



# POSGRADOS

## MAESTRÍA EN COMERCIO EXTERIOR Y GESTIÓN LOGÍSTICA

RPC-SO-33-NO.762-2021

OPCIÓN DE TITULACIÓN:

PROYECTO DE TITULACIÓN CON  
COMPONENTES DE INVESTIGACIÓN  
APLICADA Y/O DE DESARROLLO

TEMA:

FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS LOGÍSTICAS  
PARA LA IMPORTACIÓN DE REPUESTOS  
AUTOMOTRICES PARA LA EMPRESA  
AUTOMOTRIZ LAS AMÉRICAS

AUTORA:

VERÓNICA ALEXANDRA CHUCHUCA ZHINGRI

DIRECTORA:

MARÍA GABRIELA GUEVARA SEGARRA

CUENCA – ECUADOR  
2024

**Autora:****Verónica Alexandra Chuchuca Zhingri**

Ingeniera en Contabilidad y Auditoría.  
Candidata a Magíster en Comercio Exterior y  
Gestión Logística por la Universidad Politécnica  
Salesiana – Sede Cuenca.  
veronicachuchucaz@gmail.com

**Dirigido por:****María Gabriela Guevara Segarra**

Licenciada en Estudios Internacionales con mención  
Bilingüe en Comercio Exterior.  
Magister en Business Administration.  
mguevaras@ups.edu.ec

Todos los derechos reservados.

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

**DERECHOS RESERVADOS**

2024 © Universidad Politécnica Salesiana.

CUENCA – ECUADOR – SUDAMÉRICA

VERÓNICA ALEXANDRA CHUCHUCA ZHINGRI

Formulación de estrategias logísticas para la importación de repuestos automotrices para la empresa automotriz Las Américas

## ***DEDICATORIA***

Este proyecto de titulación va dedicado a mis padres Víctor y Rosa, mi esposo Darwin, mis hijos Mateo y Ismael, mi hermano Kevin mis abuelitos Luis y Zoila gracias por su apoyo en todo momento para seguir formándome como una profesional.

## ***AGRADECIMIENTO***

Agradezco a mi tutora Lic. María Gabriela Guevara por su apoyo en todo el proceso para culminar este proyecto de titulación y a todos los docentes y compañeros que me compartieron sus conocimientos para culminar el posgrado.

# TABLA DE CONTENIDO

Resumen .....	8
Abstract.....	10
1. Introducción.....	11
<b>1.1 Situación Problemática. Antecedentes</b> .....	12
<input type="checkbox"/> <b>1.2 Formulación del Problema</b> .....	15
<b>1.3 Justificación Teórica</b> .....	16
<b>1.4 Justificación Práctica</b> .....	17
<b>1.5 Objetivos</b> .....	17
<b>1.5.1 General</b> .....	17
<b>1.5.2 Específicos</b> .....	18
<input type="checkbox"/> <b>1.6.2 Estrategias</b> .....	18
2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....	19
<input type="checkbox"/> <b>2.1 Marco Teórico Conceptual / Estado del Arte</b> .....	19
<input type="checkbox"/> <b>2.1.1 Segmentación de Mercado</b> .....	19
<input type="checkbox"/> <b>2.1.2 Importación</b> .....	20
<input type="checkbox"/> <b>2.1.3 Importación en el Ecuador</b> .....	21
<input type="checkbox"/> <b>2.1.4 Pasos previos importación en el Ecuador</b> .....	21
<input type="checkbox"/> <b>2.1.5 Regímenes de importación</b> .....	22
<input type="checkbox"/> <b>2.1.6 INCOTERMS</b> .....	24
<b>3. 2.1.6.1 Relación entre los INCOTERMS y lo establecido por el SENA E</b> ....	25
<input type="checkbox"/> <b>2.1.7 FOB</b> .....	26
<input type="checkbox"/> <b>2.1.8 CIF</b> .....	27
<input type="checkbox"/> <b>2.1.9 ECUAPASS:</b> .....	27
<input type="checkbox"/> <b>2.1.10 Aduana</b> .....	27
<input type="checkbox"/> <b>2.1.11 Arancel Nacional de Importaciones</b> .....	27
3. Materiales y metodología .....	30
<b>a. Modalidad de investigación</b> .....	30
<b>b. Tipo de investigación</b> .....	30
<b>3.1. Unidad de análisis</b> .....	31
<b>3.2. Métodos a emplear</b> .....	31
<b>3.3. Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias</b> .....	32

<b>3.4. Técnicas de diagnóstico de procesos (Check-list, cadena de valor, etc.) ¿Cuáles y para qué? .....</b>	<b>32</b>
<b>3.5. Herramientas para el análisis e interpretación de la información.....</b>	<b>34</b>
<b>4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....</b>	<b>43</b>
<b>4.1. 1 Principales Resultados .....</b>	<b>43</b>
<input type="checkbox"/> <b>4.1.2 Diagnóstico de la oferta y la demanda de repuestos.....</b>	<b>43</b>
<b>5. Conclusiones.....</b>	<b>68</b>
<b>6. RECOMENDACIONES .....</b>	<b>73</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>76</b>
<input type="checkbox"/> <b>Bibliografía.....</b>	<b>76</b>

FORMULACIÓN DE ESTRATEGIAS  
LOGISTICAS PARA LA IMPORTACION  
DE REPUESTOS AUTOMOTRICES PARA  
LA EMPRESA AUTOMOTRIZ LAS  
AMERICAS

AUTOR(ES):

VERONICA ALEXANDRA CHUCHUCA  
ZHINGRI

## RESUMEN

---

El presente trabajo de titulación tuvo como objetivo generar estrategias logísticas para la importación de repuestos automotrices a precios competitivos y de calidad para la empresa Automotriz Las Américas, ubicada en la ciudad de Cuenca, Ecuador. La investigación se fundamentó en una revisión bibliográfica exhaustiva de teorías y herramientas relacionadas con el comercio internacional, la logística y la gestión de la cadena de suministro. Se realizó un diagnóstico de la situación actual de la oferta y demanda de repuestos en el mercado local, identificando oportunidades y segmentos desatendidos. Mediante un análisis comparativo de proveedores internacionales y una evaluación financiera detallada, se determinó la viabilidad de implementar un modelo de importación directa de repuestos, seleccionando a AATOP de Corea del Sur como socio estratégico. Las estrategias logísticas propuestas demostraron un potencial de reducción de costos del 8% al 15% en el mediano plazo, así como una mejora en la disponibilidad y calidad de los productos ofrecidos. Se diseñó un plan de implementación por fases, que incluye la homologación de proveedores, pruebas piloto y un sistema de gestión de inventarios eficiente. Se recomienda a la empresa aprovechar las oportunidades identificadas, fortalecer su equipo logístico y monitorear de cerca los indicadores clave de desempeño para garantizar el éxito de la iniciativa. En conclusión, la adopción de estas estrategias logísticas permitirá a Automotriz Las Américas mejorar su competitividad, reducir costos y tiempos, y ofrecer repuestos automotrices de alta calidad a sus clientes, sentando las bases para un crecimiento sostenible en el mercado local.



---

**Palabras clave:**

Estrategias logísticas, importación, repuestos automotrices, competitividad, gestión de inventarios.

## ABSTRACT

---

The objective of this thesis work was to generate logistical strategies for the importation of automotive spare parts at competