mismas pruebas que, es caso de encontrarse, probablemente podrían ser ambiguas.

El estudio de campo es útil para la planificación del trabajo y la comprensión de los datos recolectados por medios diferentes. Es importante que se anticipe un estudio documental antes de hacer el de campo, ya que si se maneja con disposición tal información, se puede resumir el trabajo de campo.

Se utilizó la investigación de campo para obtener información sobre el problema de estudio, de tal manera que fue necesario conocer la realidad de los inversionistas, analizar el conocimiento que tienen sobre la problemática, y establecer con claridad y veracidad del problema a través de entrevistas para posteriormente proponer una solución al problema establecido con la finalidad de aportar al conocimiento de los colaboradores de la entidad sobre los procesos de captación de recursos financieros.

Bibliográfica o documental.

Según Jáñez T. (2008, pág. 125) en su libro Metodología de la Investigación en Derecho concluye:

Es el análisis detallado de una situación específica, apoyándose estrictamente en documentos confiables y originales. El análisis ha de tener un grado de profundidad aceptable: ámbito del tema, criterios sistemático-críticos, resaltar los elementos esenciales que sean un aporte significativo al área del conocimiento. Han de exponerse las dificultades y limitaciones encontradas en el desarrollo del trabajo.

Esta modalidad básica si se aplica en la presente investigación debido a que es necesario dar un sustento teórico, el cual se encuentra en las leyes, folletos, manuales, tesis relacionadas con el tema de estudio, Internet, lo que contribuirá a establecer diferentes criterios de informaciones pasadas y actuales con respecto al problema de estudio.

3.3. Nivel o tipo de investigación.

En el presente trabajo de investigación se aplicó los siguientes niveles de investigación:

Descriptiva

Para Salkind (1999, pág. 11) en su obra titulada Métodos de Investigación expone: “La investigación descriptiva reseña las características de un fenómeno existente. Los censos nacionales son investigaciones descriptivas, lo mismo que cualquier encuesta que evalúe la situación actual de cualquier aspecto”

Métodos Inductivos, Deductivos y Analíticos, Sintéticos

Eyssautier M. (2006, pág. 96) En el libro Metodología de la Investigación concluye:

El método inductivo-deductivo y el método analítico-sintético siguen el proceso científico de razonamiento. El método inductivo-deductivo estudia casos individuales para llegar a una generalización, conclusión o norma general y después se deducen las normas las normas individuales. El método analítico-sintético descompone una unidad en sus elementos más simples, examina cada uno de ellos por separado, volviendo a agrupar las partes para considerarlas en conjunto.

Población

Según Hernández (2001, pág. 127) en su libro Técnicas Estadísticas de Investigación Social relata:

Población o universo se puede definir como un conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridades que se desean estudiar. Esta información puede darse en medias o datos porcentuales.

La población en una investigación estadística se define arbitrariamente en función de sus propiedades particulares. Así mismo pueden definirse como familias, especies u órdenes de animales o plantas: también existen poblaciones de observaciones o de reacciones de cierto tipo: reacciones simples a estímulos sonoros, reacciones de asociación de palabras, apreciación de colores y similares, etc.

La presente investigación se llevó a cabo en la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, a los vendedores de autos usados de la Feria de Autos.

TABLA 3.1. Vendedores informales de la feria de autos Ambato.

Sujetos.	Número.
Vendedores informales	380
TOTAL	380

Elaborado por: Andres Cuito Freire (2013)

Muestra

El mismo autor Hernández B. (2001, pág. 127) en su libro Técnicas Estadísticas de Investigación Social explica:

Una muestra es una parte, más o menos grande, pero representativa de un conjunto de población, cuyas características deben producirse lo más aproximado posible. Científicamente, las muestras son parte de un conjunto (población) metódicamente seleccionada que se somete a

ciertos contrastes estadísticos para inferir resultados sobre la totalidad del universo investigado.

La fórmula para obtener la muestra es la siguiente: En donde,

N = Tamaño de la Población = 380

e = Error de muestreo = 0,05

P = Probabilidad de ocurrencia = 0,5

Q = Probabilidad de no ocurrencia = 0,5

Z = Nivel de confiabilidad = 95% = 1,96

$$n = \frac{z^2 * P * Q * N}{z^2 * P * Q + (N - 1) e^2}$$

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + (N - 1)e^2}$$

$$n = \frac{1.96^2 * 0.5 * 0.5 * 380}{1.96^2 * 0.5 * 0.5 + 380(0.05)^2}$$

$$n = \frac{1248.52}{4.21}$$

$$n = 191$$

En la presente investigación se aplicó el tipo de muestreo aleatorio, puesto que la encuesta aplicada esta direccionada a los vendedores informales los mismos que se encuentran en la capacidad de responder, y tienen conocimiento acerca del tema tratado.

3.5. Operacionalización de las Variables.

Matriz de Operacionalización de la variable independiente: Importación de autos

Tabla 3.2. Matriz de Operacionalización de la variable independiente: Importaciones

CONTEXTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Importaciones.</p> <p>En economía, la importación es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país pretendido para el uso o consumo interno de otro país.</p> <p>Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro la frontera de un estado con propósitos comerciales. Las importaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas</p>	<p>Necesidades</p> <p>Etapas.</p> <p>Proceso de compra</p> <p>Pedidos</p>	<p>Proceso personal</p> <p>Producto</p> <p>Capacitación</p> <p>Estructura</p> <p>Precio</p>	<p>¿Qué método de publicidad cree usted que utilizan los importadores para la venta de su producto?</p> <p>¿Cuántos vehículos cree usted que vende una concesionaria?</p> <p>¿Cree usted que las importaciones de autos afectan al mercado informal?</p> <p>¿Qué tipo de autos cree usted que importa más Ecuador?</p>	<p>Encuesta.</p> <p>Encuesta.</p> <p>Encuesta.</p> <p>Encuesta.</p> <p>Encuesta.</p> <p>Encuesta.</p>

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Matriz de Operacionalización de la variable dependiente: ventas.

Tabla 3.3. Matriz de Operacionalización de la variable independiente: ventas

CONTEXTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICAS E INSTRUMENTOS
<p>Venta es el intercambio entre un bien o servicio por un equivalente monetario, previamente pactado, con el fin de desarrollar la organización por otro lado, y por otro satisfacer los requerimientos y necesidades del comprador. Es un acuerdo personal o impersonal mediante el cual el vendedor transfiere un bien o servicio al cliente y este retribuye un pago monetario para beneficio mutuo de las partes. La adquisición del bien material o inmaterial supone la satisfacción de una necesidad.</p>	Ganancias	Automóviles Camionetas camiones	¿Qué tiempo de permanencia tiene usted en la feria de autos usados?	Encuesta.
	Metas	Excelente Regular Bueno.	¿Dentro de que grupo de vendedor se considera usted?	Encuesta.
	Cantidades	Prospección Prestación Objeción	¿Cree usted que la feria de carros se ha incrementado?	Encuesta.
	Superar a la competencia	Cierre Real Efectivo Potencial.	¿Qué tipo de automotor prefiere usted para la compra? ¿Cómo calificaría a los compradores?	Encuesta.

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

3.6. Recolección De La Información.

El plan de recolección de información contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos y la pregunta directriz de la investigación de acuerdo con el enfoque escogido.

Para concretar la descripción del plan de recolección conviene contestar a las siguientes preguntas.

Tabla 3.4. Recolección de la información

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
1. ¿Para qué?	Investigar el impacto de la importación de autos hacia el mercado informal de autos usados en la feria de Ambato evaluando las pérdidas causadas hacia los vendedores informales por las concesionarias.
2. ¿De qué personas u objetos?	Sujetos: vendedores.
3. ¿Sobre qué aspectos?	Indicadores de: Compras Ventas Comercializaciones
4. ¿Quién?	Andrés Cuito Freire: Investigador
5. ¿Cuándo?	Noviembre 2013
6. ¿Dónde?	Feria de autos Ambato
7. ¿Cuántas veces?	Dos veces por semana
8. ¿Qué técnicas de recolección?	Encuesta, entrevista, observaciones
9. ¿Con qué?	Formato de entrevista, formato de encuestas, libros revistas, tesis.

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

3.7. *Procesamiento de la información.*

Plan de procesamiento de la información.

En función de lo que sugiere Herrera, Medina y Naranjo (2010), se requiere hacer:

- Revisión crítica de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa: contradictoria, incompleta no pertinente, etc.
- Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales para corregir fallas de contestación.
- Tabulación o cuadro según variables de cada hipótesis: manejo de información, estudio estadístico de datos para representación de resultados.
- Representación Gráfica
- Análisis e interpretación de resultados.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

4.1. Análisis de los resultados.

El propósito de la investigación mediante la utilización de la encuesta, como herramienta de investigativa, fue la comprobación de la hipótesis planteada en el problema.

Se estructuró una encuesta que estuvo dirigida a los vendedores de autos usados del cantón Ambato que realizan actividades económicas comerciales.

La muestra fue de 191 vendedores, esto debido principalmente a los vendedores que creen que las importaciones de autos afectan el mercado informal.

El análisis de los resultados obtenidos se ha realizado en base a los porcentajes obtenidos ocupando herramientas de tabulación y estadísticas con la ayuda de la encuesta sobre las variables.

Tabla Estadística

Por medio de tablas simples se describen las opciones de respuesta, la frecuencia, y la relación porcentual con la totalidad de ellas.

Gráficas

Las gráficas organizan la información numérica en forma de figura de manera que es posible encontrar tendencias o patrones en la información. Gráficas estadísticas, representaciones gráficas de los resultados que se muestran en una tabla estadística. La representación gráfica de los datos de la investigación se realizó mediante el diagrama de barras según el caso.

Análisis e interpretación

El análisis e interpretación es descriptivo sobre la base de porcentaje de mayor a menor, al mismo tiempo que se amplía dicha información con los aspectos tomados por la observación directa y la situación actual de los negocios.

Pregunta 1. Cuánto tiempo se dedica a la venta de autos.

Tabla 4.1. Años en la actividad económica

Años	F	%
1 - 5 años	71	37
6 - 10 años	80	42
11 - 15 años	22	12
16 - 20 años	8	4
17- 20 años	10	5
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores

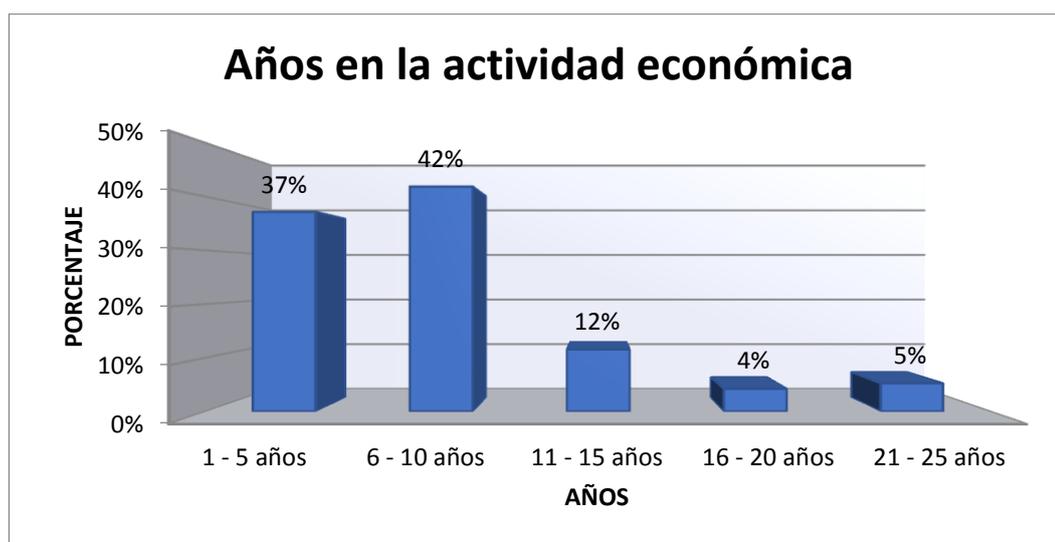


Gráfico 4.1. Años en la actividad económica.
Elaborado por: Cuito, Andrés (2013)

En la presente investigación hay una significativa participación de los vendedores de autos que oscilan entre 6 a 10 años representado por el 42% de participación, le sigue en orden de importancia aquellos comerciantes de 1 a 5 años con un 37%, apenas el 9% de los encuestados superan los 16 años de permanencia en esta actividad económica.

Pregunta 2. De qué provincia proviene usted.

Tabla 4.2. Provincia de procedencia.

<i>Provincia</i>	F	%
<i>Azuay</i>	33	17%
<i>Bolívar</i>	30	16%
<i>Loja</i>	19	10%
<i>Pichincha</i>	39	20%
<i>Tungurahua</i>	70	37%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores

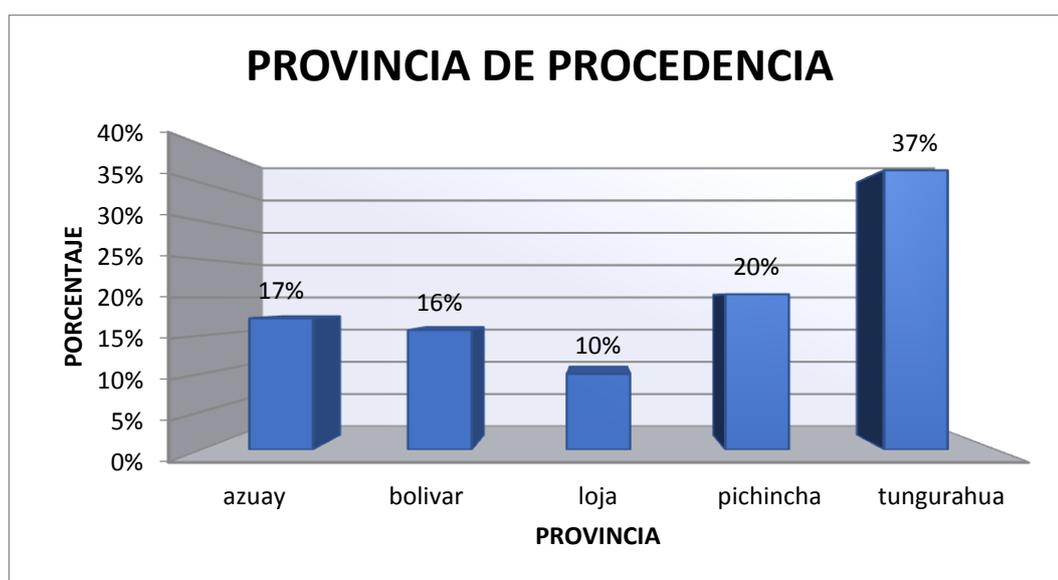


Gráfico 4.2. Provincia.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013)

Como se muestra en el gráfico de barras podemos apreciar que existe una significativa participación del 37% que pertenecen a la provincia del Tungurahua mientras que los vendedores de la provincia de Pichincha tienen una participación del 20% y el 10% 16% 17% respectivamente que comprenden las provincias de Azuay Bolívar y Loja.

Pregunta 3. Cree usted que las importaciones de autos amenazan la venta de autos usados.

Tabla: 4.3. Amenaza de las importaciones hacia la feria de autos

Amenaza	F	%
<i>Siempre</i>	112	59%
<i>Casi siempre</i>	63	33%
<i>A veces</i>	13	7%
<i>Rara vez</i>	2	1%
TOTAL	190	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

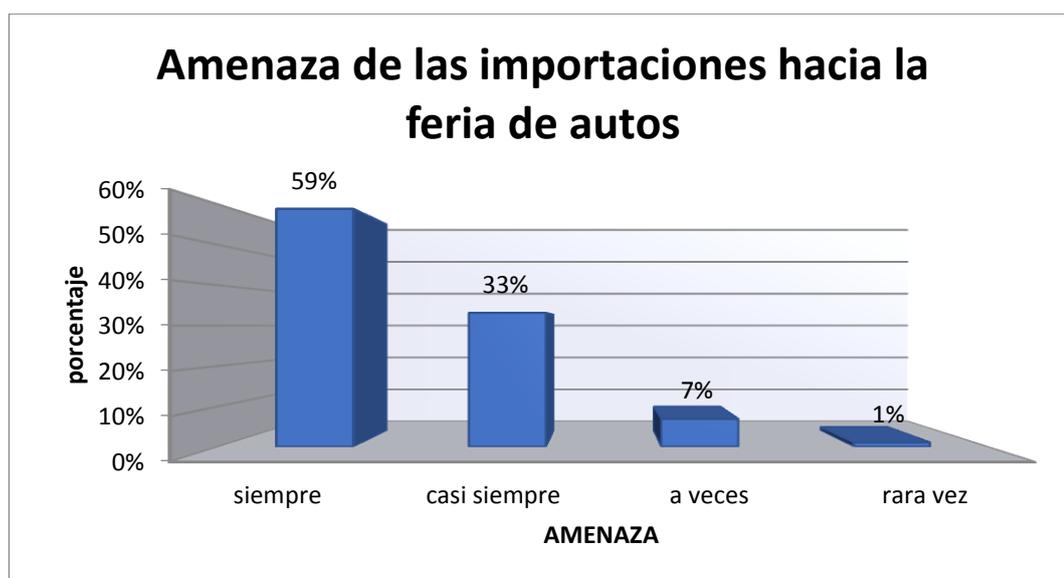


Gráfico 4.3. Amenaza de las importaciones hacia la feria de autos.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013)

En las encuestas realizadas a los vendedores de autos el 59% de los vendedores afirman que las importaciones de autos afectan directamente a la feria de autos mientras tanto el 33% tiene una opinión del casi siempre, pero el 8% contestó que a veces y rara vez afectan a la misma.

Pregunta 4. Cuanto dispone usted como capital de trabajo.

Tabla: 4.4. Capital para trabajar

CAPITAL	F	%
<i>De 10000 a 20000</i>	71	37%
<i>De 21000 a 30000</i>	48	25%
<i>De 31000 a 40000</i>	21	11%
<i>De 41000 a 50000</i>	20	10%
<i>De 51000 a 60000</i>	14	7%
<i>Más de 61000</i>	17	9%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

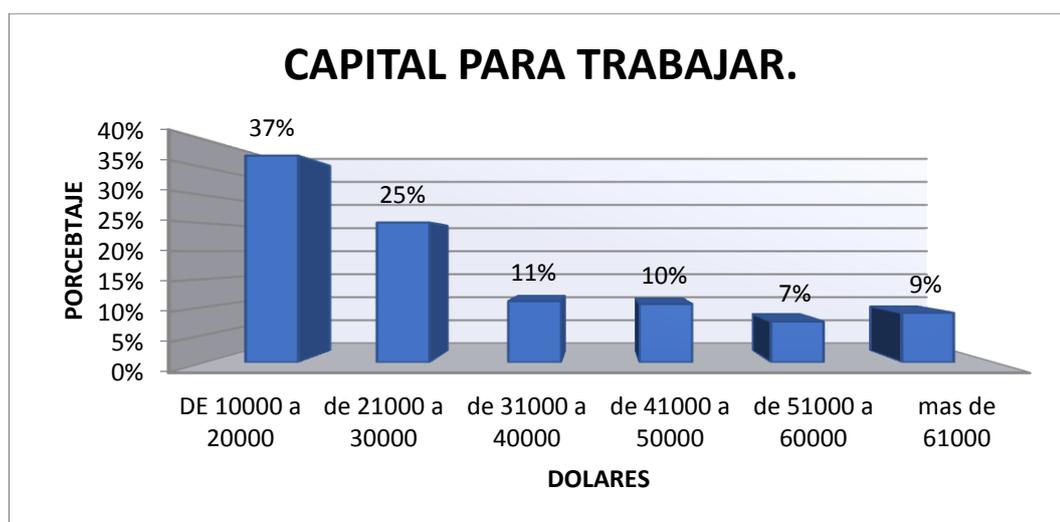


Gráfico 4.4. Capital para trabajar.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

En la encuesta realizada a los vendedores de autos el 37% posee un capital para trabajar entre \$10.000 y \$20.000, mientras tanto que el 25% posee de \$21.000 y \$30.000, los vendedores que comprenden el capital de trabajado de \$31.000 y \$40.000 representan el 11%, mientras que el 10%, 7% y el 9% tiene un capital de trabajo más alto para realizar sus compras y ventas.

Pregunta 5. El capital con el que usted trabaja es.

Tabla 4.5. Capital con que se trabaja

<i>capital</i>	F	%
<i>Financiado</i>	8	4%
<i>Propio</i>	147	77%
<i>Entre socios</i>	36	19%
<i>Total</i>	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

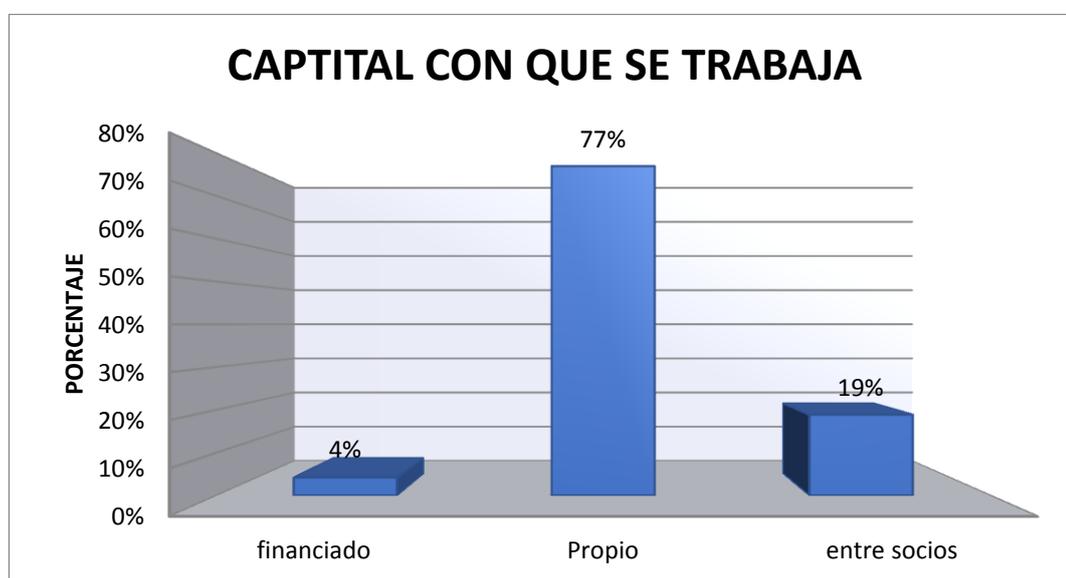


Gráfico 4.5. Capital con se trabaja.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Respecto al capital con el que trabajan los vendedores de autos el 77% de ellos indicaron que este es propio, así como el 19% de ellos señalan que trabajan entre socios, y una mínima participación en el mercado informal con el 4% con un capital financiado.

Pregunta 6. Cuantos autos tiene usted para la venta.

Tabla 4.6. Autos que traen para vender

AUTOS PARA VENDER	F	%
<i>Dos autos</i>	39	20%
<i>Tres autos</i>	58	30%
<i>Cuatro autos</i>	33	17%
<i>Cinco autos</i>	42	22%
<i>Seis autos</i>	19	10%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

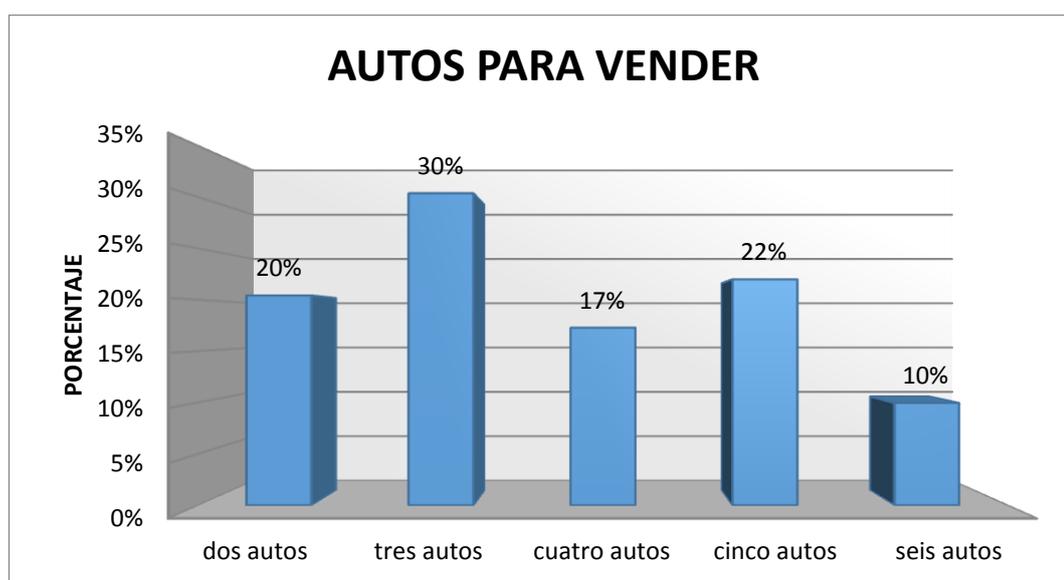


Gráfico 4.6. Autos para vender.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Con los datos obtenidos en las encuestas un 30% de los vendedores poseen cada semana 3 autos para vender, el resultado obtenido con el 22% indicaron que tienen como inventario semanal cinco autos, quienes tienen dos autos están representados por el 20%, mientras que el más bajo son los que poseen 6 autos con el 10%.

Pregunta 7. Cuántos de los autos que trae por semana los puede vender.

Tabla. 4.7 Autos vendidos

AUTOS VENDIDOS	F	%
<i>Cero autos</i>	23	12%
<i>Un auto</i>	70	37%
<i>Dos autos</i>	70	37%
<i>Tres autos</i>	27	14%
<i>Cuatro autos</i>	1	1%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

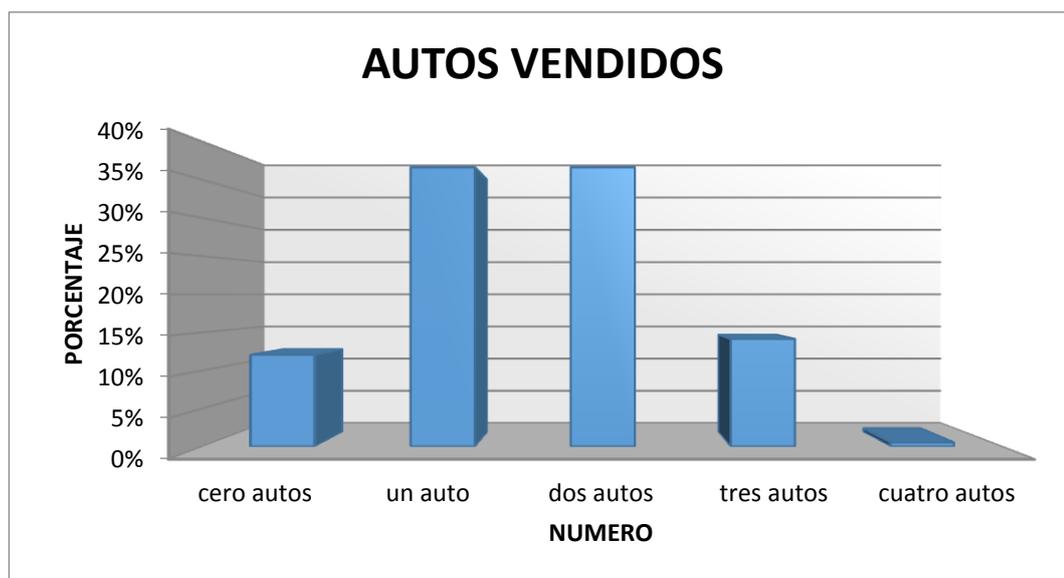


Gráfico 4.7. Autos vendidos
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Con los datos obtenidos hay una igualdad con el 37% de los vendedores que pueden concretar una venta de uno y dos autos, mientras que existe un 14% de ellos logran vender sus automotores, pero acercándose con el 12% supieron revelar que no consiguen concretar ni una sola venta.

Pregunta 8. Cuál es el promedio de ganancia al vender un auto.

Tabla. 4.8. Promedio de ganancia

PROMEDIO DE GANANCIA	F	%
<i>100 dólares</i>	26	14%
<i>200 dólares</i>	41	21%
<i>300 dólares</i>	38	20%
<i>400 dólares</i>	35	18%
<i>500 dólares</i>	39	20%
<i>Más de 500 dólares</i>	12	6%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

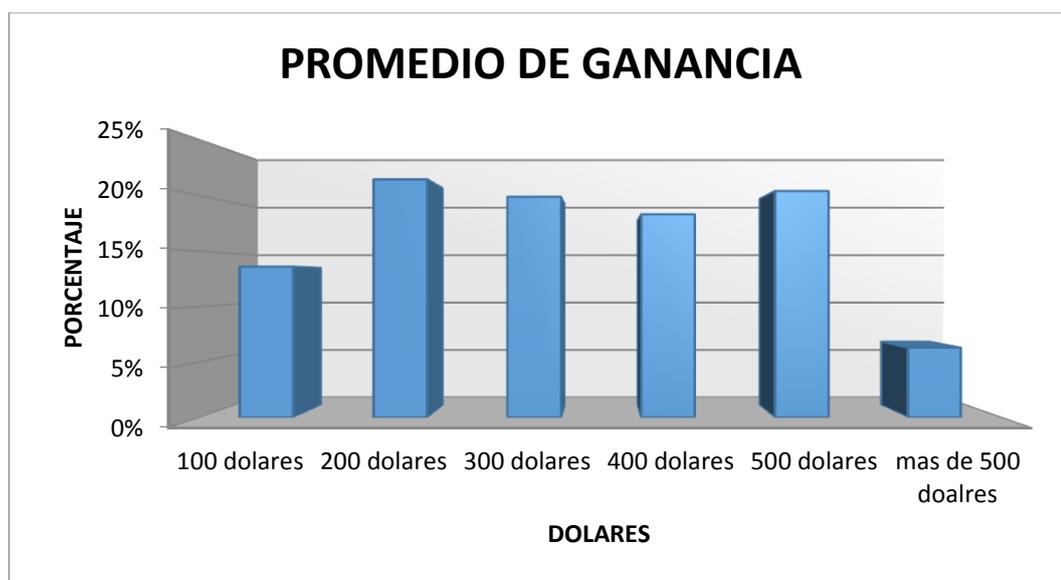


Gráfico 4.8. Promedio de ganancia
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Con los datos conseguidos en la investigación de campo existe un promedio de lucro de \$200 que comprende el 21%, con un porcentaje poco inferior del 20% los vendedores de autos manifestaron que tiene un promedio de ganancia de \$500 y \$300, con 100\$ que corresponde al 14% y con un porcentaje mínimo del 6% tienen una ganancia promedio semana de más de 500 dólares.

Pregunta 9. Cuál es el medio de cobranza que usted ocupa cuando vende *un automotor*.

Tabla 4.9. Medio de cobranza

MEDIO DE COBRANZA	F	%
<i>Cheque</i>	20	10%
<i>Deposito</i>	66	35%
<i>Efectivo</i>	75	39%
<i>Transferencia</i>	30	16%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

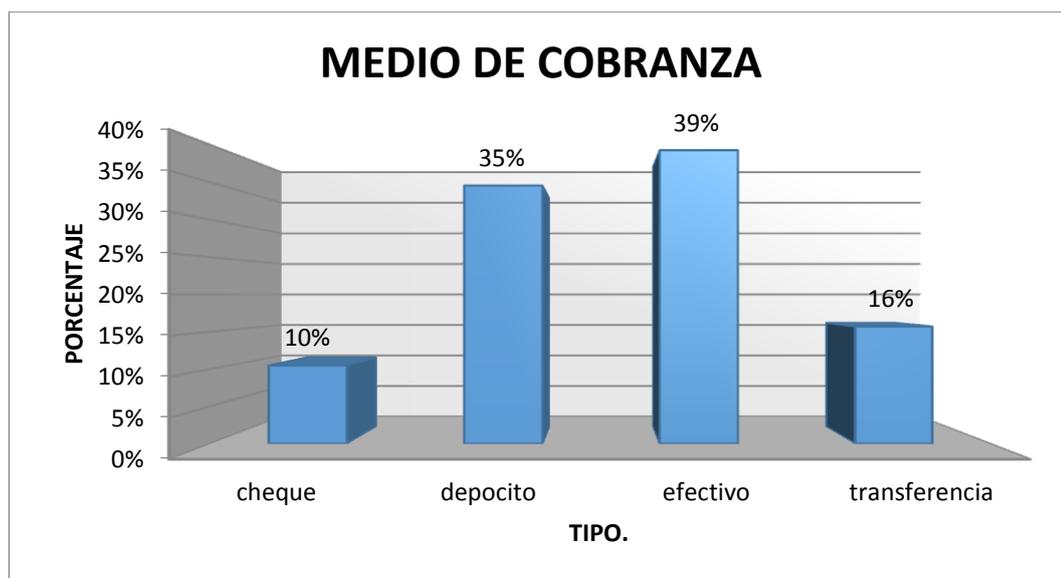


Gráfico 4.9. Medio de cobranza
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Con los datos obtenidos en la búsqueda de información hacia los vendedores de autos, estos mencionaron que el 39% tiene el método de cobranza en efectivo, mientras que el 35% manifestaron que concretan la venta con un depósito, el 16% de ellos señalaron que ocupan la transferencia como pago al momento de vender un auto, y con el 10% indicaron que prefieren cobran en cheque.

Pregunta 10. De la pregunta anterior cual piensa usted que es la forma de pago más segura.

Tabla 4.10. Cobranza segura

SEGURIDAD	F	%
<i>Deposito</i>	111	58%
<i>Efectivo</i>	59	31%
<i>Transferencia</i>	21	11%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

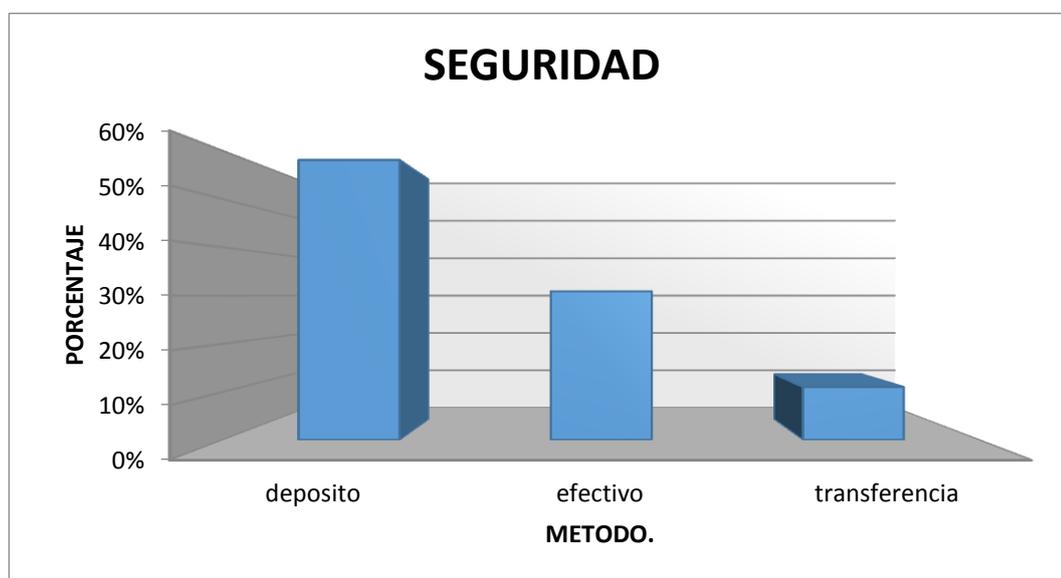


Gráfico 4.10. Seguridad
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

El 58% de los vendedores de autos encuestados manifestaron que la forma más segura al momento de vender un auto es el depósito por parte del interesado, mientras que el 31% de ellos supieron revelar que es en efectivo, y con una diferencia menor significativa señalaron que la más segura es una transferencia.

Pregunta 11. Cuántos carros piensa usted que una concesionaria de autos vende a la semana.

Tabla 4.11 Autos que vende una concesionaria.

VENTA DE CONCESIONARIAS	F	%
<i>De 0 a 10 autos</i>	32	17%
<i>De 11 a 20 autos</i>	102	53%
<i>De 21 a 30 autos</i>	38	20%
<i>De 31 a 40 autos</i>	11	6%
<i>De 41 a 50 autos</i>	8	4%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

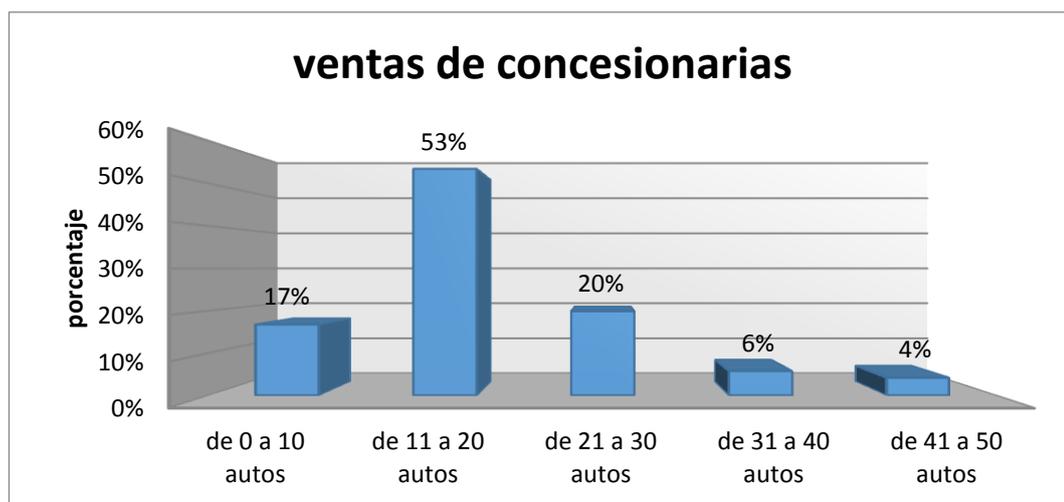


Gráfico 4.11. Seguridad
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Con los datos obtenidos a los vendedores existe un pensamiento del 53% que una concesionaria vende de 11 a 20 autos a la semana, mientras tanto que un 20% piensa que venden de 21 a 30 autos, mientras que otro grupo dice que venden de 0 a 10 autos que se encuentra con el 17%, y con un 10% de los vendedores especulan de las concesionarias venden entre 31 y 50 autos a la semana.

Pregunta 12. En dónde adquiere usted los vehículos que trae para la feria de autos.

Tabla: 4.12. De donde adquieren los autos.

AQUERENCIA DE LOS AUTOS	F	%
<i>Propietarios iniciales</i>	51	27%
<i>Comerciantes</i>	137	72%
<i>Remates públicos</i>	3	2%
<i>Otras plazas</i>	0	0%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

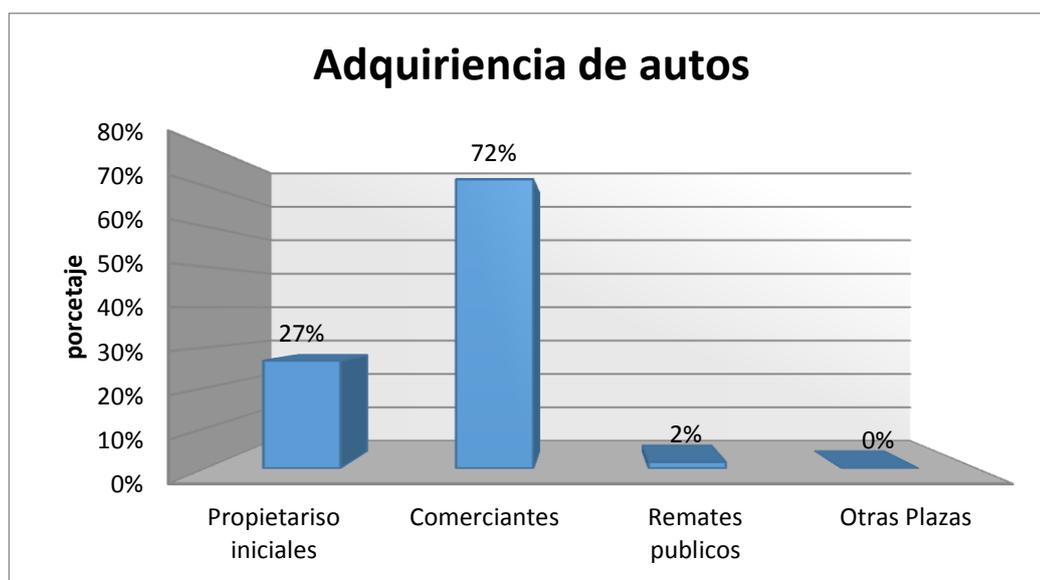


Gráfico 4.12. Seguridad
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

En los datos obtenidos existe una diferencia significativa del 72% que los vendedores adquieren sus autos de otros comerciantes, en otros casos con el 27% manifestaron que recuperan su inventario por medio de propietarios iniciales, y con el 2% manifestaron que los obtienen en remates públicos y otras plazas.

Pregunta 13. En el tiempo que usted lleva en este negocio ha sufrido de?

Tabla 4.13: percances sufridos

PERCANCES SUFRIDOS	F	%
<i>Robo</i>	9	5%
<i>Estafa</i>	5	3%
<i>Ninguno</i>	177	93%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

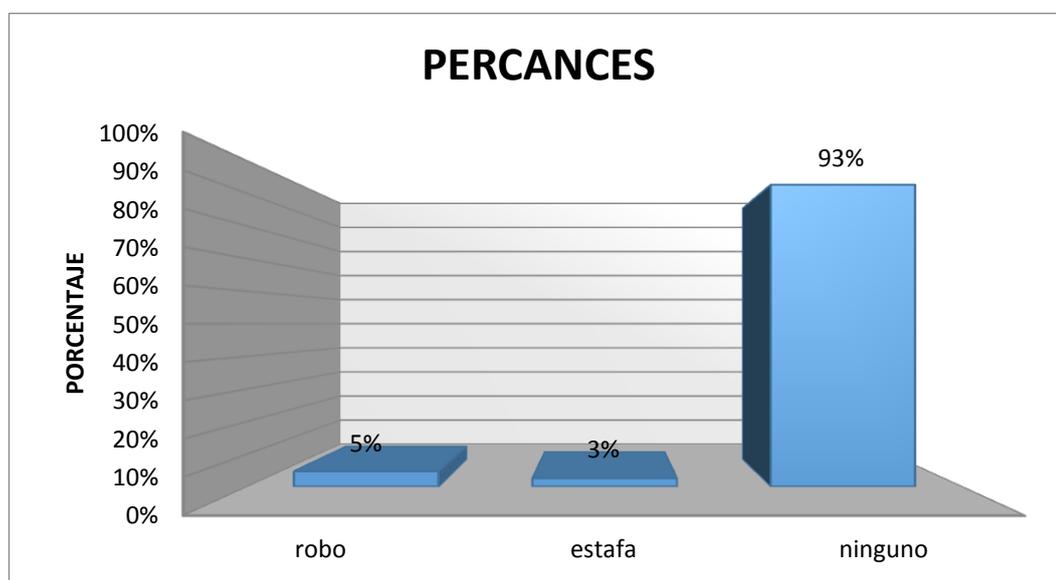


Gráfico 4.13. Percances.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Con los datos obtenidos en las encuestas existe una afirmación notable que el 93% de los vendedores que no han sufrido ningún tipo de percance, mientras que el 8% de los encuestados manifestaron que han sufrido robos y estabas.

Pregunta 14. Cuál es el periodo máximo que se demora en vender un auto.

Tabla: 4.14. Periodo de rotación.

ROTACIÓN	F	%
<i>0 semanas</i>	55	29%
<i>1 semana</i>	44	23%
<i>2 semanas</i>	44	23%
<i>3 semanas</i>	21	11%
<i>4 semanas</i>	19	10%
<i>5 semanas</i>	8	4%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

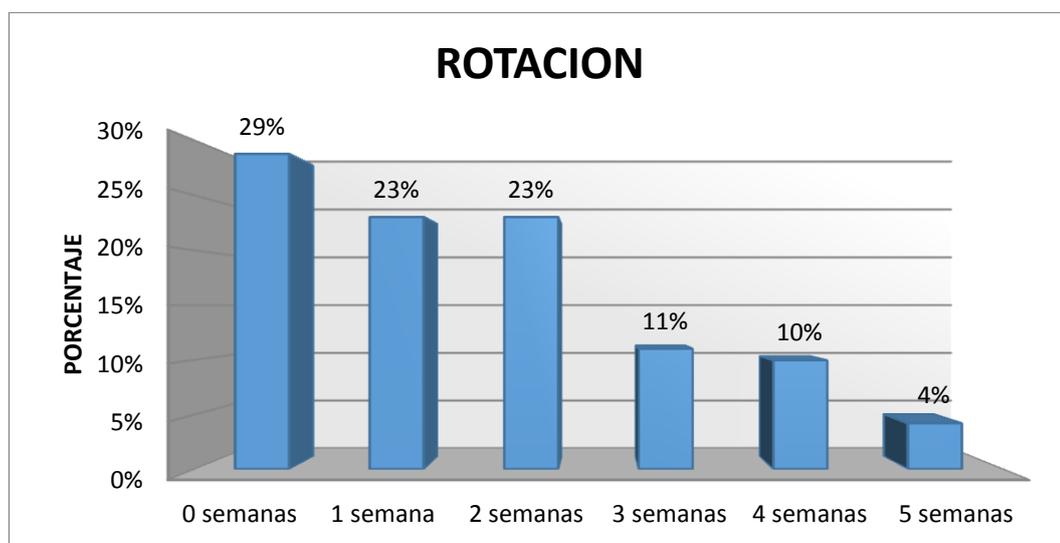


Gráfico 4.14. Rotación.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Con los datos obtenidos con las encuestas realizadas a los vendedores de autos estos supieron manifestar que el 29% logan concretar la venta de un auto en cero semanas, con el 23% de los encuestados revelaron que tardan en vender un auto entre una u dos semanas, mientras que el

11%, 10% y 4% afirmaron que venden sus autos entre las tres y cinco semanas.

Pregunta 15. Que marca de automotores son los más comerciales para su criterio.

Tabla 4.15. Autos comerciales

Marca	F	%
<i>Chevrolet</i>	104	54%
<i>Hyundai</i>	14	7%
<i>Kia</i>	11	6%
<i>Mazda</i>	56	29%
<i>Nissan</i>	3	2%
<i>Toyota</i>	3	2%
<i>Vw</i>	0	0%
<i>Citroën</i>	0	0%
<i>Ford</i>	0	0%
<i>Bmw</i>	0	0%
<i>Mercedes benz</i>	0	0%
<i>Volvo</i>	0	0%
<i>Otros</i>	0	0%
<i>Total</i>	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

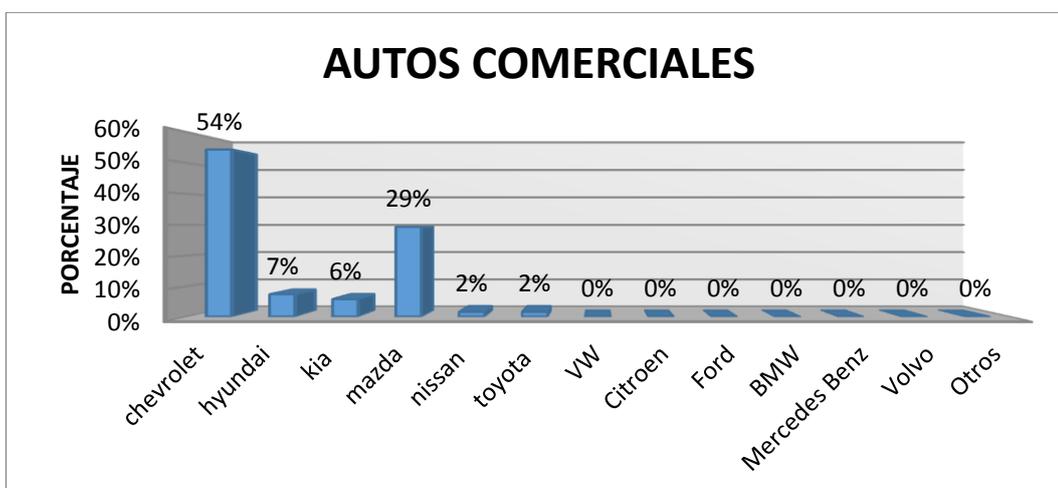


Gráfico 4.15. Autos comerciales
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

El 54% de los personas encuestados manifestaron que la marca Chevrolet es la más comercial seguido por la marca Mazda con el 29%, con el 7% y 6% están las marcas coreanas Hyundai y Kia, y entre los menos comerciales se encuentran las marcas Toyota, Nissan, VW, Citroën, Ford, BMW, Mercedes Benz, Volvo, Otros.

Pregunta 16. Cuál es el color preferido para los posibles compradores.

Tabla 4.16. Color del automotor.

COLOR	F	%
<i>Azul</i>	38	20%
<i>Blanco</i>	24	13%
<i>Negro</i>	73	38%
<i>Otros</i>	18	9%
<i>Rojo</i>	36	19%
<i>Verde</i>	2	1%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

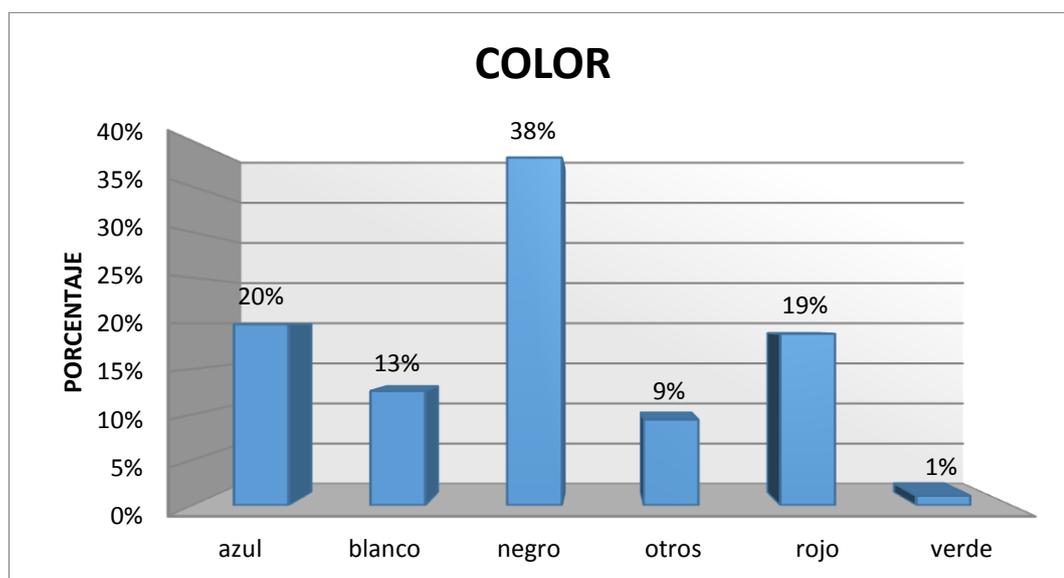


Gráfico 4.16. Color
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Entre los autos más escogidos por los posibles compradores con el 38% es el color negro, mientras que el color azul se encuentra con el 20%, mientras que el color rojo tiene una apreciación del 19%, otro color que los posibles compradores tiene una afinidad notable es con el color blanco

con el 13%, en la variedad de colores se encuentra un 9%, y entre los menos observados son el color verde con el 1%.

Pregunta 17. Cuáles son los años de fabricación de vehículos más vendidos.

Tabla 4.17. Años de fabricación más vendidos.

AÑOS	F	%
2000 al 2005	129	0.67539267
2006 al 2010	58	0.30366492
2011 al 2014	4	0.02094241
TOTAL	191	1

Fuente: encuesta a los vendedores.

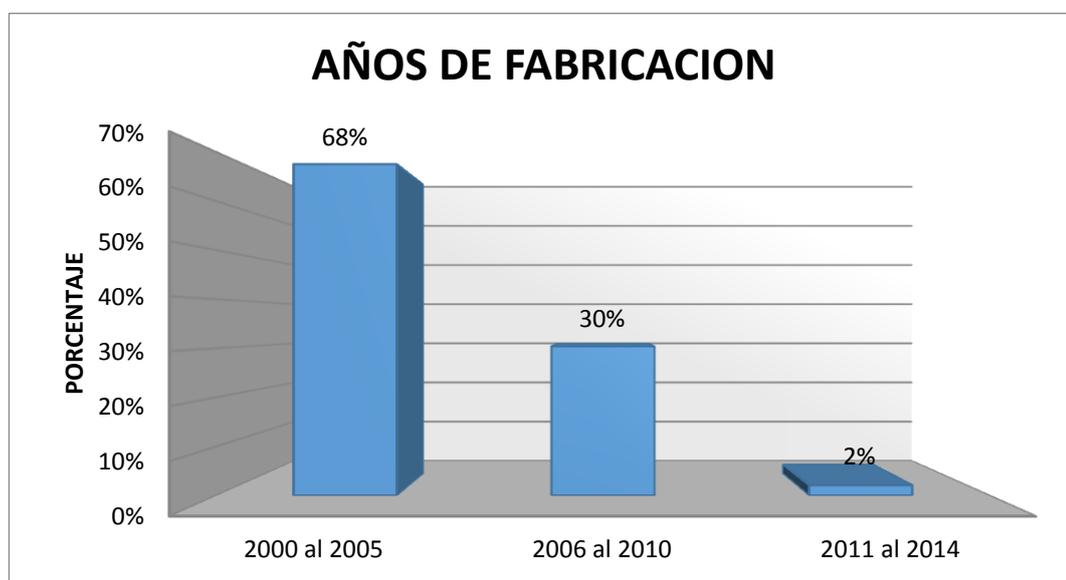


Gráfico 4.17. Año de fabricación.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

De acuerdo con la encuesta los años de fabricación más vendidos se encuentran están entre los 2000 y 2005 con el 68%, con el 30% están entre los años 2006 y 2010, pero entre los menos apreciados están los años 2011 y 2014 con el 2%.

Pregunta 18. Tiene algún costo de ingreso a la feria de autos.

Tabla 4.18. Costo de ingreso.

COSTO DE INGRESO	F	%
<i>Si</i>	191	100%
<i>No</i>	0	0%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

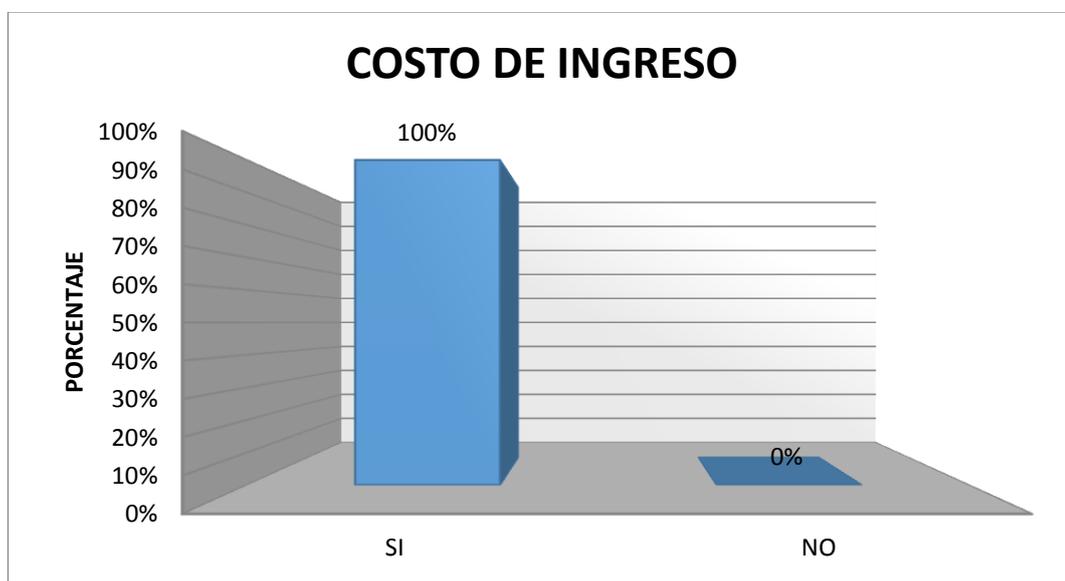


Gráfico 4.18. Costo de ingreso.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

En la encuesta realizada a los vendedores de autos el 100% manifestó que para el ingreso de cada auto tiene un costo de ingreso de un dólar.

Pregunta 19. Usted ve alguna mejora por el costo de ingreso a la feria de autos.

Tabla 4.19. Mejoras en la feria de autos

MEJORAS	F	%
<i>Si</i>	0	0%
<i>No</i>	191	100%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

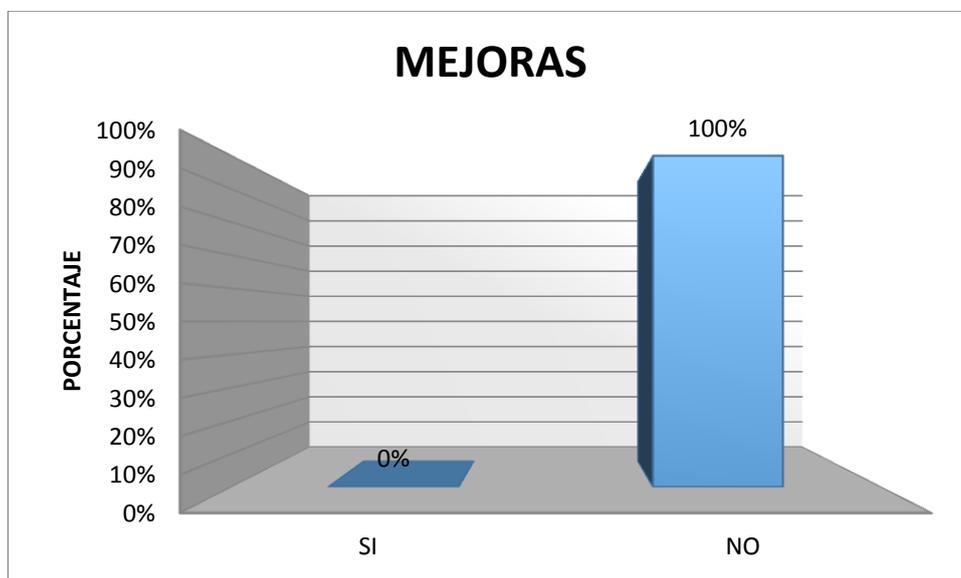


Gráfico 4.19. Mejoras.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Existe una diferencia significativa de los encuestados con el 100% que ninguno de ellos ve una mejora por el costo de ingreso a la feria de autos.

Pregunta 20. Existen baterías sanitarias en la feria de autos.

Tabla 4.20. Baterías sanitarias.

BATERÍAS SANITARIAS	F	%
<i>Si</i>	5	3%
<i>No</i>	186	97%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

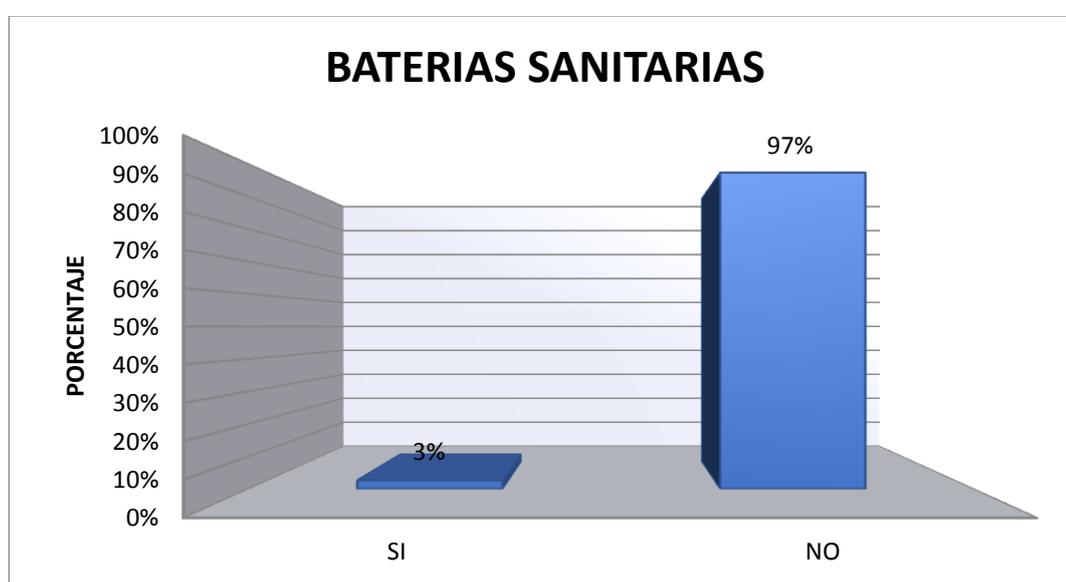


Gráfico 4.20. Mejoras.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Con los datos obtenidos en la feria de autos con la ayuda de la encuesta de campo el 97% de los vendedores manifiesta que no existen baterías sanitarias a lo largo de la feria, las personas que comprenden el 3% manifestaron que tienen viviendas en lugares aledaños a la feria.

Pregunta 21. El espacio para que su auto se exhiba es.

Tabla 4.21. Espacio.

ESPACIO	F	%
<i>Excelente</i>	0	0%
<i>Muy bueno</i>	27	14%
<i>Bueno</i>	138	72%
<i>Regular</i>	25	13%
<i>Deficiente</i>	1	1%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

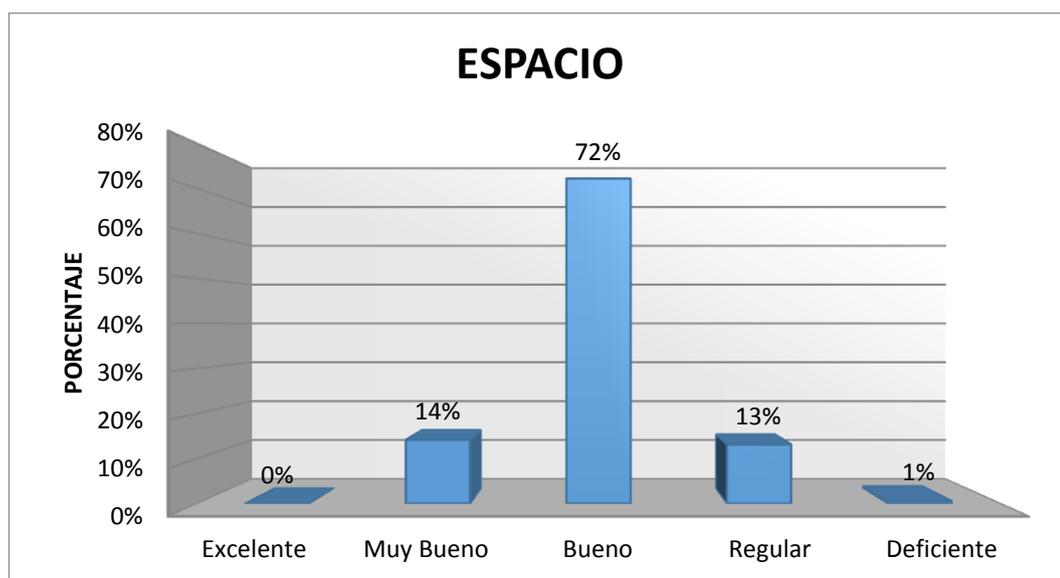


Gráfico 4.21. Espacio.
Elaborado por: Andrés cuito (2013).

Con los datos recolectados en la investigación de campo se demuestra que el espacio para la exhibición del auto es bueno con el 72%, mientras que otros vendedores expresaron que es muy bueno el espacio para que su auto se exhiba con un 14%, mientras que el 13% de los encuestados manifestaron que el espacio es regular, deficiente, y el 0% menciona que el espacio es excelente.

Pregunta 22. Como cree usted que mejoraría la exhibición para la venta de un auto.

Tabla 4.22 Mejoras para la exhibición.

MEJORAS PARA LA EXHIBICIÓN	F	%
<i>Espacio</i>	75	39%
<i>Organización</i>	76	40%
<i>Tipo</i>	40	21%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

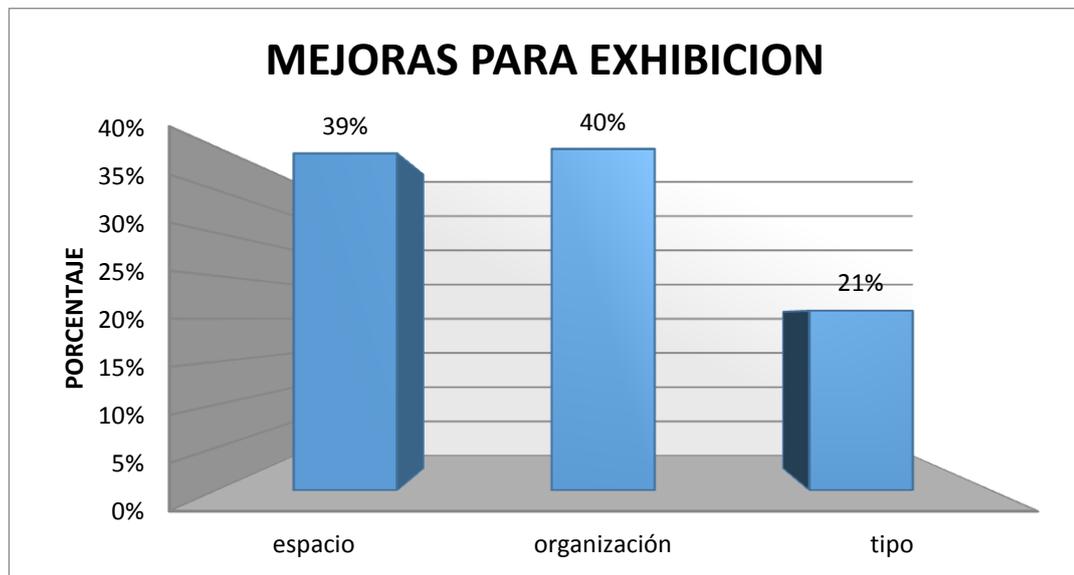


Gráfico 4.22. Mejoras para exhibición.
Elaborado por: Andrés cuito (2013).

Con los datos recolectados con las encuestas hay una diferencia muy cercana entre el espacio y la organización con el 39% y 40%, y con el 21% con la distribución del tamaño de carro.

Pregunta 23. Que es lo primero que revisan los posibles compradores del auto.

Tabla 4.23. Revisión de los autos.

REVISIÓN	F	%
<i>golpes</i>	76	40%
<i>limpieza</i>	4	2%
<i>matriculado</i>	56	29%
<i>motor</i>	55	29%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

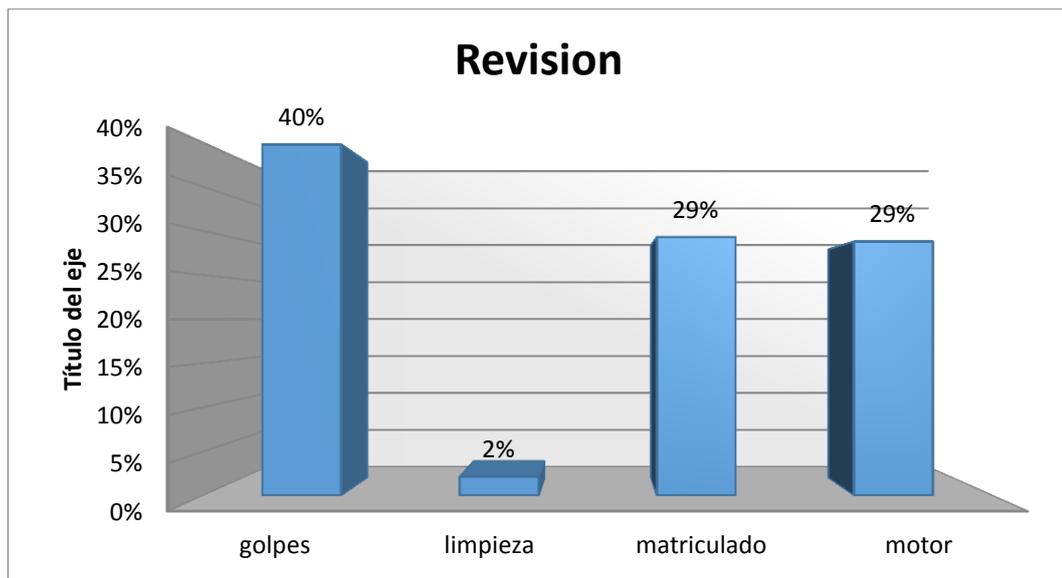


Gráfico 4.23. Revisión.
Elaborado por: Andrés cuito (2013).

En la encuesta realizada a los vendedores de autos demuestra que los posibles compradores de autos revisan los golpes con el 40%, mientras tanto que el auto este matriculado y que el motor este en buen estado se encuentra con el 29%, pero una baja proporción de los posibles compradores se fija en la limpieza del auto.

Pregunta 24. Deja que los posibles compradores enciendan el auto.

Tabla 4.24. Encender el auto para probar

ENCENDIDO DEL AUTO	F	%
<i>si</i>	174	91%
<i>no</i>	17	9%
TOTAL	191	100%

Fuente: encuesta a los vendedores.

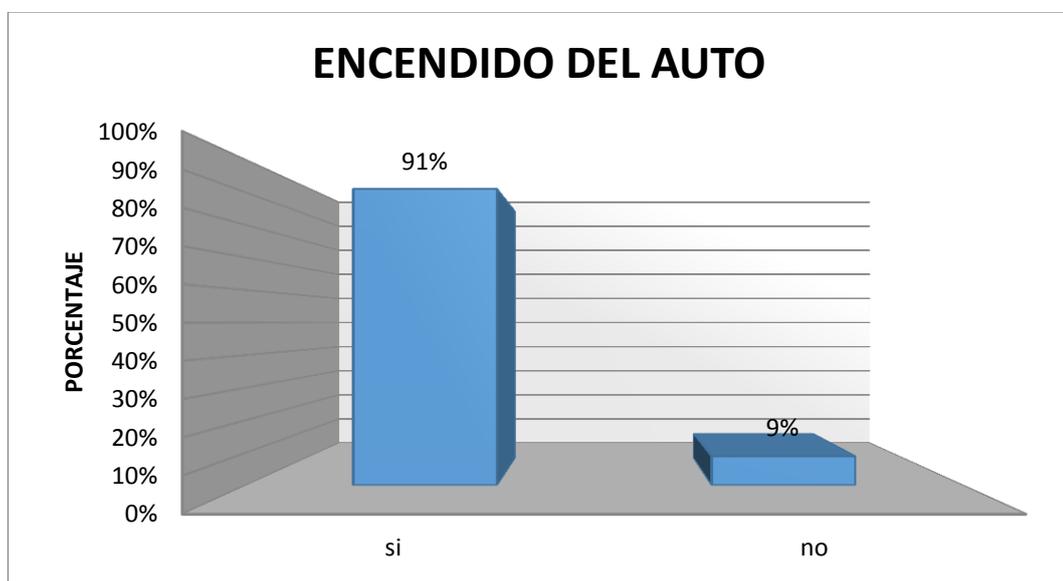


Gráfico 4.24. Mejoras para exhibición.
Elaborado por: Andrés cuito (2013).

Existe una diferencia significativa por los vendedores de autos al dejar que los posible compradores enciendan el su auto con un 91%, mientras que una diminuta parte que se encuentra con el 9% dicen que es necesario encender el auto si el negocio es concretado.

4.2. Interpretación de los resultados.

Los años de antigüedad de los comerciantes en el sector de comercialización de vehículos usados en la ciudad de Ambato en su mayoría superan los 5 años, siendo este un trabajo e ingreso familiar a largo plazo.

A través de la investigación se pudo corroborar que la mayoría de comerciantes en la feria de autos de Ambato, pertenecen a la provincia de Tungurahua, siendo este un tipo de trabajo atractivo para muchos.

Una de las principales amenazas para el sector automovilístico de carros usados son las importaciones, debido a que estas provisionan de nueva mercadería hacia la demanda de vehículos, a través de los planes de financiación acaparan gran parte del mercado.



Imagen 4.1. Evolución de venta de vehículos
Fuente: diario el Comercio.

Una característica de los comerciantes de vehículos es que necesitan un capital para la comercialización de los mismos, la mayoría de ellos poseen un alto capital de trabajo, dando una movilidad de más de cien mil dólares en un día de feria, tomando como media que cada comerciante

encuestado supo manifestar que posee un promedio de 25000 dólares, para el giro de sus transacciones.

Como complemento del capital de trabajo, los comerciantes de autos usados supieron manifestar que en su mayoría es propio, y como segunda opción utilizan el financiamiento para completar sus transacciones comerciales.

El capital de trabajo que posee los comerciantes les permite acceder a la posesión de 3 vehículos para su comercialización, lo cual les permite tener un movimiento en su inventario mediante la renovación de marca y año.

En la ciudad de Ambato la feria de vehículos usados se lleva a cabo dos veces por semana los días lunes y martes, lo que permite que los comerciantes puedan exhibir sus autos con el objetivos de venderlos, en gran parte supieron manifestar que logran vender de uno a dos vehículos por semana, lo que les ayuda a tener un alto nivel de rotación de su capital y de su inventario.

La finalidad de cada acción comercial es obtener utilidad. De los comerciantes de vehículos usados encuestados una quinta parte dijo que su ganancia después de comercializar su vehículo es de un promedio de 250 dólares, cimentando como un medio de ingreso estable.

Toda actividad económica para dar por concluida debe ser cerrada con el intercambio de un bien por dinero, pero existe varias modalidades de pago, que dependiendo al grado de confiabilidad y uso cada involucrado lo utiliza. En la comercialización de vehículos usados los métodos más utilizados como medio de pago son; el pago en efectivo y a través de depósitos bancarios.

De las modalidades de cobro generalmente aceptados por los comerciantes de vehículos, que son en efectivo y por depósito bancario,

el que mayor confiabilidad tiene son los depósitos, debido a que se minimiza el riesgo de robo al momento de trasladar el dinero de un lugar a otro.

Como anteriormente mencionamos una de las principales amenazas hacia el mercado de vehículos usados son las importaciones, los vehículos importados son comercializados por las concesionarias que para la rotación de su inventario tienen como meta la venta de 18 vehículos por vendedor, lo cual genera una preocupación a los comerciantes informales debido a que los compradores potenciales pueden ser atraídos a la adquisición de vehículos nuevos.

El mercado de vehículos usados nace cuando el propietario inicial de un auto quiere venderlo por varias razones, de esta manera se da origen a la comercialización de vehículos de segunda mano, que a través del tiempo estos pasaran a ser comercializados de uno a otro comerciante hasta llegar a su propietario final.

Toda actividad posee un nivel de riesgo y debido a que en la comercialización de vehículos usados la forma de pago mayormente aceptado es en efectivo, los riesgos presentes son el robo y la estafa, aunque no existe niveles altos de estos, se han dado en ciertas ocasiones, por lo que se ha tomado varias medidas de prevención para que lleguen a anularse.

Los comerciantes de vehículos usados mencionaron que venden de uno a dos vehículos por semana es decir, que su rotación es de cuatro autos por mes, generando un gran movimiento de efectivos y vehículos.

Mediante la investigación, se pudo hacer una averiguación de los gustos y preferencias de los con próximos a la adquisición de un vehículo por concepto de marca. La marca más comercializada y aceptada en el mercado vehicular es la Chevrolet, muy seguida de la Mazda, que a

través del tiempo por su precio y su eficacia se han ido posesionando en el mercado.

Para la compra de vehículos los comerciantes por el tiempo en el trabajo han identificado cuales son los colores preferidos de los futuros compradores. Los compradores se inclinan especialmente a los vehículos de color negro, seguido por el color azul y rojo, de esta manera los comerciantes poseen una guía de que vehículos según su color para su adquisición.

Para la adquisición de un vehículo la marca y el color no son los únicos determinantes, pues el año de fabricación también un gran elemento para la toma de la decisión. Los vehículos que están en los intervalos desde el 2000 al 2005 son los más comercializados, en este mercado, pero sin dejar de lado los vehículos con cinco años de antigüedad desde el año en transcurso, son de gusto y agrado para los futuros compradores. Por varias razones existen vehículos del año en transcurso en el mercado, los cuales por su precio y su modelo no son muy comerciales.

Debido a la influencia de personas, al uso del suelo, y a que la feria se encuentra en la zona urbana, el gobierno autónomo descentralizado del Ambato izo su presencia en el lugar, cobrando un valor para el ingreso del lugar, y ejercer su actividad económica.

Desde que el GAD de Ambato comenzó a cobrar un valor para el ingreso de la feria de vehículos usados, no se ha dado ninguna mejora en el lugar, tomando como base que a la feria existe una influencia de 1500 comerciantes los días lunes, y un promedio de 500 los martes.

En la feria de vehículos usados de Ambato, esta desprovisto de baterías sanitarias, lo que ocasiona malestar tanto para los comerciantes como para los posibles compradores.

A pesar de que existe un lugar para la afluencia de personas que su medio de trabajo es la comercialización de vehículos, el espacio tiene una calificación de los comerciantes de bueno, lo que significa que no posee los elementos necesarios para que se de manera más segura y apropiada la comercialización de vehículos.

El dinero que se recauda por concepto de ingreso a la feria. Podría ser usado para mejorar el espacio en el que se realiza la feria de autos usados, mediante la organización de la asociación de vendedores, se podría establecer un convenio con el GAD de Ambato, y optimizar el espacio generando mayor confianza en los involucrados en el mercado de autor usados.

Un determinante para la adquisición de un vehículo, se revisa si se encuentra matriculado y posee el SOAT pagado, de esta manera se evitaría el pago de multas por retraso del mismo, otro determinante es que el vehículo no presente daños por abolladuras, golpes u otra manera de daño que deteriore y disminuya sus valor, así como el estado del motor, que dependiendo a su año y su kilometraje deberá tener reparaciones o no.

Una estrategia que los comerciantes usan para poder convencer al futuro comprador es dejarles encender el vehículo mientras están sentados tras el volante, el vendedor hace adulaciones sobre el motor y el sonido, así como del estado y lo que podría ahorrar con su adquisición, esta es un medio y estrategia muy usada entre los comerciantes.

4.3. Verificación de la hipótesis.

Para la verificación de la hipótesis se considera los datos obtenidos en la investigación de campo realizada a los vendedores de autos usados en la feria de autos Ambato, para verificar la pérdida de mercado por causa de las importaciones de autos y este afecta el mercado de venta, entre la

relación con las variables de la importación de autos y el impacto que estas causas al mercado informal.

La herramienta estadística utilizada para la verificación de la hipótesis es el estadígrafo denominado Ji cuadrado (X^2), cuyo proceso es el siguiente:

1.- Planteo de hipótesis

a) Modelo lógico

H_0 = No hay diferencia estadística significativa entre las importaciones de autos y las ventas de autos usados en la feria del cantón Ambato.

H_1 = Si hay diferencia estadística significativa entre las importaciones de autos y las ventas de autos usados en la feria del cantón Ambato.

b) Modelo matemático

$H_0: O = E$

$H_1: O \neq E$

c) Modelo estadístico.

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

2.- Regla de decisión.

$1 - 0,01 = \alpha = 0,99;$

$Gl = (columnas - 1) (filas - 1)$

$Gl = (5 - 1) (4 - 1)$

$Gl = 12.$

$1 - 0,05 = \alpha = 0,95;$

$Gl = (columnas - 1) (filas - 1)$

$Gl = (5 - 1) (4 - 1)$

$Gl = 12.$

Al 99% y con 12 gl. X^2_t es igual a 26,2; Al 95% y con 12 gl. X^2_t es igual a 21,0

Se acepta la hipótesis nula si, x_c^2 es menor o igual a x_t^2 , caso contrario se rechaza, tanto al α de 0,05 ó 0,01.

Se acepta la H_0 , si X_c^2 es \leq a 26.2 con α 0,01. Se acepta la H_0 , si X_c^2 es \leq a 21.0 con α 0,05

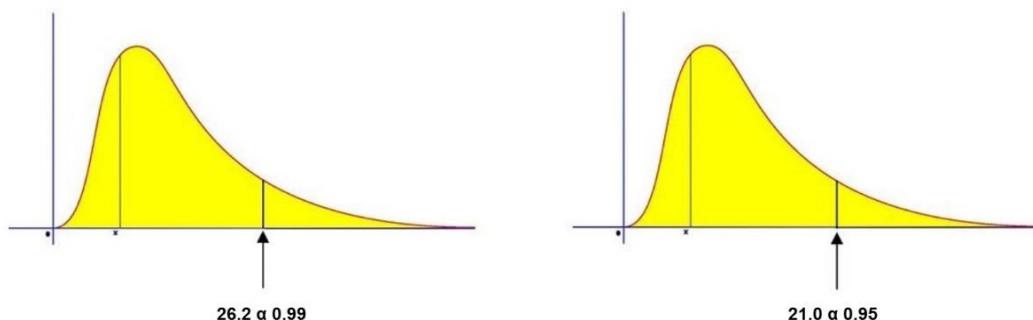


Imagen 4.2. Curvas de chi cuadrado

3. Cálculo de X^2 .

Tabla 4.25. Presentación de los datos.

		Autos vendidos				Total
		0	1	2	3	
Numero de autos para la venta	2	10	15	14	0	39
	3	8	35	11	4	58
	4	2	11	14	6	33
	5	3	4	23	12	42
	6	0	5	8	6	19
Total		23	70	70	28	191

Fuente: encuesta.
Elaborado por Andrés Cuito Freire.

Explicación: Por tratarse de valores altos se ha trabajado con porcentajes debido a que se han agrupado las preguntas para cada una de las variables de estudio y entre ellas tomamos en cuenta para la comprobación de x^2 la cantidad de autos que los vendedores llevan para vender contra cuántos de ellos los pueden vender durante los dos días que se lleva a cabo la feria de autos, con los diferentes datos obtenidos en la investigación de campo.

$$\chi^2 = \frac{\sum(O - E)^2}{E}$$

Tabla 4.26 Cálculo de chi-cuadrado.

O	E	O-E	(O-E) ²	(O-E) ² /E
10	4.70	5.30	28.13	5.99
8	6.98	1.02	1.03	0.15
2	3.97	-1.97	3.90	0.98
3	5.06	-2.06	4.23	0.84
0	2.29	-2.29	5.23	2.29
15	14.29	0.71	0.50	0.03
35	21.26	13.74	188.88	8.89
11	12.09	-1.09	1.20	0.10
4	15.39	-11.39	129.79	8.43
5	6.96	-1.96	3.85	0.55
14	14.29	-0.29	0.09	0.01
11	21.26	-10.26	105.20	4.95
14	12.09	1.91	3.63	0.30
23	15.39	7.61	57.87	3.76
8	6.96	1.04	1.07	0.15
0	5.72	-5.72	32.69	5.72
4	8.50	-4.50	20.27	2.38
6	4.84	1.16	1.35	0.28
12	6.16	5.84	34.14	5.54
6	2.79	3.21	10.33	3.71
				55.05

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

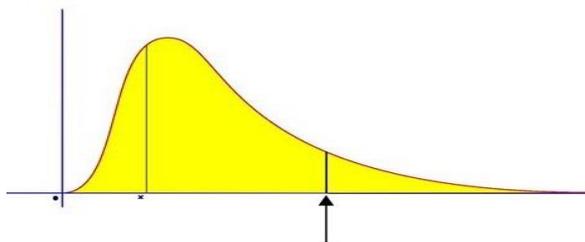


Imagen. 4.3. Curva chi-cuadrado

4.27. Tabla estadística chi-cuadrado.

GL/P	Valores Críticos de la Distribución Chi Cuadrado (1 cola)														
	0,999	0,995	0,99	0,975	0,95	0,90	0,75	0,50	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
1	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,02	0,10	0,46	1,32	2,71	3,84	5,02	6,64	7,88	10,83
2	0,00	0,01	0,02	0,05	0,10	0,21	0,58	1,39	2,77	4,61	5,99	7,38	9,21	10,60	13,82
3	0,02	0,07	0,12	0,22	0,35	0,58	1,21	2,37	4,11	6,25	7,82	9,35	11,35	12,84	16,27
4	0,09	0,21	0,30	0,48	0,71	1,06	1,92	3,36	5,39	7,78	9,49	11,14	13,28	14,86	18,47
5	0,21	0,41	0,55	0,83	1,15	1,61	2,68	4,35	6,63	9,24	11,07	12,83	15,09	16,75	20,52
6	0,38	0,68	0,87	1,24	1,64	2,20	3,46	5,35	7,84	10,65	12,59	14,45	16,81	18,55	22,46
7	0,60	0,99	1,24	1,69	2,17	2,83	4,26	6,35	9,04	12,02	14,07	16,01	18,48	20,28	24,32
8	0,86	1,34	1,65	2,18	2,73	3,49	5,07	7,34	10,22	13,36	15,51	17,54	20,09	21,96	26,12
9	1,15	1,74	2,09	2,70	3,33	4,17	5,90	8,34	11,39	14,68	16,92	19,02	21,67	23,59	27,88
10	1,48	2,16	2,56	3,25	3,94	4,87	6,74	9,34	12,55	15,99	18,31	20,48	23,21	25,19	29,59
11	1,83	2,60	3,05	3,82	4,58	5,58	7,58	10,34	13,70	17,28	19,68	21,92	24,73	26,76	31,26
12	2,21	3,07	3,57	4,40	5,23	6,30	8,44	11,34	14,85	18,55	21,03	23,34	26,22	28,30	32,91
13	2,62	3,57	4,11	5,01	5,89	7,04	9,30	12,34	15,98	19,81	22,36	24,74	27,69	29,82	34,53
14	3,04	4,08	4,66	5,63	6,57	7,79	10,17	13,34	17,12	21,06	23,69	26,12	29,14	31,32	36,12
15	3,48	4,60	5,23	6,26	7,26	8,55	11,04	14,34	18,25	22,31	25,00	27,49	30,58	32,80	37,70
16	3,94	5,14	5,81	6,91	7,96	9,31	11,91	15,34	19,37	23,54	26,30	28,85	32,00	34,27	39,25
17	4,42	5,70	6,41	7,56	8,67	10,09	12,79	16,34	20,49	24,77	27,59	30,19	33,41	35,72	40,79
18	4,91	6,27	7,02	8,23	9,39	10,87	13,68	17,34	21,61	25,99	28,87	31,53	34,81	37,16	42,31
19	5,41	6,84	7,63	8,91	10,12	11,65	14,56	18,34	22,72	27,20	30,14	32,85	36,19	38,58	43,82
20	5,92	7,43	8,26	9,59	10,85	12,44	15,45	19,34	23,83	28,41	31,41	34,17	37,57	40,00	45,31

4. Conclusion.

Se rechaza la H_0 si $X^2_{\text{calculado}} \geq X^2_{\text{critico}}$ como $55,05 > 21,03$, entonces se rechaza la hipótesis nula y se acepta la alternativa, por lo tanto se acepta que la hipótesis que señala que la importación de autos afecta significativamente a los vendedores de autos usados de la feria del cantón ambato, esta con un nivel de confianza del 95%.

Se llega a la misma conclusión con un 0.01 de error, es decir: Si hay diferencia estadística significativa entre las importaciones de autos y las ventas de autos usados en la feria del cantón Ambato.

Encuesta a las concesionarias.

Acontinuacion se verificara la hipotesis por medio de una segunda encuesta realizada a las consecionarias de la ciudad de ambato.

Pregunta 1. Cuantos carros venden al mes?

Tabla 4.28. carros vendidos al mes.

CONSECCIONARIA	F	%
KIA	50	10%
FORD	18	4%
ASSA 1	45	9%
AUTOSIERRA	30	6%
MAZDA	75	15%
AMBACAR 1	15	3%
ASSA 2	78	16%
ASSA 3	23	5%
NISSAN RENAULT	15	3%
HYUNDAI	52	11%
MITSUBUSHI	6	1%
ASSA 4	15	3%
GREAT WALL	12	2%
ASSA 5	60	12%
	494	1.00

Fuente: encuesta a las consecionarias.

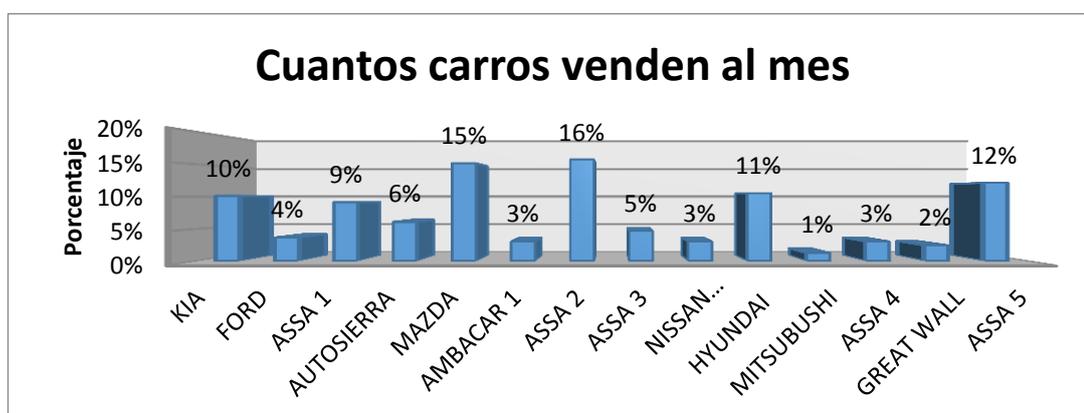


Gráfico 4.25. Carros vendidos al mes.
Elaborado por: Andrés cuito (2013).

Con los datos obtenidos en las encuestas realizadas a las concesionarias de carros nuevos se tiene una competencia notable entre ASSA con un 16% y MAZDA con un 15% en la venta de vehiculos que siguen a continuacion KIA con un 10% y HYUNDAI con un 11%.

2. De los autos en exhibición?

Tabla 4.29. ¿Autos en exhibición?

MARCA	%	%
KIA	60%	40%
FORD	100%	0%
ASSA 1	20%	80%
AUTOSIERRA	100%	0%
MAZDA	5%	95%
AMBACAR 1	0%	100%
ASSA 2	30%	70%
ASSA 3	20%	80%
NISSAN RENAULT	100%	0%
HYUNDAI	20%	80%
MITSUBUSHI	100%	0%
ASSA 4	10%	90%
GREAT WALL	10%	90%
ASSA 5	100%	0%

Fuente: encuesta realizada a las concesionarias de autos.

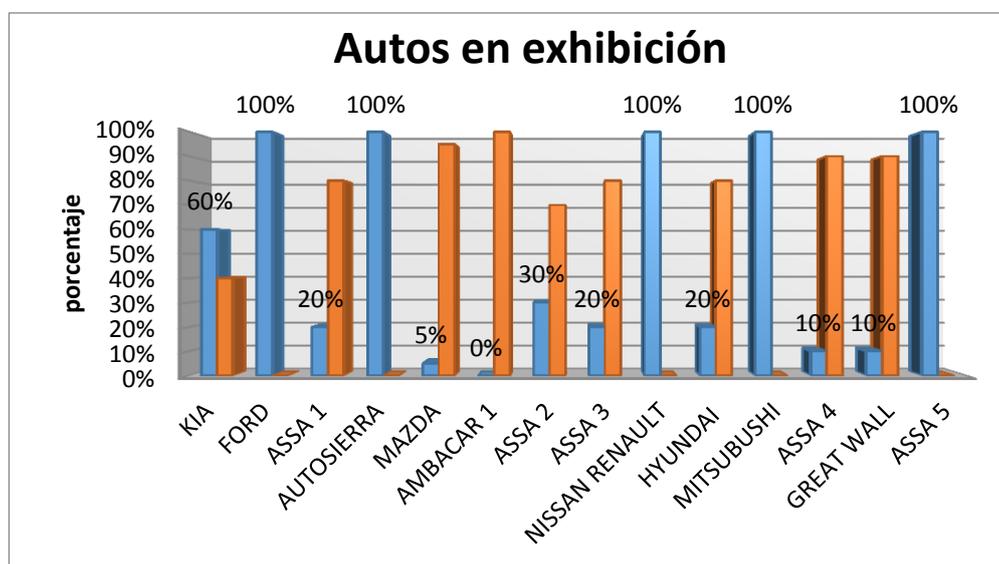


Gráfico 4.26. Autos en exhibición.
Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

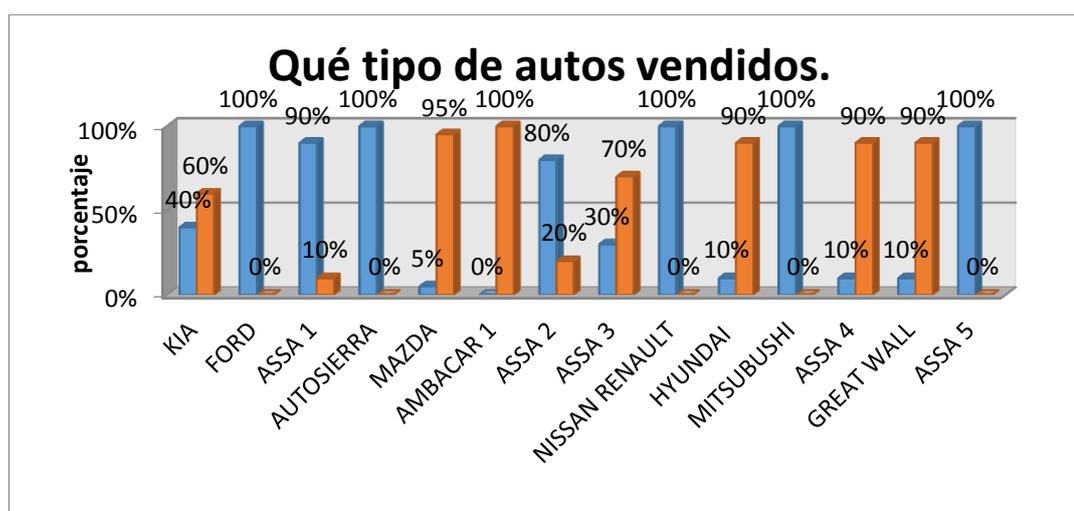
Con los datos obtenidos en las encuestas existen 5 concesionarias que tienen un 100% que manifiestan que sus productos son totalmente importados, sus marcas son las siguientes FORD, VOLWAGEN, NISSAN RENAULT, MITSUBISHI, ASSA CAMIONES, mientras que otras mencionan que el 80% por ciento de ellas son ensamblados en el Ecuador pero sus componentes son extranjeros.

Pregunta 3. De los autos que tienen para la venta cuantos son importados y cuantos son ensamblados en el Ecuador.

Tabla 4.30. Qué tipo de autos vendidos.

MARCA	%	%
KIA	40%	60%
FORD	100%	0%
ASSA 1	90%	10%
AUTOSIERRA	100%	0%
MAZDA	5%	95%
AMBACAR 1	0%	100%
ASSA 2	80%	20%
ASSA 3	30%	70%
NISSAN RENAULT	100%	0%
HYUNDAI	10%	90%
MITSUBUSHI	100%	0%
ASSA 4	10%	90%
GREAT WALL	10%	90%
ASSA 5	100%	0%

Fuente: encuesta realizada a las concesionarias.



Cuadro 4.27. Qué tipo de autos vendidos
Elaborado por: Andres Cuito (2013)

Con los datos obtenidos en la encuesta realizada a los concesionarios no existen una diferencia significativa en los autos que son tanto en los importados como en los que se ensamblan en el Ecuador, como se ve hay una igualdad en las ventas.

Pregunta 4. Tienen algun convenio con instituciones, Gad's.

Tabla 4.31. convenio con instituciones.

Convenio	F	%
<i>si</i>	4	29%
<i>no</i>	10	71%
	14	100%

Fuente: encuesta realizada a las consecionarias de autos.

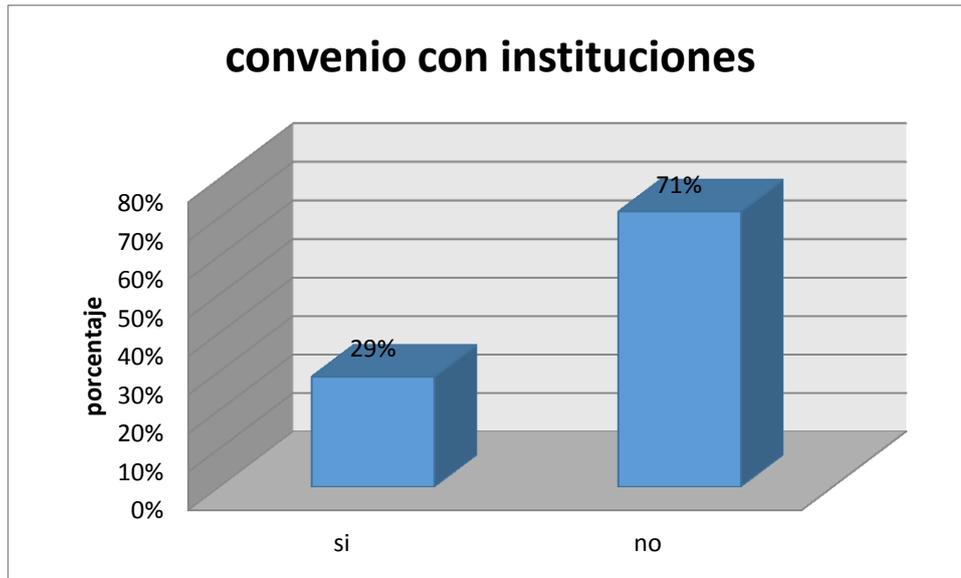


Gráfico 4.28. convenio con instituciones.

Elaborado por: Andres Cuito (2013)

Con los datos obtenidos en la encuesta se puede tomar en cuenta que hay una diferencia significativa con las concesionarias que tiene un convenio con instituciones financieras con un 71% mientras que las que poseen convenio tienen un 29% de participación en el mercado.

Pregunta 5. Cree que las concesionarias crean un impacto en las ventas de los vendedores de la feria de autos usados del cantón Ambato.

Tabla 4.32. Impacto de las concesionarias hacia la feria informal de autos usados.

	F	%
<i>si</i>	12	85,71%
<i>no</i>	2	14,29%
	14	100,00%

Fuente: encuesta a las concesionarias.

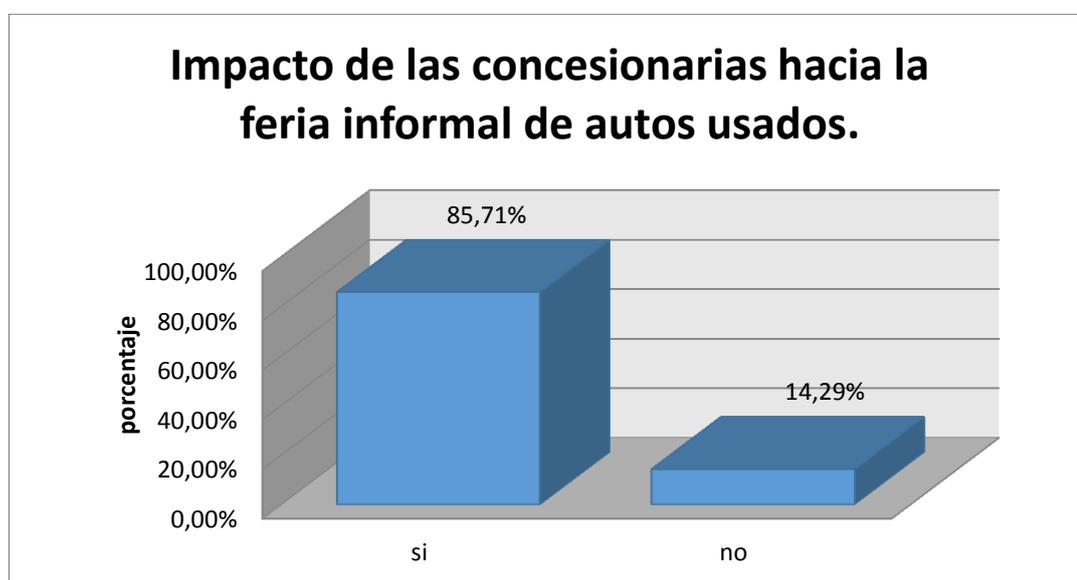


Gráfico.4.29. Impacto de las concesionarias hacia la feria informal de autos usados. Elaborado por: Andrés Cuito (2013).

Con los datos obtenidos por medio de la encuesta hacia las concesionarias de autos existe una diferencia significativa con un 85.71% afirma que estas amenazan a la feria de autos usados en Ambato mientras que un 14.29% d ellas dicen que no amenazan la feria de autos usados del cantón Ambato.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1. Conclusiones

Una vez realizado el estudio sobre “La importación de autos y su impacto en el mercado informal de venta de autos usados en la feria de Ambato” se pudo establecer las siguientes conclusiones:

Respecto al objetivo general: Investigar el impacto de la importación de autos hacia el mercado informal de autos usados en la feria de Ambato evaluando las pérdidas causadas hacia los vendedores informales por las concesionarias.

- Con base a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los comerciantes informales de la feria de autos usados de Ambato, el 59% siente que las importaciones de vehículos nuevos hacia el país, es el principal inconveniente y obstáculo en la comercialización de vehículos usados, debido a que estos vehículos son distribuidos por concesionaria de distintas marcas, y poseen metas de ventas mensuales con un promedio de 18 vehículos vendidos a la semana, ocasionando un impacto negativo en el segmento del mercado de vendedores informales.

Respecto al primer objetivo específico: “Determinar el número de autos importados por las concesionarias en la ciudad de Ambato, identificando hacia qué sectores van dirigidos principalmente estos productos que pueden ser dirigidos para uso doméstico, trabajo, gubernamental.

- En base a los datos obtenidos en la encuesta realizada a los comerciantes informales de la feria de vehículos usados, y mencionados en el literal anterior, las concesionarias poseen

como meta de venta un promedio de 18 vehículos semanales, el principal mercado hacia los que van dirigidos estos productos, son a personas que poseen como ingreso dos salarios mínimos unificados, debido a que la modalidad de trabajo de las concesionarias se basan en conceder un plan de créditos con un plazo no mayor a 60 meses. De una entrevista informal con los vendedores de las concesionarias, se determina que por ejemplo, Kia Motors Company, vende un promedio de 60 autos al mes, Chevrolet 82; Hyundai 62, Wolsvagen 32, entre otras. Estos valores superan largamente el promedio de autos comercializados informalmente.

En base al segundo objetivo específico. “Establecer el número de autos vendidos para la regularización y recaudación de precios e impuestos para el mercado informal de venta de carros usados”

- Se ha podido identificar que existe la presencia del Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato, como la entidad gubernamental regularizadora, pues más bien su actuación se limita en la recaudación de un dólar por vehículo para el ingreso hacia la feria de carros usados. Las razones de recaudos que el GAD de Ambato menciona son para el mejoramiento del espacio de exhibición y colocación de servicios higiénicos, lo que todavía su ausencia es notable.

Respecto al tercer objetivo específico: Proponer un plan de reubicación para el mercado informal de venta de autos usados en Ambato para que exista un ambiente óptimo para la comercialización de estos.

- A través de la recaudación de información por medio de la encuesta aplicada a los comerciantes informales de autos usados, la ausencia de servicios higiénicos, la falta de un centro policial

para la confirmación de información del vehículo, servicio de vigilancia policial, es un detonante para que se genere desconfianza por parte de, no solo los comerciantes, sino también de los potenciales clientes, lo cual permite generar una propuesta de reubicación de la feria, hacia un lugar más apropiado, que cuente con los servicios anteriormente mencionados, y de esta manera el pago por el ingreso sea para su manutención.

5.2 Recomendaciones

- Establecer un proyecto de reubicación de la feria de vehículos usados, frente al Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato, con los parámetros y las mejoras que dará la aplicación del mismo, mediante los ingresos que generará el pago de un valor por concepto de ingreso y mantenimiento, así como también la prestación y colaboración de la policía nacional por medio de la vigilancia y seguridad que brindaran, con apoyo técnico, como sería en la revisión vehicular y la corroboración de la información del mismo.
- La Asociación de Vendedores Informales de vehículos usados, necesitan solicitar un informe al Gobierno Autónomo Descentralizado de Ambato, de cuál es el destino del dinero recaudado por concepto de ingreso a la feria de autos usados.
- La Asociación de Vendedores Informales de vehículos usados, para hacerle frente a la gran competencia que representa las concesionarias, para este se deberá realizar un análisis para generar un listado de los vehículos más comercializados y crear intervalos de precios aceptables y generen competitividad en el mercado de comercialización automovilístico.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA.

6.1. Datos informativos.

Tema

“Plan de reubicación de la feria de autos Ambato al nuevo recinto ferial ubicado en la parroquia Picaihua en el sector de Shuyurco”.

Beneficiarios.

Los beneficiarios de la propuesta son: Los vendedores de autos de la feria de carros usados del Cantón Ambato.

Ubicación.

Provincia de Tungurahua

Cantón Ambato

Parroquia de Picaihua

Sector Shuyurco.

Tiempo estimado para la realización.

2 años.

Equipo técnico responsable.

Centro de planificación y proyectos del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato.

Costo.

10'833358.33 dólares americanos aproximadamente.

6.2. Antecedentes de la propuesta.

La feria de autos Ambato está catalogada como una de los centros de más apreciación por los posibles compradores de autos usados en el país, por tal motivo que el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato en el área de planificación y obras públicas tienen un sin número de grandes obras en ejecución que se realizarán en el transcurso del presente año entre las cuales está el nuevo recinto ferial.

Para poder ejecutar este proyecto se destaca el gran trabajo realizado en expropiaciones de predios, ubicados en el sector de Shuyurco, La Municipalidad ha adquirido un terreno de alrededor de casi once hectáreas, son 110.000 m² (metros cuadrados), los procesos están finiquitados en esta área rural ubicada en la Parroquia de Picaihua, salida a Baños, sector de INECEL, los mismos que se complicaron, debido a que los ciudadanos propietarios no tenían escrituras, por lo que se tuvo que trabajar con la Secretaría de Tierras para legalizar estos terrenos; en la actualidad los terrenos están legalizados. Para estabilizar el daño ocasionado a los propietarios de los terrenos del sector INECEL, se dotará de terrenos de 300 m² (metros cuadrados), a cada uno para que construyan sus futuras casas, y eventualmente podrán tener un negocio, respetando las normativas del sector.

El futuro recinto ferial se proyecta construir un área cubierta de 10.000 metros cuadrados para ferias y también para eventos; complementariamente va a tener un área abierta que está destinada para los estacionamientos con capacidad para alrededor de 1.100 vehículos, es aquí donde se desarrollará la feria de carros, es decir se contará con una importante área con todos los servicios para la comercialización de vehículos.

El Municipio planifica también la construcción de una vía de acceso al recinto ferial, que tendrá 18 metros de ancho para la entrada y salida de personas y de automóviles de toda clase de tamaño.

Así como lo menciona Tacón y Ortega (2009), en su objetivo y descripción, es la ejecución de un recinto ferial que presente unas buenas aptitudes funcionales tanto como zona de esparcimiento de la población con zonas de juegos, itinerarios de paseo, así como de superficie para uso ferial mercados y exposiciones al aire libre para mejora del medio ambiente urbano. Las actuaciones consistirán en la ejecución de la pavimentación, infraestructura de servicios, alumbrado, ajardinamiento, mobiliario urbano.

“En el anterior párrafo se identifica que la implementación de un recinto ferial ayuda a la población de una ciudad a incrementar su turismo, como también para mejorar la fluidez del tráfico tanto vehicular como peatonal, porque estos recintos feriales los ubican en lugares alejados del centro urbano de las ciudades, debido a que en la ciudad de Ambato las ferias y exposiciones se las realizan en las avenidas principales, que son arterias para el desfogue vehicular. Cuando llega temporadas altas, las feriales ocasionan tropes de personas y caos vehiculares en las zonas aledañas en las que se ubican”.

En la publicación de Puchalt (2008) sobre la actividad ferial en el contexto Europeo, menciona que la actividad ferial es una actividad comercial, social y económica de indudable valor, que se realiza en la mayoría de los países del mundo. Las ferias, salones o exposiciones comerciales son instrumentos de marketing que han alcanzado una gran importancia en el contexto del sistema económico actual, especialmente las ferias profesionales, especializadas o sectoriales. El objetivo que el autor persigue es; conocer la envergadura de la actividad ferial en Europa, sus características, su evolución reciente y otros aspectos de interés.

A través de la investigación de Puchalt, nos da a conocer el porcentaje de recintos feriales en Europa, siendo este el principal continente con mayores áreas dirigidas e innovadas para exposiciones, que incrementan la actividad comercial en los distintos países de Europa. Por medio de este estudio se observa la importación de la creación de recintos feriales, y la gran aportación positiva hacia la economía en la ciudad de Ambato.

6.3. Justificación.

Ambato como está catalogada como una ciudad de gente trabajadora y visionarios se ha propuesto que este nuevo Centro Ferial albergue a los vendedores de autos usados para estimular a que este mercado tenga un empuje más viable y que la exhibición de los automóviles sea más apreciada por los posibles compradores, donde el objeto principal es alcanzar un nivel deseado de satisfacción al cliente, donde no únicamente se dé solución a los problemas operacionales, sino también a la afluencia de personas, porque esta tendrá una división coordinada de área, donde podrán distinguir la ubicación de los de toda clase de autos desde los más pequeños hasta los más grandes. Lo que permitirá generar innovación y mejora continua en cuanto a las ventas de los carros usados.

El GAD municipalidad de Ambato se basa, para la reubicación de este nuevo recinto ferial en, que, hace muchos años la feria de autos usados se viene desarrollando en la avenida Pitágoras de la parroquia de Picaihua, ocasionando un grave embotellamiento de autos; esto es ocasionado porque en la avenida que es usada para el desarrollo de la feria, posee solo dos carriles para la afluencia de vehículos, los cuales con la exhibición vehicular, la avenida disminuye su ancho de vía y se ve provista con un solo carril de salida, así como también no posee los debidos recolectores de desechos sólidos, siendo así que al final de cada feria ocasiona malestar a los moradores del lugar por la generación de basura, otro problema que genera la realización de la feria de carros en el sector, es la interrupción del ingreso del transporte público, y por último la

falta de servicios higiénicos es un severo problema que afrontan los moradores del lugar, debido a que las paredes, veredas y entradas de sus casa son usadas como servicio higiénicos, estas son las molestias que el GAD de Ambato quiere eliminar en la avenida Pitágoras, de la parroquia de Picaihua, y mejorar las condiciones en las que laboran los comerciantes de vehículos usados.

6.4 Objetivos.

6.4.1. Objetivo general.

Diseñar un plan de regularización en el mercado informal de autos usados aplicando reformas gubernamentales en la ciudad de Ambato.

6.4.2. Objetivo específico.

Esquematizar un análisis FODA que es una herramienta muy valiosa para la determinación de la situación de una organización o de un proyecto

Establecer un segmento de mercado.

Elaborar una distribución LAYUOD de la planta.

Proyectar un flujo financiero y económico los ingresos esperados en el cual se detallara cuáles son los posibles gastos para la Operacionalización del nuevo recinto ferial.

6.5. Análisis de factibilidad.

La propuesta es factible si se analiza desde el punto económico, la inversión del recinto ferial es alta en cuanto a todos los beneficiarios que representa, siendo que en esta se van a distribuir zonas donde los compradores de autos tendrán lugares para consultar el estado de los vehículos, en cuestión de datos, si estos están legales, como los

requisitos que la Agencia Nacional de Tránsito exige, tales como: la matrícula y SOAT vigentes, y que estos no reflejen multas.

6.5.1. Administrativo.

La realización del nuevo centro ferial estará a cargo del Gobierno Autónomo Descentralizado municipalidad de Ambato y el área que ejecutará este proyecto será el departamento de obras públicas y planificación.

6.5.2. Legal

Según la constitución de la República del Ecuador (2008, pág. 128) en el artículo 264 en el literal 1 dice que los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley: Planificar el desarrollo cantonal y formular los correspondientes planes de ordenamiento territorial, de manera articulada con la planificación nacional, regional, provincial y parroquial, con el fin de regular el uso y la ocupación del suelo urbano y rural.

Así mismo en el artículo 246 de la Constitución de la República del Ecuador (2008, pág. 128) en el literal 5 dice que los gobiernos municipales tendrán las siguientes competencias exclusivas sin perjuicio de otras que determine la ley: Crear, modificar o suprimir mediante ordenanzas, tasas y contribuciones especiales de mejoras

Así mismo en la Constitución de la República del Ecuador (2008, pág. 152) en el artículo 323 dice que, “con el objeto de ejecutar planes de desarrollo social, manejo sustentable del ambiente y de bienestar colectivo, las instituciones del Estado, por razones de utilidad pública o interés social y nacional, podrán declarar la expropiación de bienes, previa justa valoración, indemnización y pago de conformidad con la ley. Se prohíbe toda forma de confiscación”.

Como dice la Constitución de la República del Ecuador (2008, pág. 170) en el artículo 376 dice que “- Para hacer efectivo el derecho a la vivienda, al hábitat y a la conservación del ambiente, las municipalidades podrán expropiar, reservar y controlar áreas para el desarrollo futuro, de acuerdo con la ley. Se prohíbe la obtención de beneficios a partir de prácticas especulativas sobre el uso del suelo, en particular por el cambio de uso, de rústico a urbano o e público a privado”

En la Reforma y Codificación de la Ordenanza General del Plan de Ordenamiento Territorial de Ambato (2005-2009) en el artículo 32 literal d dice; Expropiación: Si no hubiere acuerdo en la negociación, se procederá al trámite de expropiación según lo previsto en la Ley Orgánica de Régimen Municipal. La expropiación se adoptará para la ejecución de los instrumentos de desarrollo y de ordenación, y se la ejecutará de acuerdo a lo que dispone la Ley Orgánica de Régimen Municipal y el Código de Procedimiento Civil.

Basado en estos artículos la planificación, ejecución y desarrollo del recinto ferial en la ciudad de Ambato con el objetivo de reubicar la feria de autos usados, tiene un efecto positivo tanto a los vendedores de autos usados como a los moradores de la avenida Pitágoras en la parroquia Picaihua y a los ex propietarios de los terrenos de INECEL.

6.5.3. Sociocultural

Las instituciones públicas deben velar por el bienestar, avance y desarrollo de la colectividad, deben además contar con los elementos necesarios para solucionar los posibles conflictos, que puedan suscitarse en la comunidad, para ello, crear alianzas interinstitucionales dependiendo del caso a tratarse, pueden ser la mejor opción. En lo referente a esta propuesta permitir que los vendedores de autos usados de la feria del cantón Ambato tengan un espacio adecuado para que puedan viabilizar la comercialización de su mercadería, resulta sin duda

beneficioso para las dos partes como son los vendedores de autos y la imagen de la ciudad.

6.5.4. Económico Financiero.

La feria de autos usados del cantón Ambato cuenta con un valor para el ingreso de la feria semanal, el valor de este ha ido en aumento, a sus inicios comenzó con una cantidad de 0.50 centavos y al día de hoy ha alcanzado un valor de ochenta centavos de dólar para auto livianos y de un dólar para carro de carga, según los vendedores de autos manifiestan que el dinero cobrado para el ingreso no reflejan mejoras en la misma.

Para el mantenimiento e ingreso del nuevo recinto ferial, se estima a cobrar un valor económico, el cual todavía no está calculado, pero será cobrado a cada vehículo que ostente el ingreso al recinto ferial. El área de exhibición albergará al menos 1200 autos, si el cobro medio para el ingreso es de un dólar, el Gobierno obtendrá 1200 dólares el día de feria, además recibirá por concepto de arriendo de oficinas un ingreso mensual.

6.5.5. Ambiental

Es necesario el estudio de aspectos ambientales por cuanto la implementación del nuevo recinto ferial se encuentra en un área de producción de vegetales y demás productos y esto causará un impacto en el ambiente en cuestión de la producción de los agricultores.

6.5.6. Equidad de Género

La Constitución de la República, contempla la equidad de género basado en el principio de la igualdad ante la ley, con el fin de eliminar todo tipo de desigualdad y de exclusión en todos los aspectos en los que el ser humano como parte de la sociedad se ve inmerso, por lo tanto el proyecto será dirigido a los hombres y mujeres que se dediquen a este medio de subsistencia como medio de trabajo.

6.5.7. Organizacional

El éxito de esta propuesta dependerá del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato con la logística y del departamento encargado para la realización de este proyecto socio productivo.

El Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato, a través de las comisarias delegará cobradores, que estarán ubicados en casetas en el ingreso a la feria de autos, que se encargaran de recibir el dinero por concepto de ingreso de cada vehículo. Entre sus funciones el cobrador realizará el cuadre de caja al final de cada feria, y rendirá cuentas a las Comisarias de la Ciudad de Ambato, las mismas que declararán sus ingresos al departamento Financiero del GAD de Ambato, y serán incluidos al Presupuesto General de Estado.

6.6. Fundación teórico-práctico

Según Villalón y Medina de Rioseco (2013) Una feria es un evento social, económico y cultural establecido, temporal o ambulante, periódico o anual que se lleva a cabo en una sede y que llega a abarcar generalmente un tema o propósito común. Puede tener por objetivo primordial la promoción de la cultura, alguna causa o estilo de vida, generalmente en una forma divertida y variada; más comúnmente el objetivo es la estimulación comercial, pues tiene la finalidad de lucro o de generar ganancias para las localidades anfitrionas, personas u organizaciones patrocinadoras, y participantes hospitalarios, a cambio de un tiempo grato que incluye diversión y entretenimiento, participación en juegos de azar y de destreza, alimentos, manjares y golosinas, objetos, o juguetes, etc., para los participantes visitantes y negociantes, ya sean estos menores o mayores de edad, dependiendo del evento, consignas, características, costumbres locales y leyes que rigen el lugar.

Según Sagastume (2012, pág. 8):

1. Facilitar la promoción, comercialización y fortalecimiento de las micro, pequeñas y medianas empresas, logrando el desarrollo económico local de una región o un país, a través del uso de herramientas de apoyo a la búsqueda de nuevos mercados.

1. Ser un instrumento de utilidad para asesores, gobiernos locales, instituciones, organizaciones empresariales y actores locales, para la promoción de uno o diversos sectores productivos a nivel regional, nacional o internacional.
2. Dar a conocer los pasos para la planificación, organización, ejecución, evaluación y monitoreo de las ferias.

Según Sagastume (2012, pág. 9) la estructura de una feria se describe las tres etapas por las cuales debe pasar una feria para lograr el impacto positivo como herramientas de apoyo a la comercialización, las cuales se describen a continuación.

1ra. Etapa: Pre-feria (planificación y organización).

Describe la forma de cómo planificar y organizar este tipo de eventos previo a su ejecución. Especialmente, trata de las actividades concretas que debe realizar cada una de las comisiones asignadas. Así mismo, se definen las funciones o roles de cada uno de los miembros que integran el comité organizador, patrocinadores y comunidad.

2da. Etapa: Feria (ejecución).

En este capítulo se habla de la ejecución del evento, se toma en cuenta una lista de chequeo (*check list*) de todas las actividades pendientes a desarrollar, y las que hay que tomar en cuenta, ya que la falta de una de ellas podría ser algo muy lamentable para los organizadores y para el éxito de una feria.

3ra. Etapa: Post-feria (evaluación y monitoreo).

Son las actividades que se llevan a cabo después de la ejecución del evento.

Permite definir el impacto de la feria. Este impacto tendrá que ser medido tomando en cuenta las metas que las empresas participantes y los organizadores se fijaron al planificar la actividad. Para los patrocinadores esta tercera etapa es de suma importancia, porque les permitirá visualizar si la inversión les ha generado los resultados esperados.

Según Sagastume (2012, pág. 10) una feria, es un punto de encuentro entre la oferta (prestadores de servicios y productos) y la demanda (compradores o consumidores) de una aldea, municipio, región, país o inclusive romper las fronteras y acercarse a nuevos posibles demandantes a nivel internacional.

Según Sagastume (2012, págs. 10 - 14) las ferias poseen objetivos, características y oportunidades que las describe así:

A. Objetivos son

- Lograr la compra y/o venta de los productos y servicios.
- Conocer las características de la competencia, estándares de calidad y evaluar la reacción ante la oferta.
- Investigar el potencial de mercado.
- Lograr un gran número de contactos en un tiempo breve.
- Conocer precios para lograr la inserción en un mercado.
- Hacer alianzas estratégicas.

B. Características

Una feria es un evento de promoción comercial, en consecuencia es una actividad empresarial.

El producto “Feria” tiene un objetivo muy claro, que es: “*hacer negocios*”, ya que los productores y/o distribuidores a través de la exposición de sus productos y/o servicios en un *stand* (espacio de exposición) logran establecer alianzas empresariales de compra de sus productos o establecer contactos con otros prestadores de servicios para mejorar su producción (proveedores).

La feria forma parte de la estrategia de mercadeo que busca desarrollar el mercado en un área productiva. Los productores participantes logran realizar ventas e incrementar el número de clientes. Son eventos – Productos de Promoción Comercial, que tienen como objetivo promocionar a la MiPyMe sea ésta de manufactura, producción agrícola, pecuaria, artesanal, turística u otra línea.

C. Oportunidades

Las ferias concentran una serie de oportunidades tanto para la región y los organizadores, como también para las empresas participantes.

A CONTINUACIÓN SE PRESENTAN LAS OPORTUNIDADES QUE OFRECE UNA FERIA A LOS EMPRESARIOS.

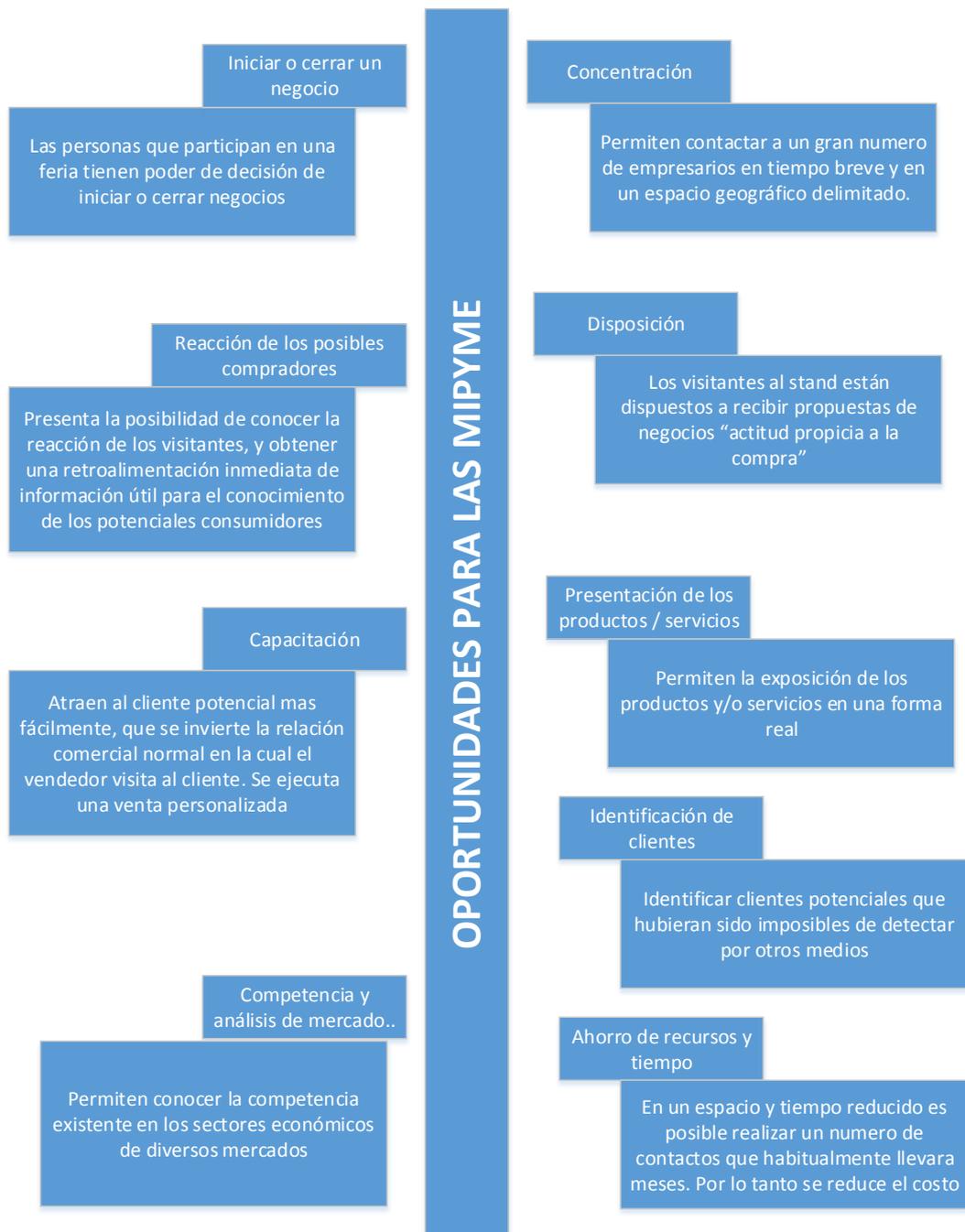


Gráfico. 6.1. Oportunidades que ofrece una feria a los empresarios
Elaborado por: Magdala Sagastume 2012

D. Utilidad de las ferias en el marco del desarrollo económico local

La organización de ferias se debe ubicar en la perspectiva del desarrollo económico local, porque articula el espíritu empresarial a un compromiso con el desarrollo local y regional del país (Velásquez, PROMDE: MTPE, Swisscontact. INCAM. OIT).

Como consecuencia de la articulación del interés individual con el colectivo, se entiende a la feria como un instrumento importante y estratégico de promoción comercial, que debe priorizar las líneas productivas que tienen potencialidades para contribuir al desarrollo económico local. Los resultados son el incremento de las ventas, así como la ampliación a nuevos segmentos de mercado y las posibilidades de contar con nuevos clientes

Las ferias deben mostrar las potencialidades de los recursos, sean éstos naturales u otros, así como las capacidades productivas de los pobladores de la comunidad, de la región o país. La idea central de las ferias es promocionar aquellos sectores productivos, cuyas ventajas comparativas y competitivas, permiten formar un sector empresarial articulado a una propuesta de desarrollo económico local. Hay que posicionar a la localidad o región en los sectores productivos donde se pueda promover un mercado que contribuya a construir o dinamizar una economía local.

Por otro lado, la organización de una feria permite un cambio de actitud en los productores y/o distribuidores, buscando nuevos nichos de mercado, satisfaciendo necesidades y deseos de los potenciales clientes con productos de calidad y excelencia en la atención al cliente.

F. Tipos de ferias

Las ferias se clasifican, según los siguientes criterios:

- Por el tipo de muestra (productos y/o servicios) que exhiben.
- Por el tipo de público asistente.
- Por su alcance y cobertura.

a) Según el tipo de muestra que exhiben, pueden ser:

- **Ferias Sectoriales.** Están dirigidas a sectores y/o subsectores específicos, ejemplo: agrícola, comercio, servicios, industria, etc. Presentan diferentes grados de especialización.
- **Ferias Multisectoriales.** Exhiben una amplia gama de productos y/o servicios provenientes de diferentes sectores económicos.

b) Según el tipo de público, las ferias pueden ser:

- **Ferias Generales.** Se caracterizan por concentrar un número de visitantes totalmente heterogéneo, pueden encontrarse desde empresarios(as) hasta consumidores finales. Proviene del ámbito internacional, nacional y regional.
- **Ferias Especializadas.** Estas ferias son visitadas exclusivamente por hombres de negocios pertenecientes al ámbito nacional e internacional de un sector, sub sector o tema específico. Ejemplo de estas ferias son AGRITRADE (feria agrícola especializada), Feria de la Construcción, Feria de Ecoturismo, etcétera.

c) Según su alcance y cobertura:

- **Ferias Regionales.** Este tipo de feria consta de expositores procedentes de una misma región, por ejemplo: feria de ecoturismo de las Verapaces.
- **Ferias Nacionales.** Los participantes provienen de todas las regiones de un país.

- **Ferias Internacionales.** Son grandes eventos de exposición que se llevan a cabo para facilitar encuentros de negocios de expositores o empresas de distintos países.

6.7 Metodología modelo operativo

Metodología para la creación del Nuevo Recinto Ferial en la ciudad de Ambato.

Descripción del Proyecto

Nombre del Proyecto: Recinto Ferial en la ciudad de Ambato.

Tipo de Proyecto: Proyecto Social

Servicio: Brindar un espacio amplio y seguro para los comerciantes de autos usados para su exhibición, que cuente con servicios bancarios y legales para finalizar la comercialización de los autos.

Slogan: Ambato tiene futuro, depende de ti.

Características:

- El recinto ferial posee un espacio plano y espacioso de 37 mil metros cuadrados que albergará, al menos, 1200 vehículos.
- El recinto ferial poseerá áreas verdes para mantener el entorno del ambiente
- El recinto ferial constará de seguridad tanto policial como privada, que ayudará a disminuir el riesgo inherente en la transacción económica de la compra-venta de vehículos.
- El recinto ferial constará con lugares de acceso tanto peatonal como vehicular.
- El recinto ferial poseerá con una oficina legal para la legalización de contratos de compra-venta de vehículos

- El recinto ferial tendrá a disposición baterías sanitarias con agua potable y alcantarillado.

Ubicación

Provincia de Tungurahua

Cantón Ambato

Parroquia de Picaihua

Sector Shuyurco.

Área Total del proyecto: 110.000 m²

Área designada para la feria de autos usados: 52000 m²

Análisis FODA

El ambiente externo está representado por las Oportunidades y los Amenazas o riesgos; el entorno interno considera el análisis de las Fortalezas y Debilidades.

Fortalezas.

- Espacio amplio para la exhibición de autos.
- Señalización para evitar congestionamiento interno.
- Señalización peatonal para evitar accidentes.
- Centros de información legal.
- Personal con excelente atención al cliente.
- Oficinas de los principales bancos del país.
- Servicio de seguridad policial.
- Generación de confianza hacia los vendedores de autos usados.
- Generación de confianza hacia los potenciales compradores de vehículos usados.

Oportunidades.

- Descongestionamiento de la avenida Pitágoras ubicada en la parroquia de Picaihua del cantón Ambato.
- La compra de 11 hectáreas en Shuyurco
- Creación del primer recinto ferial multifuncional en Ambato.
- Aplicación de leyes y normativas tributarias.
- Regularizar el mercado informal de vendedores de autos usados.
- Ser los pioneros en regularizar las ventas de autos usados.
- Creación de nuevos puestos de negocio.
- Creación de nuevos puestos de trabajo.

Debilidades.

- Dificultad de movilidad para la expropiación de lotes de los propietarios del sector.
- Priorización de otros proyectos urbanos.
- Fecha de iniciación no establecida.
- Tiempo de duración del proyecto desconocida.

Amenazas.

- Los propietarios de los lotes del sector Shuyurco se resistan a la venta y expropiación de los mismos.
- Los vendedores de autos usados no se sientan conformes con la ubicación de la feria.
- Que no estén de acuerdo con el área designada para vehículos pesados y livianos.
- Resistencia de los vendedores de vehículos usados hacia la regularización de su actividad económica.
- Evasión de legalización de contratos dentro del recinto.
- Soborno hacia el personal jurídico.
- Ah pasar el tiempo el recinto ferial no abastezca con el número de vehículos asistentes.

Factor de calificación.

Tabla 6.1. Factor de calificación del FODA.

Factor.	Calificación
Fortaleza alta	4
Fortaleza baja	3
Debilidad baja	2
Debilidad alta	1

Matriz de ponderación Fortalezas vs debilidades

Tabla 6.2. Matriz de ponderación Fortalezas vs debilidades

	Peso	Ponderación	Peso ponderado
FORTALEZAS			
Espacio amplio para la exhibición de autos.	0,300	4	1,2
Señalización para evitar congestionamiento interno.	0,240	2	0,48
Señalización peatonal para evitar accidentes.	0,035	2	0,07
Centros de información legal.	0,090	1	0,09
Personal con excelente atención al cliente.	0,056	1	0,056
Oficinas de los principales bancos del país.	0,120	3	0,36
Servicio de seguridad policial.	0,001	2	0,002
Generación de confianza hacia los vendedores de autos usados.	0,0010	1	0,001
Generación de confianza hacia los potenciales compradores de vehículos usados.	0,0020	1	0,002
total fortalezas	0,8441		2,261
DEBILIDADES			
Dificultad de movilidad para la expropiación de lotes de los propietarios del sector.	0,003	2	0,006
Priorización de otros proyectos urbanos.	0,069	2	0,138
Fecha de iniciación no establecida.	0,058	2	0,116
Tiempo de duración del proyecto desconocida.	0,026	1	0,026
total debilidades	0,156		0,286
TOTAL			
	1,0000		
suma ponderada total	2,547		

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Realizando el factor de ponderación de la matriz FODA tomando en cuenta las fortalezas y las debilidades hay una diferencia significativa en el peso ponderado con un 2.261 de fortalezas y 0.286 en las debilidades como se ve hay más fortalezas que debilidades, eso si se analiza de manera independiente y o parcial, pero al verificar la ponderación global, el valor total alcanza un 2,547, que se encuentra mínimamente por encima de la media aritmética de 2,5 lo que significa que hay más fortalezas que debilidades.

Matriz de ponderación oportunidades vs amenazas

Tabla. 6.3. Matriz de ponderación oportunidades amenazas

	Peso	Ponderación	Peso ponderado
OPORTUNIDADES			
Descongestionamiento de la avenida Pitágoras ubicada en la parroquia de Picaihua del cantón Ambato.	0,1500	3	0,45
La compra de 11 hectáreas en Shuyurco	0,3500	4	1,4
Creación del primer recinto ferial multifuncional en Ambato.	0,0120	3	0,0360
Aplicación de leyes y normativas tributarias.	0,1230	3	0,369
Regularizar el mercado informal de vendedores de autos usados.	0,0230	3	0,0690
Ser los pioneros en regularizar las ventas de autos usados.	0,0125	3	0,0375
Creación de nuevos puestos de negocio.	0,0180	4	0,072
Creación de nuevos puestos de trabajo.	0,0236	3	0,0708
Total oportunidades	0,7121		2.5043
AMENAZAS			
Los propietarios de los lotes del sector Shuyurco se resistan a la venta y expropiación de los mismos.	0,1	1	0,1
Los vendedores de autos usados no se sientan conformes con la ubicación de la feria.	0,023	2	0,046
Que no estén de acuerdo con el área designada para vehículos pesados y livianos.	0,0025	1	0,0025
Resistencia de los vendedores de vehículos usados hacia la regularización de su actividad económica.	0,099	1	0,099
Evasión de legalización de contratos dentro del recinto.	0,0023	1	0,0023
Soborno hacia el personal jurídico.	0,008	2	0,016
Ah pasar del tiempo el recinto ferial no abastezca con el número de vehículos asistentes.	0,053	2	0,106
Total amenazas	0,2878	0,2878	0,3718
TOTAL	1,0000		
Suma ponderada total	2,8761		

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Realizando el factor de ponderación de la matriz FODA tomando en cuenta las oportunidades y las amenazas hay una diferencia significativa en el peso ponderado con un 2.5043 en fortalezas y 0.3718 en las debilidades como se ve existen más oportunidades que amenazas. El análisis global determina que el valor ponderado final es de 2,8761, por tanto, las oportunidades son superiores a las amenazas y el panorama de negocios para el proyecto es alentador.

Investigación de Mercado

Segmentación de mercado.

Geográfica.

El proyecto está destinado al abastecimiento de un lugar apropiado para la comercialización de vehículos usados ubicada en la ciudad de Ambato en el área rural ubicada con la carretera salida a Baños.

Económica.

El presente proyecto está direccionado hacia las personas de clase media a media baja debido a que estos no poseen el capital económico suficiente para constituir un patio de carros usados. Esto se determinó a través de la encuesta aplicada a los vendedores de autos usados que poseían un capital de trabajo promedio de 32.225 dólares americanos con una ganancia media de aproximada de 341 dólares americanos.

Tabla 6.4. Análisis de los autos que pueden llegar a ser vendidos.

		Autos vendidos				Total
		0	1	2	3	
Numero de autos para la venta	2	10	15	14	0	39
	3	8	35	11	4	58
	4	2	11	14	6	33
	5	3	4	23	12	42
	6	0	5	8	6	19
Total		23	70	70	28	191

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Sociocultural.

Ambato se ha caracterizado por ser una ciudad de clase trabajadora que posee una ideología de obtener un vehículo por cada hogar lo cual da la apertura a una de las principales ferias de autos usados del país.

Socio-Demográfico.

Este proyecto está destinado hacia los hombres y mujeres que se dedican al negocio de compra-venta de vehículos usados siendo el sustento para sus familias.

Ventajas competitivas.

Sería el primer recinto ferial en la provincia de Tungurahua ubicada en la ciudad de Ambato que posea un espacio señalizado, pavimentado y con servicio legal y financiero para la comercialización de autos usados.

Publicidad.

El gobierno autónomo descentralizado municipalidad de Ambato utilizará medios de comunicación como televisión local y radios difusoras para publicitar el inicio de desarrollo, ejecución y apertura del nuevo recinto ferial.

Se utilizará volantes con información de la reubicación y comercio de actividades feriales en el nuevo recinto ferial.

Competencia y productos sustitutos.

Competencia.

Los principales competidores del nuevo recinto ferial serían las comercializadoras mejor conocidas como patios de autos nuevos y usados.

Productos sustitutos.

Los productos sustitutos son los patios de carros que por medio de las comisiones atraen a los comerciantes de carros para la comercialización de los mismos.

Distribución de planta (LAYOUT)

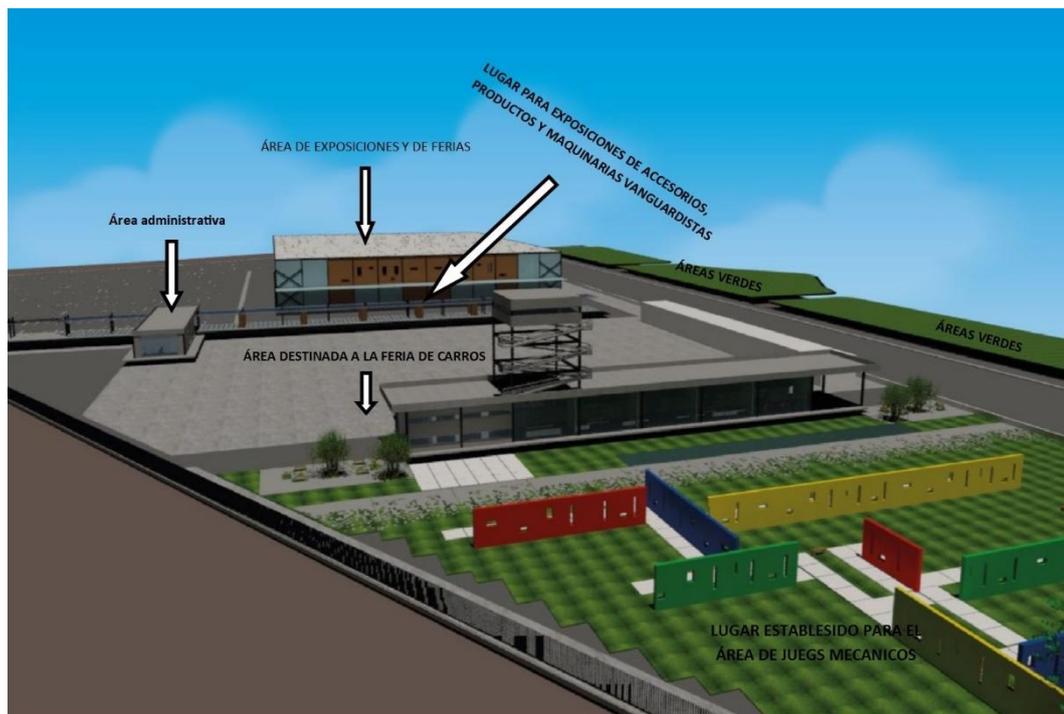


Imagen 6.1: Área de ubicación de espacio recinto ferial

Fuente: GAD Municipalidad de Ambato

- **Área administrativa.** Como lo dice su nombre su fin es administrar o manejar de la mejor forma los recursos de una empresa. El área administrativa tiene como función principal llevar a cabo la planificación estratégica de la empresa (definir misión, visión, políticas, analizar la situación de la empresa y establecer objetivos, estrategias y técnicas para conseguir las metas) Los administrativos asignan recursos a las diferentes áreas (RRHH, finanzas, MKT, etc.)

- **Área de exhibiciones para concesionarias.** Esta área esta direccionada para que autos, maquinarias y tecnología de vanguardia sean apreciadas para las personas que están a la par con nuevas tendencias automotrices y desean estar al día de ello.
- **Área de estacionamiento.** Específicamente esta área esta direccionada a la feria de autos usados, y al mismo tiempo se ocupara como estacionamiento para los distintos eventos que en este recinto ferial se dispongan.
- **Área interna.** Esta área esta direccionada para la feria de finados expo ferias, tele ventas y demás eventos que se realizan con frecuencia en las calles y lugares que no pertenecen al GAD Municipalidad de Ambato.
- **Áreas verdes.** En estos sitios están directamente para la colocación de juegos mecánicos y canchas deportivas lugares para alimentación, juegos infantiles etc.

Viabilidad Económica y financiera

Supuestos utilizados para el cálculo

Para la elaboración de los presupuestos de inversión inicial para el área de exhibición de vehículos usados en el nuevo recinto feria en el sector Shuyurco, se utilizará un supuesto de panorama normal; el panorama normal nos ayuda a establecer los costos a través de los cálculos basados en supuestos.

Para el establecimiento del sector en donde será reubicada la feria de carros, se realizó estudios de factibilidad y topográficos, así como de financiamiento y económicos, que estuvieron bajo el cargo de los arquitectos del departamento de Planificación y Obras públicas, la entidad gubernamental cuya función es la construcción mediante la fabricación de edificaciones, áreas verdes, etc. para mejorar el mejoramiento de la economía y el estilo de vida de los habitantes de la ciudad de Ambato.

El nuevo recinto ferial necesita 110 mil metros cuadrados para su ejecución, de los cuales se necesita 60 mil metros cuadrados solo para la exhibición de vehículos usados, de los cuales 1000 metros serán direccionados a espacios verdes y 1000 más para las edificaciones en la que constaran las oficinas de notarías, revisión policial y servicios higiénicos.

En el tema de mantenimiento de áreas verdes, servicios higiénicos y recaudación, se pagará los salarios según la tabla salarial del LOSEP.

Para el pago de los servicios básicos, se realizó una investigación sobre si las entidades gubernamentales pagan estos rubros, se concluyó con que será obligatorio el pago de los mismos.

Para el cálculo de los ingresos, se tomó la capacidad de área destinada para la exhibición de vehículos usados, la cual es de 1200 vehículos entre carros livianos y pesados y para el valor de ingreso se tomó como referencia el costos que se está cobrando en la actualidad, lo cual se estableció una vez habilitado el recinto ferial cobrar un dólar para los carros livianos y un dólar con cincuenta centavos para los carros pesados, que irá en aumento hasta llegar al valor de un dólar con cincuenta centavos para los carros livianos y dos dólar con cincuenta centavos

Identificación, cuantificación y valoración de ingresos, beneficios y costos (de inversión, operación y mantenimiento)

Inversión

La determinación de la inversión inicial del proyecto, tiene varios rubros, que serán establecidos por asesoramiento de profesionales, establecimiento del área de terreno que se comprará, la construcción y asfalto.

El total de inversión para el levantamiento del nuevo recinto ferial es de 10´833,358.00 dólares americanos, valor que fue entregado por el Arq. Danilo Galarza, valor que se estimó mediante los estudios de factibilidad y topográficos.

Para el área que será destinado para la realización de la feria de carros usados, se realizó un estimado de los valores económicos que serán necesarios para su ejecución, teniendo base en una entrevista realizada al Arq. Danilo Galarza.

Para la compra del terreno para la exhibición de vehículos usados, el estimado es de 60 mil metros cuadrados, con un valor de adquisición de \$1,60 en metro, dándonos un total de 96 mil dólares.

Tabla 6.5: costo lote para feria de carros

Metros	Precio m2	Total
60000	1,6	96000

Realizado por: Cuito Freire Andres

Una vez adquirido el terreno, se puede proceder con el asfaltado, el cual por medio de una consulta a la Constructora Alvarado, se estableció el precio de \$6,8 dólares por metro de asfaltado, dando un total de \$394.400.00 dólares.

Tabla 6.6: costo asfaltado

Asfaltado		
m2	V.m2	Total
58000	6,8	394400

Realizado por: Cuito Freire Andres

Una vez terminado el asfalto y nivelado el terreno, se procede al levantamiento de las edificaciones y creación de áreas verdes, dados los valores totales de cada rubro.

Tabla 6.7: construcción

Construcción	m2	Total
Asfaltado	58000	394400
Edificaciones	1000	80000
Áreas verdes	1000	20000
Total		494400

Realizado por: Cuito Freire Andres

Una vez estimado los valores de la construcción, el valor del terreno y el asfaltado el total de inversión para el área de exhibición de vehículos usados es de \$590400, oo dólares.

Tabla 6.8: valor de la construcción

Terreno	96000
Construcción	494400
Total	590400

Realizado por: Cuito Freire Andres

Para el cálculo de los ingresos futuros, por concepto de ingreso a la feria de carros usados en el recinto ferial, se tomó en cuenta la capacidad del área de exhibición que es de 1200 vehículos. Para establecer el valor de ingreso, se tomó como base el rubro que se cobra actualmente que es de 80 ctvs. Para los carros livianos y de un dólar de para los carros pesados, una vez reubicada la feria de carros usados el costo de ingreso será de un dólar para los carros livianos y de dólar con cincuenta centavos para los carros pesados. Estos valores tendrán la tendencia se eleve, en el caso de los vehículos livianos en el segundo y tercer año incrementará en

25 ctvs. De dólar y en el cuarto y quinto año llegara al valor de \$1,50 dólares, siendo este el valor máximo para este tipo de vehículos. Los vehículos pesados en el tercer y cuarto año subirá a \$2.00 dólares y en el quinto año llegará a su valor máximo de \$2,50 dólares.

Otro rubro que será como concepto de ingreso, será el alquiler de las oficinas, con un estimado de \$300 dólares mensuales, con un total de \$3600 dólares anuales.

Tabla. 6.9 costo de ingreso por tipo de carro

		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tipo	Cantidad	P. Uni.				
Carro Liviano	1000	\$ 1,00	\$ 1,25	\$ 1,25	\$ 1,50	\$ 1,50
Carro pesado	200	\$ 1,50	\$ 1,50	\$ 2,00	\$ 2,00	\$ 2,50
Total	1200	2,5	2,75	3,25	3,5	4

Realizado por: Cuito Freire Andres

Costos de operación y mantenimiento.

Para dar mantenimiento y cumplimiento de los objetivos específicos de la presente propuesta, se necesita la contratación de personal para las distintas áreas. Para el cobro del valor del ingreso se contratará un recaudador, con un salario, mensual de \$553 dólares, para el mantenimiento de las áreas verdes, se contratara los servicios de jardinería, con un salario mensual de \$527 dólares mensuales y para el mantenimiento y apertura de los servicios higiénicos se contratará el personal con un salario de 527 dólares mensuales.

Tabla 6.10 Costos de operación y mantenimiento.

Cargos	Salario mensual	Total anual
Recaudadores	\$ 553,00	\$ 6.636,00
Servicios Higiénicos	\$ 527,00	\$ 6.324,00
Jardinería	\$ 527,00	\$ 6.324,00

Realizado por: Cuito Freire Andres

Beneficios valorados

La creación de un nuevo Recinto Ferial en Shuyurco, en el cantón Ambato, traerá consigo varios beneficios, el principal es la reubicación de la feria de autos usado en la Parroquia de Picaihua.

Por medio de la reubicación de la feria de vehículos usados se descongestionará de la avenida Pitágoras, así como también se eliminará el problema de desechos sólidos que ocasionaba molestias a los moradores del lugar.

Otro beneficio con la construcción de un recinto ferial para la reubicación de la feria de autos usados, es brindar comodidad y seguridad a los comerciantes informales del sector económico, debido a que este brindará servicio policial y seguridad privada, así como la presencia de servicios higiénicos y de áreas verdes que no solo será de uso para los vendedores sino también para los posible compradores.

El objetivo principal de la propuesta es regular el mercado informal de carros usados, por medio de este proyecto esto será posible debido a que se contará con la presencia de notarías que ayudarán a legalizar y notarizar los contrato de compra y venta que se utilizan para la comercialización de vehículos usados; los vendedores informales pensarán que esto es algo negativo, pero de esta manera se incluiría el sector de comercialización de autos usados en el sector formal para la declaración de impuestos y mejorar la infraestructura pública del país.

Por último la creación de un recinto ferial brindará espacios para la exhibición de proyectos universitarios, agrícolas, privados, públicos, etc., que su objetivos será mejorar la economía y el desarrollo de la ciudad y por ende del país.

Flujos financieros y económicos

Se utilizará el Flujo de caja para establecer el manejo del dinero que ingresará al nuevo Recinto, para su manejo y efectividad del servicio.

Tabla 6.11 Flujos financieros y económicos

Año	0	1	2	3	4	5
Flujo de Inversión	\$ 590.400,00					
Ingreso						
<i>Carro Livianos</i>		\$ 48.000,00	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00	\$ 72.000,00	\$ 72.000,00
<i>Carro pesados</i>		\$ 14.400,00	\$ 14.400,00	\$ 19.200,00	\$ 19.200,00	\$ 24.000,00
<i>Arriendo Oficinas</i>		\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
Total Ingresos		\$ 66.000,00	\$ 78.000,00	\$ 82.800,00	\$ 94.800,00	\$ 99.600,00
Gastos						
Salarios						
<i>Recaudadores</i>		\$ 6.636,00	\$ 6.636,00	\$ 6.636,00	\$ 6.636,00	\$ 6.636,00
<i>Servicios Higiénicos</i>		\$ 6.324,00	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00
<i>Jardinería</i>		\$ 6.324,00	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00
Servicios Básicos						
<i>Agua</i>		\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00	\$ 3.600,00
<i>Luz</i>		\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00
<i>Mantenimiento área verde</i>		\$ 6.324,00	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00	\$ 6.324,00
Total Gastos		\$ 30.408,00	\$ 30.408,00	\$ 30.408,00	\$ 30.408,00	\$ 30.408,00
<i>Flujo Efectivo</i>	\$ 590.400,00	\$ 35.592,00	\$ 47.592,00	\$ 52.392,00	\$ 64.392,00	\$ 69.192,00

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Por medio del flujo se observa los ingresos esperados anteriormente mencionados y se detalla cuáles serán los posibles gastos que se necesitará para la Operacionalización eficaz de las funciones del recinto Ferial en el área de exhibición de autos usados.

Para el año 0 o inicial el valor es positivo, debido a que la inversión es de carácter gubernamental, es decir que el dinero invertido no es reembolsable, en este caso la inversión tiene como propósito incrementar los beneficios sociales en el sector de actuación.

Análisis de regresión.

Realizando un análisis de regresión proyectando los ingresos que va a generar el recinto ferial tomando en cuenta solo la feria de carros usados.

Análisis para los carros pequeños.

Tabla 6.12. Análisis para los carros pequeños

AÑOS	DINERO
1	48000,00
2	60000,00
3	60000,00
4	72000,00
5	72000,00

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

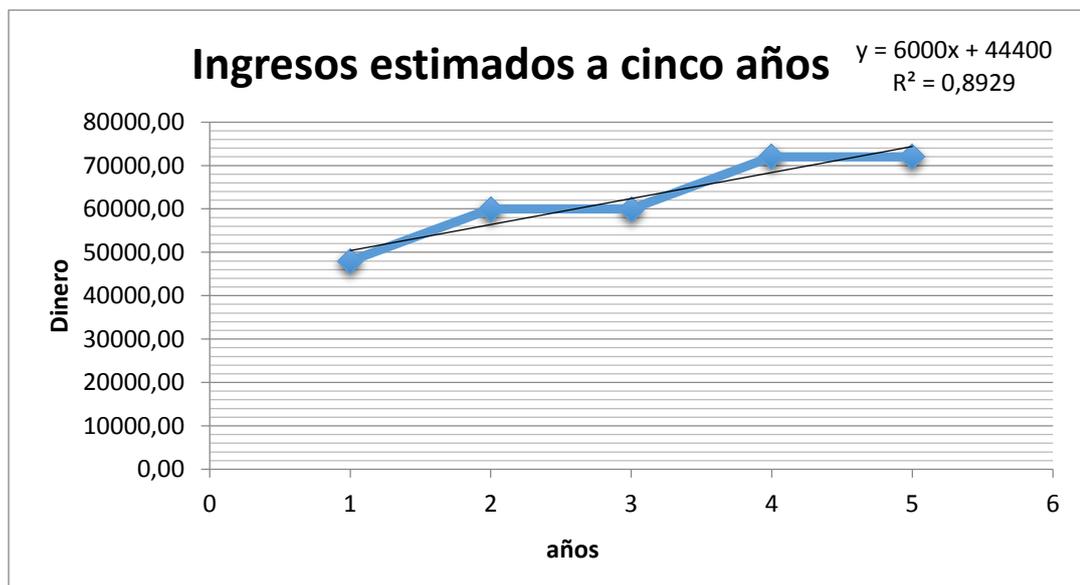


Gráfico 6.3. Ingreso estimado a cinco años
Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Tomando en cuenta la fórmula de Y en cada año tendremos los siguientes ingresos a partir del sexto año.

Análisis proyectado para los carros pequeños de los 6 a los 10 años.

Tabla 6.13 Análisis para los carros pequeños de los 6 a los 10 años.

Años	Dinero
6	\$ 80400
7	\$ 86400
8	\$ 92400
9	\$ 98400
10	\$ 104400

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Se puede tener en cuenta un incremento notable de los ingresos en los próximos 10 años.

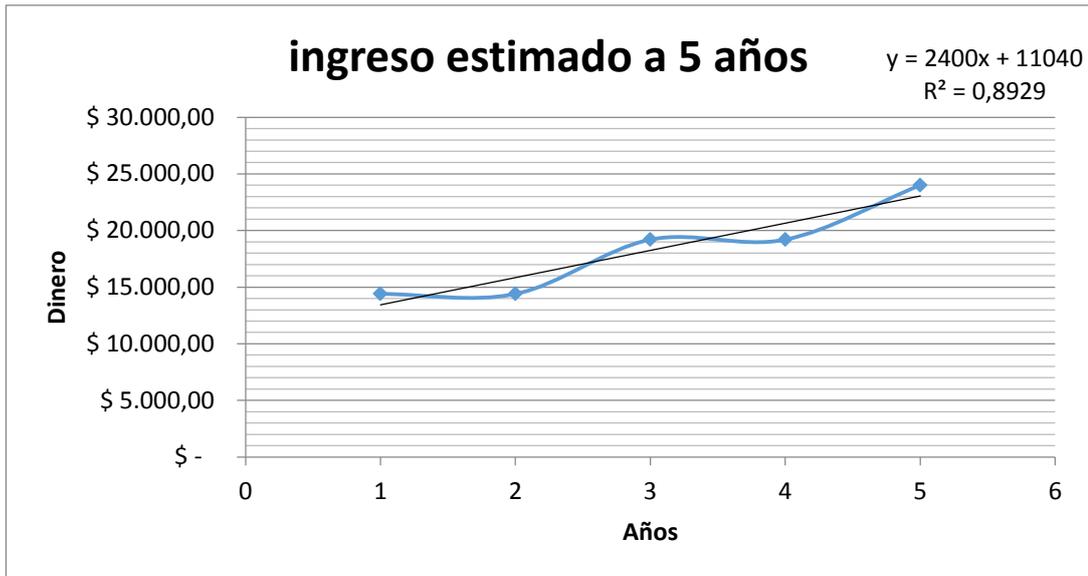
Estos datos se tomaron de acuerdo al costo para ingresar a la feria de autos y el aumento en la tarifa fue tomada de la misma forma.

Análisis para los carros grandes.

Tabla 6.14. Análisis para carros grandes

Años	Dinero
1	\$ 14.400,00
2	\$ 14.400,00
3	\$ 19.200,00
4	\$ 19.200,00
5	\$ 24.000,00

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir



6.4. Análisis para carros grandes
Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Toando en cuenta la fórmula de la recta Y calculares el ingreso proyectado desde el sexto año al décimo año.

Tabla. 6.15. Proyección para los próximos

Años	Dinero
6	25440
7	27840
8	30240
9	32640
10	35040

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Indicadores económicos y sociales

Con la presentación del flujo de caja del proyecto se pudo calcular el Valor actual neto que es de \$437.671,51 dólares.

Tabla. 6.16. Calculo del VAN.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Efectivo	\$ 590.400,00	\$ 35.592,00	\$ 47.592,00	\$ 52.392,00	\$ 64.392,00	\$ 69.192,00
VAN	\$ 437,671.51					
Tasa 12%						

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Con el cálculo del Van se puede argumentar que la inversión será rentable con una tasa de descuento del 12%.

Calculo del TIR

Tabla. 6.17. Calculo del TIR.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Efectivo	-\$ 590.400,00	\$ 35.592,00	\$ 47.592,00	\$ 52.392,00	\$ 64.392,00	\$ 69.192,00
TIR	-20,03%					

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

Para poder calcular el TIR, el valor del año inicial o año cero tiene estar el valor en signo negativo, debido a que es el año en que se invierte, y por medio de los flujos de caja se obtuvo un TIR de -20.03%, dándonos a conocer que en cinco años no se recuperara el valor invertido, sino que se necesitará más tiempo, pero para el presente proyecto social, los resultados a esperar es el crecimiento de los beneficios hacia la comunidad.

Análisis de sensibilidad.

Tabla 6.18. Análisis de sensibilidad.

<p>PANORAMA NEGATIVO.</p>	<ul style="list-style-type: none">• Los vendedores se nieguen a movilizarse al nuevo recinto ferial.• En otro caso que el nuevo recinto ferial no aporte con las necesidades requeridas por los vendedores de autos.• Otro aspecto sería que los vendedores de autos no estén conformes con los nuevos precios que fije el municipio para el ingreso de los carros para ser vendidos, de tal forma que la creación del recinto ferial sería una inversión innecesaria debido a que no contaría con los ingresos planificados• Otro aspecto tendría que ver que las personas de diferentes partes del país que concurren a la feria de autos usados con el objetivo de comprar un vehículo piensen que la ubicación está muy alejada disminuyera la afluencia de posibles compradores.
<p>PANORAMA NORMAL.</p>	<ul style="list-style-type: none">• En este aspecto los vendedores de autos estén de acuerdo con la reubicación de la feria de autos usados hacia el nuevo recinto ferial, así como también estén conformes con el costo de ingreso para la exhibición de vehículos.• En este panorama se podría observar la existencia de regulación logística, tributaria y legal, así como también que la inversión

	<p>destinada a la creación del nuevo recinto ferial sería la más adecuada, debido a que el económico financiero al valor actual neto será positivo con un valor de \$694.280,26</p>
<p>PANORAMA POSITIVO.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En este aspecto tendríamos que los vendedores de carros usados estén de acuerdo con la nueva reubicación de la feria de carros. • También podríamos tener en cuenta que los vendedores de autos usados estén de acuerdo con todas las tarifas que el municipio cobre por el uso de cada espacio. • Que el recinto ferial tenga una expansión para el uso de la feria carros. • También que incluyan un área de negociación cubierta que cuente con todos los servicios necesarios para que ambas partes estén conformes durante el proceso de negociación. • Es este aspecto los vendedores de carros usados estén de acuerdo a registrar sus ventas al servicio de rentas internas

Realizado por: Cuito Freire Andres Vladimir

6.8. Administración de la propuesta.

La presente propuesta esta direccionado hacia el desarrollo económico social de la ciudad de Ambato centrado especialmente para los vendedores de autos usados.

Misión.

Promocionar, asesorar, comercializar y realizar exposiciones de eventos feriales provinciales, regionales, nacionales e internacionales con infraestructura de vanguardia y un alto nivel de servicio al cliente.

La gestión de esta se sustenta en facilitar a los vendedores de autos que tengan un espacio propicio para desarrollar sus negocios más seguros y que ellos sean pioneros bajo normativas legales.

Visión.

Ser reconocido como el recinto ferial líder en el país para la organización y desarrollo de exposiciones y eventos feriales, culturales, ventas, de entretenimiento artísticos y sociales, mediante la excelencia dirigida a la atención al cliente.

Organigrama estructural del nuevo recinto ferial

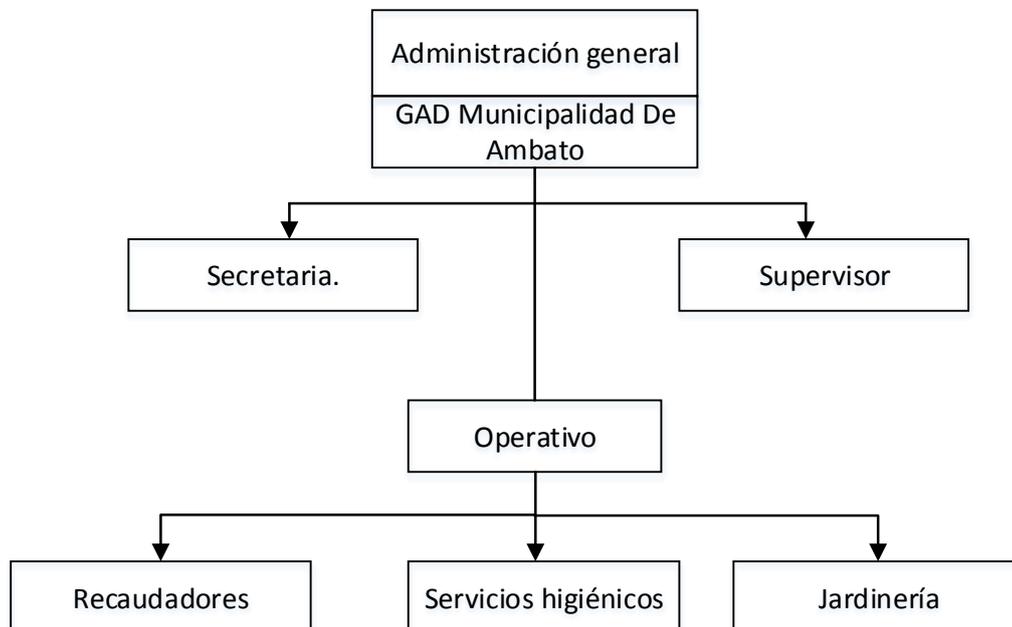


Grafico 6.3. Organigrama estructural nuevo recinto ferial
Fuente: GAD Municipalidad de Ambato.

6.9. Previsión de la evaluación y monitoreo de la propuesta.

Con el fin de asegurar la ejecución de la propuesta con cada uno de las acciones propuestas, para el cumplimiento de los objetivos planteados, se deberá realizar el monitoreo del plan de acción, como un proceso de monitoreo y evaluación permanente que nos permita anticipar contingencias que se pueden presentar en el camino con la finalidad de implementar correctivos a través de acciones que nos aseguren la consecución de las metas.

Tabla 6.19. Previsión de la evaluación y monitoreo de la propuesta

Preguntas básicas	Explicación
¿Qué evaluar?	La reubicación de la feria de carros hacia el nuevo recinto ferial.
¿Por qué evaluar?	Para verificar si se están aplicando correctamente el aspecto legal en cada venta.
¿Para qué evaluar?	Para conocer el nivel de que han alcanzado las ventas informales
¿Con que criterios evaluar?	Mediante las expectativas de ventas.
Indicadores	
¿Quién evalúa?	El GAD municipalidad de Ambato
¿Cuándo evaluar?	Inmediatamente luego de haber concluido la construcción del nuevo recinto ferial
¿Cómo evaluar?	Mediante un diagnóstico sobre las ventas de carros de los comerciantes informales
Fuente de Información	
¿Con que evaluar?	Recurso humano Recurso financiero Recurso tecnología

Elaborado por: Cuito Freire Andres Vladimir

MATERIAL DE REFERENCIA.

BIBLIOGRAFÍA

© EducaMarketing. (2005). © *EducaMarketing*. Recuperado el 2013, de <http://educamarketing.unex.es/Docs/guias/gu%C3%ADa%20para%20la%20elaboraci%C3%B3n%20de%20un%20plan%20de%20marketing.pdf>

Abellon , J. (26 de 06 de 2012). *Como vender hoy*. Recuperado el 13 de noviembre de 2013, de <http://comovenderhoy.com/wp-content/uploads/2012/06/MODULO-Venta-Tecnica-UD-7-Etapas.pdf>

AGNITIO. (2012). *Definicion*. Recuperado el 2013, de <http://www.definicion-de.es/billete-falso/>

Arcilla, O. (1995). *Diccionario de comercio internacional*. Mexico: Grupo Editorial Iberoamerica.

Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Constitucion de la republica del Ecuador*. Monte Cristi, Manabi, Ecuador.

Autores, V. (1986). *Tratado de Derecho Comunitario Europeo* (Segunda ed.). Madrid: CIVITAS.

BANCA FACIL. (2012). *bancafacil.cl*. Recuperado el 22 de Noviembre de 2013, de <http://www.bancafacil.cl/bancafacil/servlet/Contenido?indice=1.2&idPublicacion=3000000000000016&idCategoria=6>

Baños Albán, T. (19 de Octubre de 2013). Feria de carros usados en la ciudad de Ambato. (A. Cuito Freire, Entrevistador)

Barzallo Guachichullca , D. R., & Marín Duchi , S. M. (2012). *Estudio de los aspectos tributarios e importaciones en le sector automotriz en el periodo 2012*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

Bayas Izurieta, E. (2013). *Repositorio de la UTA*. Recuperado el 2013, de <http://repo.uta.edu.ec/bitstream/handle/123456789/3462/32%20MKT.pdf?sequence=1>

Blanchard, O., Martinez, J., & Roca, J. (2006). *gobernanza medio ambiental*. Obtenido de <http://gobernanzamedioambiental.org/brugger/Cap%C3%ADtulo1Introduccionalamacroeconom%C3%ADa.pdf>

Callejas , F. (2005-2009). *Plan de Ordenamiento Territorial de Ambato*. Ambato: Gobierno Autonomo Descentralizado de Ambato.

Caro John, J. (2007). *Diccionario de Jurisprudencia Penal*. Grijley.

Chiodo Jube, L. (1996). *agro uba*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, de http://www.agro.uba.ar/unpuente/img/contenidos_pdf/modulo4.pdf

Codigo Penal art 236. (2012).

Comite de Comercio Exterior. (2012). Ley General de Aduanas del Ecuador.

COMUNIDAD ANDINA. (10 de Abril de 2013). *comunidadandina.org*. Recuperado el 2013, de http://estadisticas.comunidadandina.org/eportal/contenidos/2321_8.pdf

COPCI. (29 de Diciembre de 2010). *industrias.GOB.EC*. Obtenido de <http://www.industrias.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/08/Codigo-Organico-de-la-Produccion-Comercio-e-Inversiones.pdf>

Dávila, I. (2008). *The new Markwting Mix*. Obtenido de The new Markwting Mix: <http://www.thenewmarketingmix.com/new/pdf/5.-PLAZA.pdf>

de conceptos. (2013). *deconceptos*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, de <http://deconceptos.com/ciencias-juridicas/robo>

Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE). (2010). *ICESI*. Obtenido de <http://www.icesi.edu.co/cienfi/images/stories/pdf/glosario/balanza-comercial.pdf>

Echeveria, L. G. (2003). ¿Que es Epistemología? *redalyc*, 0.

economia. (2012). *economia*. Recuperado el 2013, de http://www.economia.com.mx/tasas_de_interes.htm

economia. (junio de 2013). *economia*. Recuperado el 22 de noviembre de 2013, de http://www.economia.com.mx/producto_interno_bruto.htm

Eguizábal, R. (1998). *Wikipedia*. Recuperado el 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Publicidad>

EUMED. (2013). *EUMED*.

Eyssautier, d. (2006). *Metodología de la Investigación*. Mexico: International Thomson Editores S.A.

FACULTAD DE CONTADURIA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS. (04 de febrero de 2011). *FACULTAD DE CONTADURIA Y CIENCIAS ADMINISTRATIVAS*. Recuperado el 13 de noviembre de 2013, de <http://www.fcca.umich.mx/descargas/apuntes/academia%20de%20finanzas/finanzas%20ii%20mauricio%20a.%20chagolla%20farias/administracion%20financiera%20capitulo%206.pdf>

GAISA. (23 de AGOSTO de 2004). *GAISA*. Obtenido de <http://www.gaisa.com.mx/servicios/formatos/Importaci%C3%B3n%20definitiva.pdf>

Guerrien, B. (1998). LA MICROECONOMIA. En B. Guerrien. Medellin.

Hernandez, B. (2001). *Técnicas Estadísticas de Investigación Social*. Madrid: Diaz de Santos s.

Hernández, B. (2001). *Técnicas Estadísticas de Investigación Social*. Madrid: Díaz de Santos.

Jañes, T. (2008). *Metodología de la investigación en derecho*. Caracas: Editorial Universidad Catolica Andres Bellos.

Jara, M. (26 de Abril de 2007). *Univerdiad de Alicante (UA)*. Obtenido de <http://www.ua.es/es/congresos/protocolo/6encuentro/ponencias/docs/negociacion.pdf>

Jimenez. (29 de Septiembre de 2013). Recuperado el 22 de Noviembre de 2013, de <http://test-departamento.pucp.edu.pe/economia/files/2013/12/LDE-2010-04-11.pdf>

Kentico EMS Marketing Quick Start Guide. (2012). *Kentico EMS Marketing Quick Start Guide*. Recuperado el 2013, de <http://www.kentico.com/Product/Resources/Quick-Start-Guides/Kentico-EMS-Marketing-Marketing-Personas-Quick-Sta/Marketing-Personas>

Luces, A. (Mayo de 2011). *www.buenastareas.com*. Obtenido de Teoria del Financiamiento: <http://www.buenastareas.com/ensayos/Teoria-De-Financiamiento/2183687.html>

Manera, J. (2000). *Dirección y Técnicas de Ventas*. Madrid: Editorial Esic.

Marcelo, G. (1996). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas Cordova.

Marshall , A. (1890). *wikipedia*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Precio>

Medina, R. (2010). *Wikipedia*. Recuperado el 2013, de <http://es.wikipedia.org/wiki/Posicionamiento>

Moreno Ramírez, A. L., & Naranjo Celorio, G. S. (2002). *LA INDUSTRIA AUTOMOTRIZ NACIONAL, UNA ESTIMACIÓN DE SU SITUACIÓN, ESTRUCTURA ECONÓMICA, EFICIENCIA Y ARGUMENTOS PARA SU DEREGULACIÓN*. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral.

MSBC Agribusiness. (2012). *MSBC Agribusiness*.

Northcote. (Julio de 2008). Principales aspectos del contrato de comisión. *Instituto Pacífico*(162), VII-2.

OCDE. (2006). *The impact of globalization on the Chinese*. Obtenido de <http://www.gerpisa.univ-evry.fr/actes/34/34-6.pdf>.

Olleta, J. E. (2002). *Diccionario de psicología y filosofica*. Obtenido de Torre de Babel Ediciones: <http://www.e-torredebabel.com/Psicologia/Vocabulario/Ontologia.htm>

OMC. (2006). *Estadísticas de comercio internacional 2006*,. Obtenido de : http://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/statis_s.htm.

patio de Autos. (01 de enero de 2011). *patiodeautos.com*. Obtenido de http://www.patiodeautos.com/noticias/estadisticas/reporte-mensual-de-autos-y-motos-en-ecuador-diciembre-2011_2068.html

Petit, N., & Diaz, S. (2012). Compra y Venta de Mercancías. En *Apertura de empresas, compra y venta de mercancías y adquisición de bienes y servicios*. Maracaibo: Universidad Rafael Bedollo.

Phd. Abril, V. H. (s.f.). internet.

PRO ECUADOR. (13 de MAYO de 2013). *PRO ECUADOR*. (D. d. inversiones, Ed.) Obtenido de http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_AUTOMOTRIZ1.pdf

proyecto angel. (2012). *proyecto angel*. Recuperado el 13 de Noviembre de 2013, de http://www.proyectoangel.net/ManualAngel/WebHelp/concepto_de_compras.htm

Puchalt, P. (2008). LA ACTIVIDAD FERIA EN EL CONTEXTO EUROPEO. *ICE. Informacion comercial española*, 22.

Pujol, B. (2002). *Diccionario de Marketing y Ventas*. España: Cultural S.A. España.

Pujol, B. (2003). *Diccionario de Marketing*. Madrid: Editorial Cultural S.A.

Rebeca, L. (2007). *Elaboración de Trabajos de Investigación*. Caracas: Editoria Alfa.

Recalde, I. H. (2011). *Metodología de la investigación*. Obtenido de slideshare: http://www.slideshare.net/hector_recalde/mtodologa-de-la-investigac

Rioseco, V. y. (16 de Diciembre de 2013). *feria.co*. Obtenido de <http://www.feria.co>

RIVAS, F. J. (2010). *Estudio De Pre Factibilidad Para Industrializar Y Comercializar Automóviles Mediante Una Planta De Ensamblaje Automotriz En El Perú*. Lima, Peru: Pontificia Universidad Cataolica del Peru.

ROIG, A. (1998). *10 ujaen*. Recuperado el noviembre de 2013, de <http://www10.ujaen.es/sites/default/files/users/archivo/Calidad/Criterio5.pdf>

Sagastume, M. (2012). *negociosgt*. Obtenido de <http://www.negociosgt.com/archivos/1180376536.pdf>

Salkind, N. (1999). *Metodos de Invesyigación*. Naucalpan de Juarez, Mexico: Prentice hall Hispano America S.A.

Sánchez, I. (2004). FINANCIAMIENTO A LARGO PLAZO – PRÉSTAMOS. 1.

Slick, M. (2005). *¿Que es epistemología?* Obtenido de Ministerio de apologia e investigación Cristiana: <http://www.miapic.com/que-es-epistemologia>

STANTON, ETZEL, & WALKER. (2007). *Fundamentos de Marketing*. En STANTON, ETZEL, & WALKER. Mexico DF: McGRAWHILL S.A. DE C.V. México D.F. 14va.

STANTON, ETZEL, WALKER. (2007). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: McGRAWHILL S.A.

Sussman, J. (2005). *Promo Negocios*. Recuperado el 2013, de http://es.wikipedia.org/wiki/Promoci%C3%B3n_de_ventas

Tocon Gomez, J., & Ortega Allely, J. (2009). *PROYECTO DE RECINTO FERIA EN CORTIJILLOS. TM LOS BARRIOS. CADIZ*. Cortijillos, Cadiz, España: Municipalidad de municipios de Gibraltar.

UNISDR. (2009). *UNISDR*. Recuperado el 2013, de http://www.ciifen.org/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=84&Itemid=111&lang=es

Wikipedia. (8 de Junio de 2006). *Los contratos de compra venta mercantil en derecho mexicano*. Mexico: Universidad Nacional Autonoma de Mexico.

Wikipedia. (13 de Noviembre de 2013). *Wikipedia*. Obtenido de <http://es.wikipedia.org/wiki/Financiaci%C3%B3n>

Zacnicte, E. A. (septiembre-diciembre de 2008). China el nuevo gigante automotriz. *Análisis. México y la Cuenca del Pacífico*, 11(33), 57-71.

ANEXOS.

La encuesta.



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO.

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORIA



CARRERA DE ECONOMÍA.

**OBJETIVO: IDENTIFICAR CUÁLES SON LAS CAUSAS DE LAS
BAJAN VENTAS EN LOS COMERCIANTES DE AUTOS USADOS EN
LA FERIA DE AUTOS DE AMBATO.**

1. **Cuánto tiempo se dedica a la venta de automóviles.**

_____ Años

2. **De qué ciudad proviene usted.**

3. **Cree usted que las concesionarias de autos nuevos amenazan la venta de autos usados.**

Siempre (___) Casi Siempre (___) A Veces (___) Rara vez (___)

4. **Cuanto dispone usted como capital de trabajo**

(_____) Dólares

5. **El capital con el que usted trabaja es.**

- Propio (___) Financiado (___) Entre socios (___) Otros (___)

6. Cuantos autos tiene usted para la venta en el presente mes.

_____ Autos

7. Cuantos de los autos que trae por semana los puede vender.

_____ Autos

8. Cual es promedio de ganancia al vender un auto.

100 (___) 200 (___) 300 (___) 400 (___) 500(___) más de 500 (___)

9. Cuál es el medio de cobranza que usted ocupa cuando vende un automotor

Efectivo (___) Transferencia (___) Cheque (___) Otros (___)

10. De la pregunta anterior cual piensa usted que es la forma de pago más segura.

Efectivo (___) Transferencia (___) Cheque (___) Otros (___)

11. Cuantos carros piensa usted que una concesionaria de autos usados vende a la semana.

_____ Autos

12. En donde adquiere usted los vehículos que trae para la feria de autos.

Propietarios iniciales (___) Comerciantes (___) Remates Públicos (___) Otras plazas (___)

13. En el tiempo que usted lleva en este negocio ha sufrido de.

Estafa (___) Robo (___)

14. Cuál es el periodo máximo que se demora en vender un carro.

_____ Semanas

15. Que marca de automotores son los más comerciales para su criterio.

- Chevrolet (___) Hyundai (___) Kia (___)
- Toyota (___) Mazda (___) Nissan (___)
- VW (___) Citroën (___) Ford (___) BMW (___)
- Mercedes (___) Volvo (___) Otros _____

16. Cuál es el color preferido para los posibles compradores.

Azul _____

- Rojo. _____
- Verde. _____
- Negro _____
- Blanco _____
- Otros. _____

17. Cuáles son los años de fabricación de vehículos más vendidos.

_____ Año

18. Tiene algún costo de mantenimiento la feria de autos Ambato.

Sí _____ No _____

19. Esta usted ve alguna mejora por el costo de ingreso a la feria de autos.

Sí _____ No _____

20. Existen baterías sanitarias en la feria de autos.

Sí ____ No ____

21. El espacio para que su auto se exhiba es

Excelente ____

Muy Bueno ____

Bueno ____

Regular ____

Deficiente ____

22. Como cree usted que mejoraría la exhibición para la venta de un auto.

23. Que es lo primero que revisan los posibles compradores del auto.

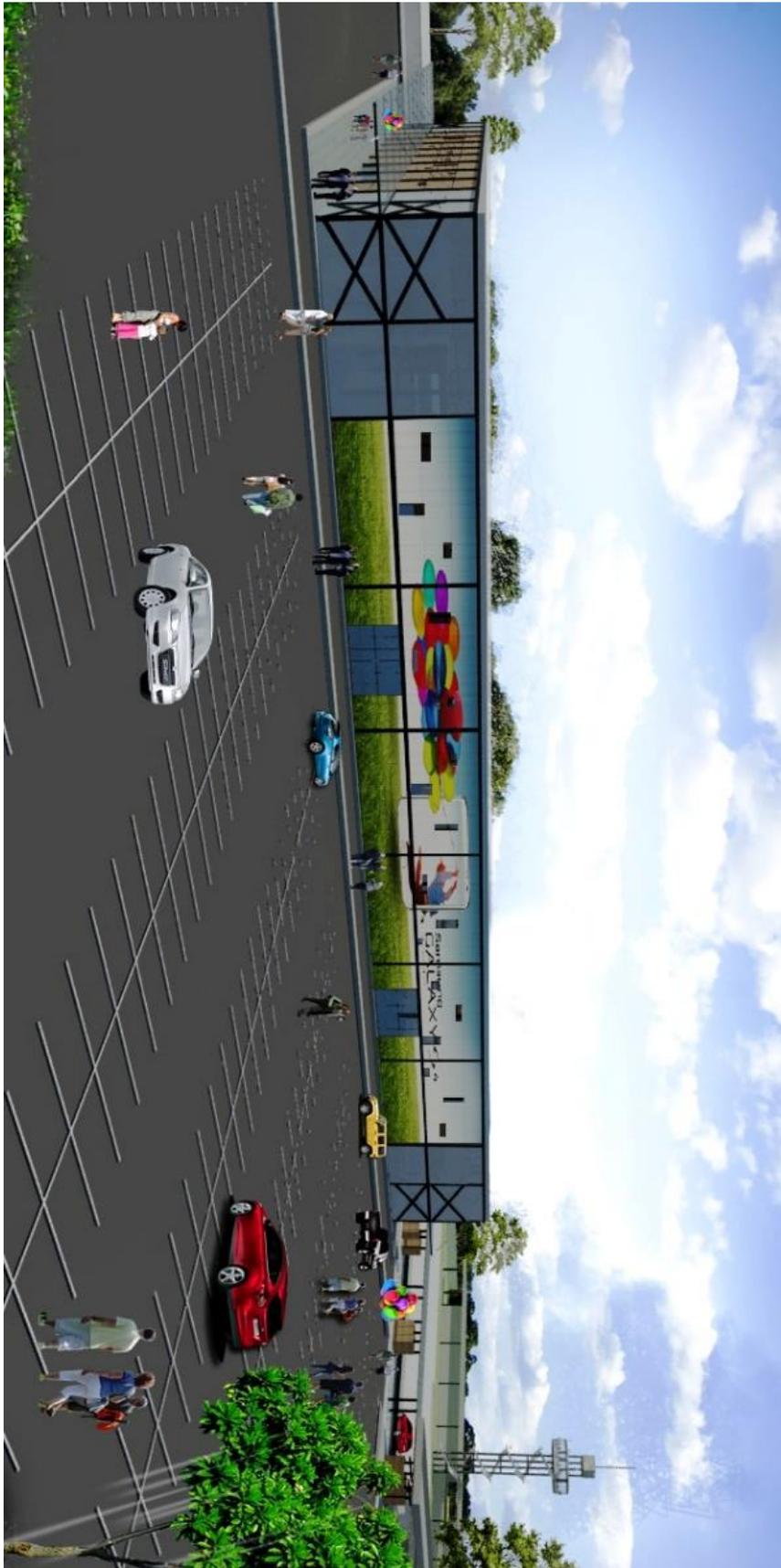
24. Deja que los posibles compradores enciendan el auto.

Sí ____ No ____

VISTAS DEL RECINTO FERIAL DELAS FACHADAS.



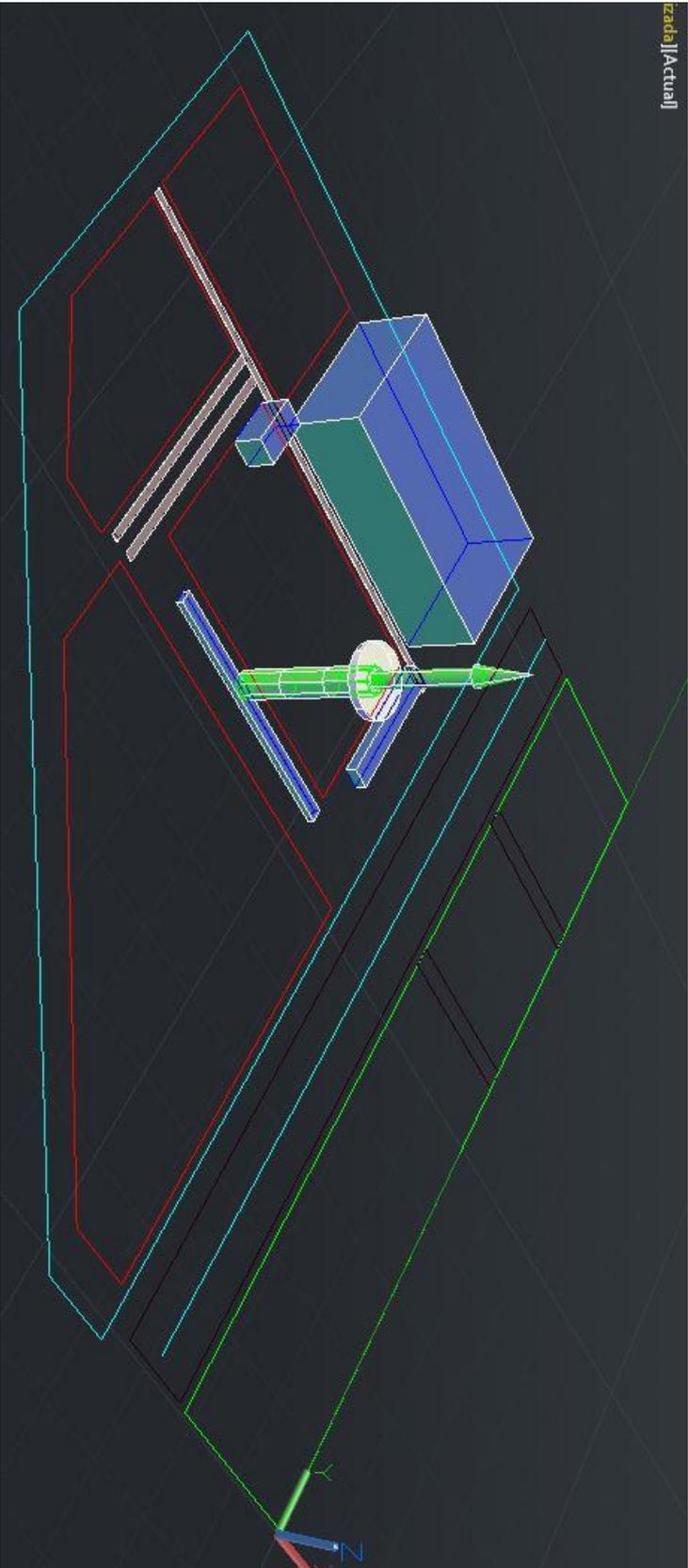




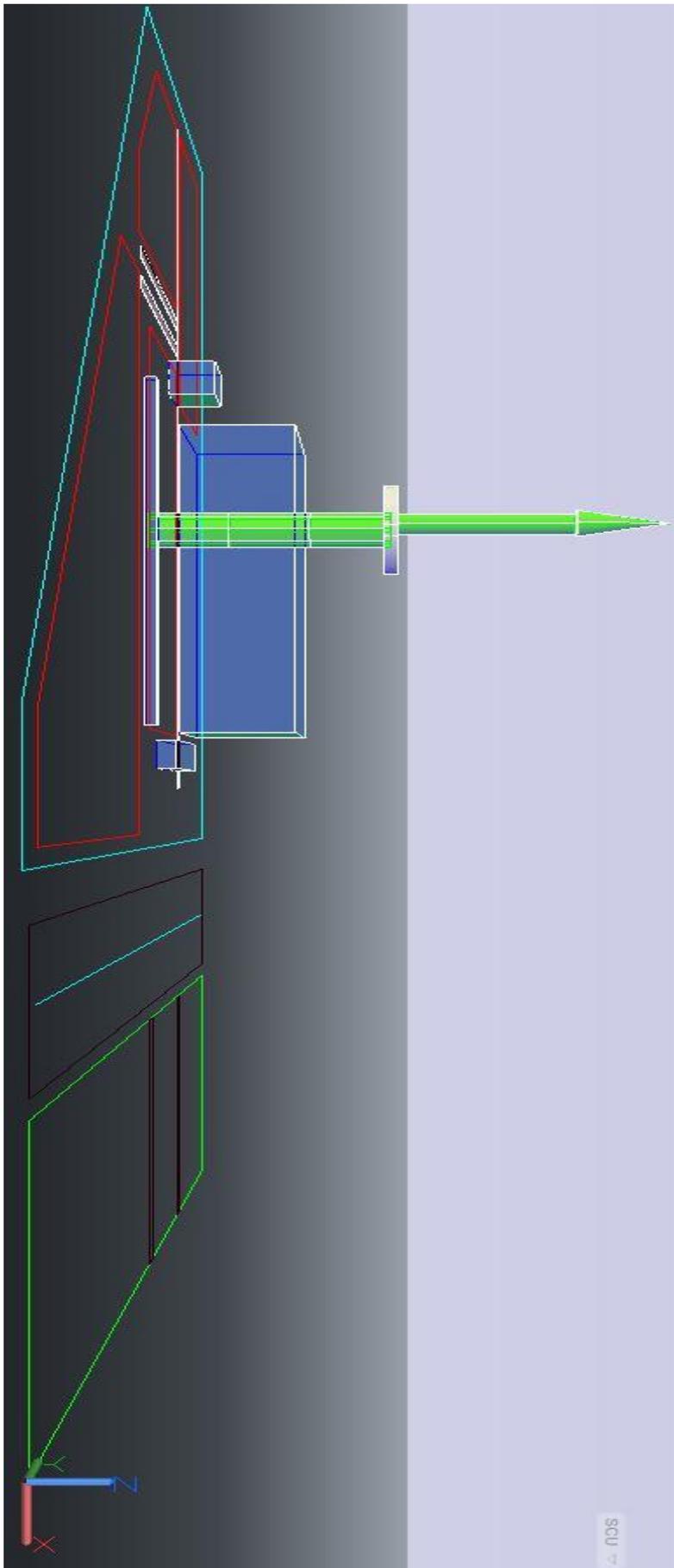




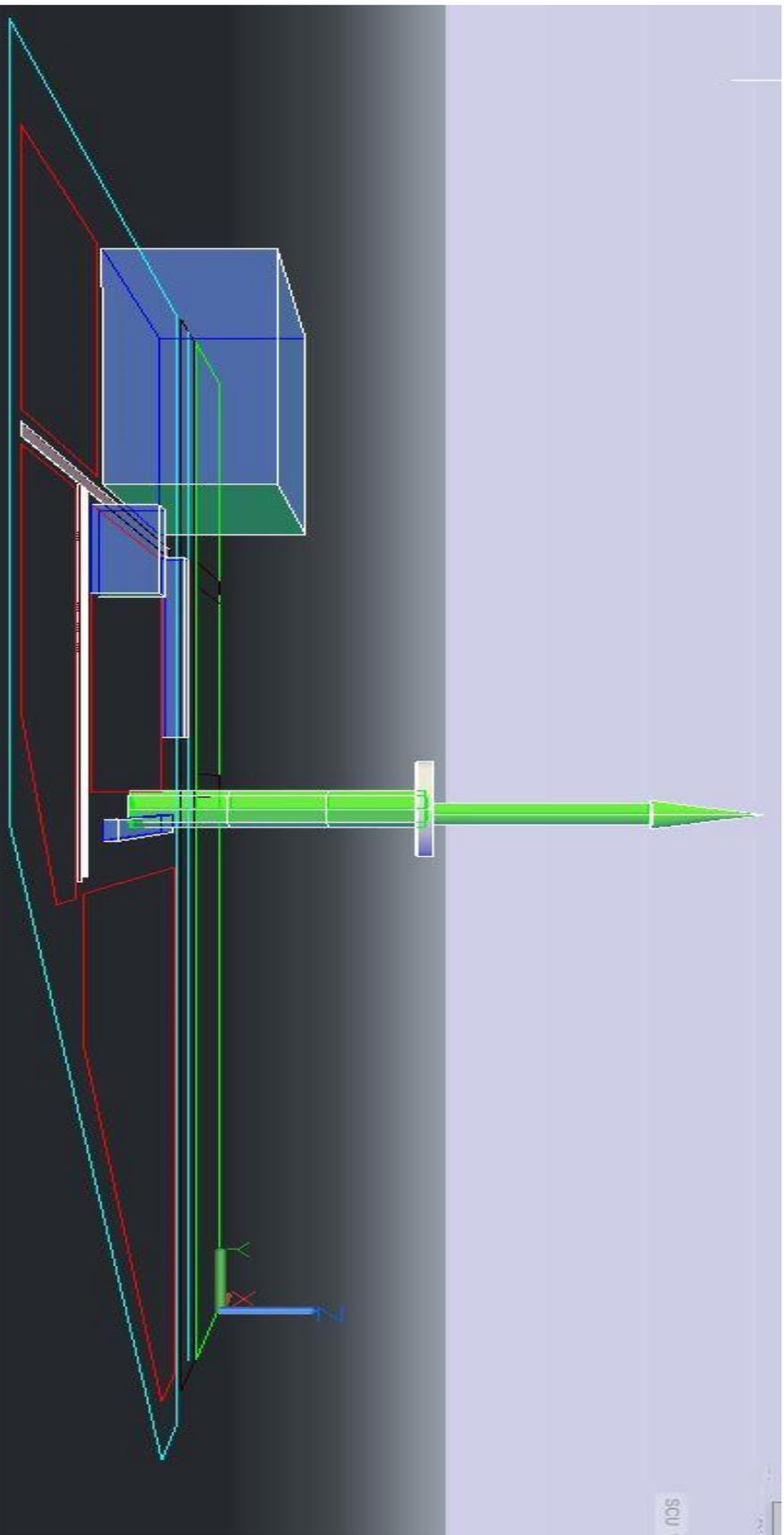
VISTA SUPERIOR



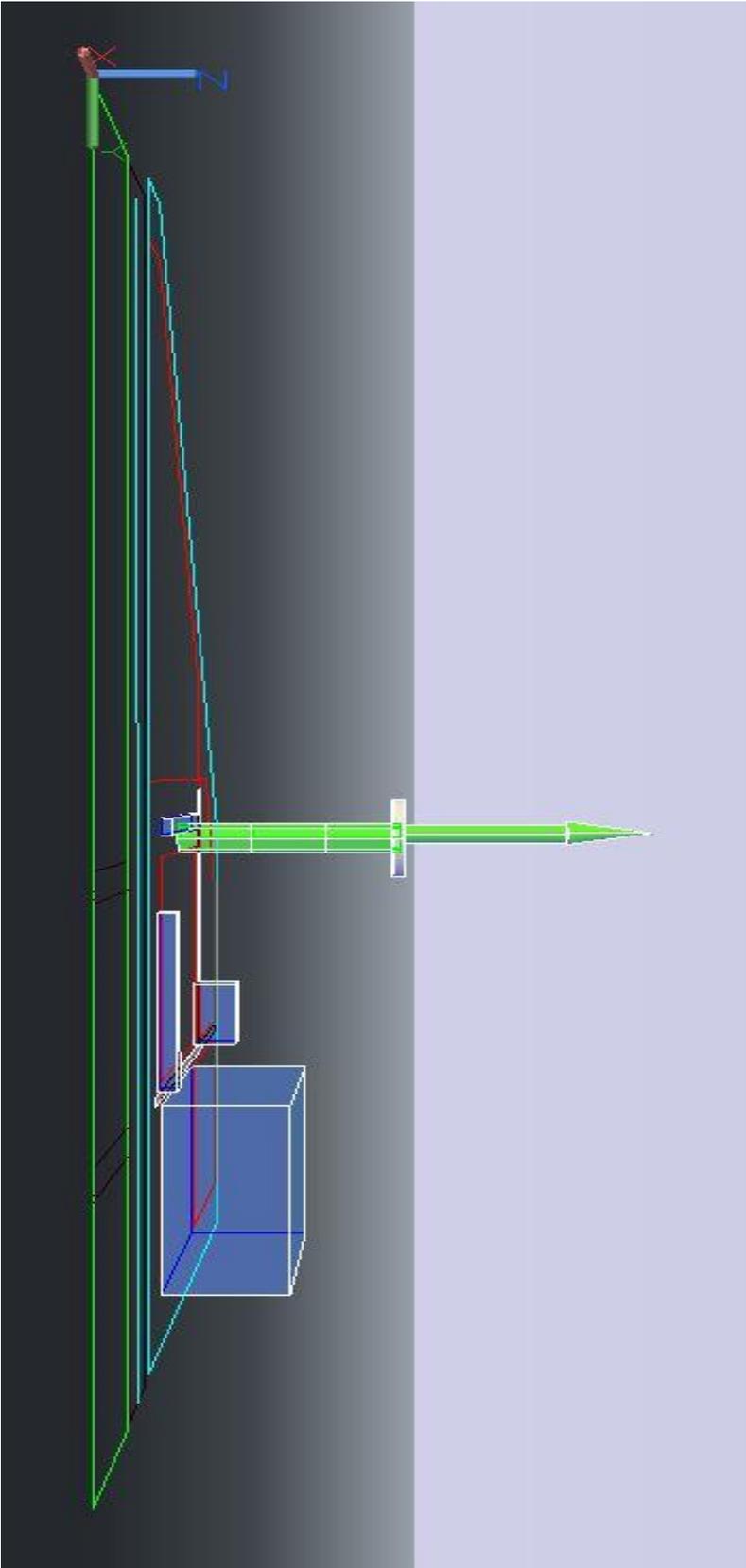
VISTA FROITAL



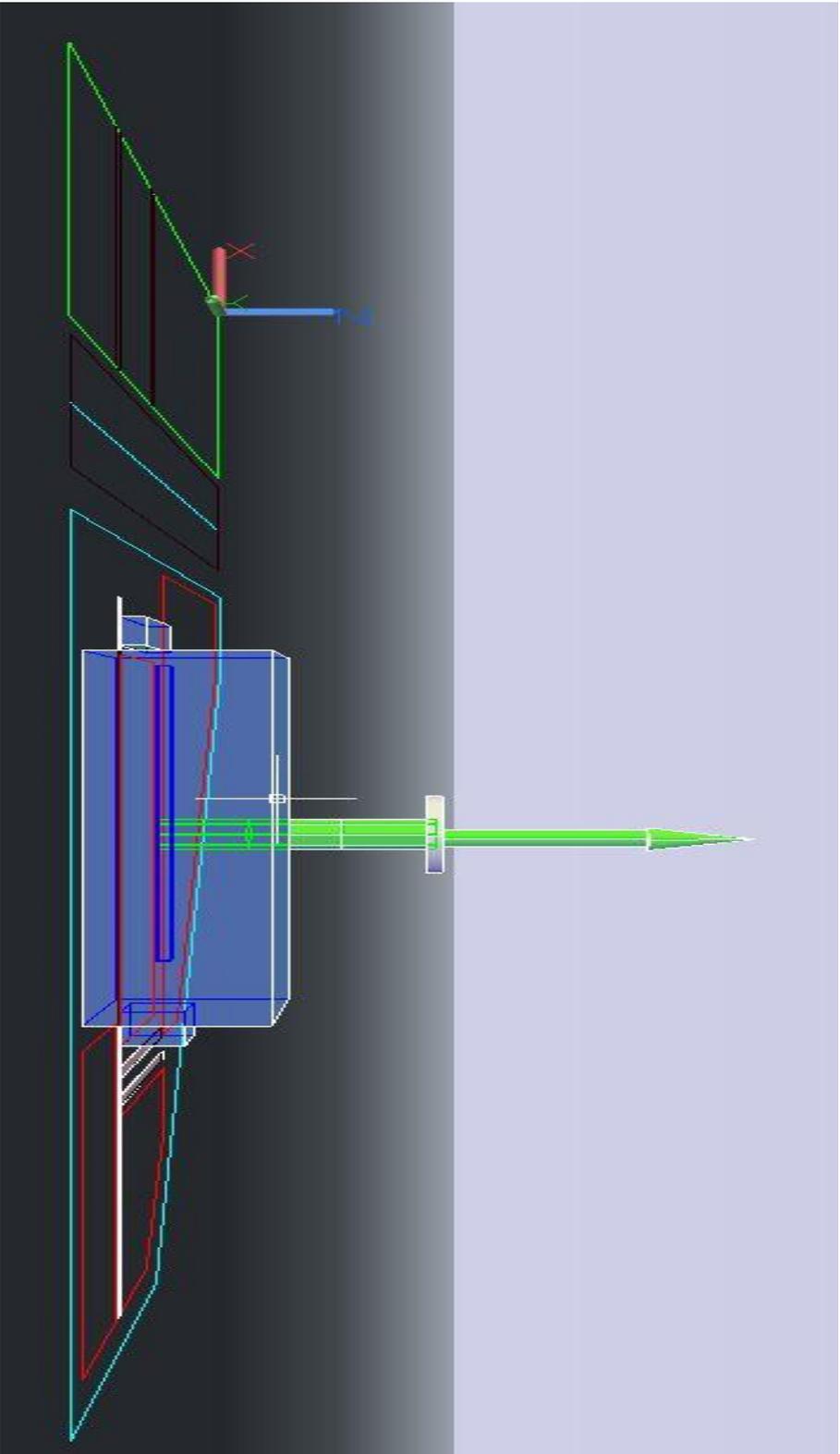
VISTA LATERAL DERECHA



VISTA LATERAL IZQUIERDA



VISTA POSTERIOR



Contratistas, materiales y maquinarias.

ARQUITECTÓNICO	Y
ESTRUCTURAL	
Arena	
Piedra	
Grava	
Cemento	
Agua	
Malla galvanizada	
Alambre de amarre	
Bloque estructural	
Hierro	
Varilla	
Madera	
Inodoros tasa	
Inodora urinario	
Lavabos	
Contratista maquinaria, retroexcavadoras, cargadora frontal, Bulldorzer, excavadora oruga, aplanadora, motoniveladora, tanquero de agua, rodillo de afirmado, litifor o tanquero imprimador, rodillo liso doble, tampo.	
Contratista volquetas	
Contratista asfalto	
Contratista adoquín	
Contratista pavimento	
Contratista pintura	
Contratista aluminio de ventanas	
Contratista vidrios	
Contratista cerrajero	
Contratista carpintero madera	
Contratista metalmecánico	
Contratista de pintura	
Contratista jardinería	
ELÉCTRICO	
Postes	
Transformadores	
Cable de aluminio	
Cable de baja tensión	
Cable de media tensión	
Cable de alta tensión	

Fuente eléctrica trifásica
Fotoceldas
Luminarias monofásicas
Luminarias bifásicas
Reflectores
Seccionadores
Interruptores y brakers.
Toma corrientes monofásico
Toma corrientes bifásico
Toma corrientes trifásico
Fotoceldas solares
Contratista eléctrico.
ELECTRÓNICO
Sistema de alarmas
Puesto de control ingreso
Opto acopladores
Parlantes
Micrófonos
Informativos electrónicos
HIDROSANITARIO
Codos 90 grados
Codo de 48 grados
L de calle
L reductora
T estándar
T reductora
Acople estándar
Reductor
Unión
Tapa
Tapón
Boquilla
Niple corrido
Tubería de cobre
Tubería pvc
Coladeras helvex y fosa
Válvulas de llave
Tuberías de hierro fundido
Sistema contra incendios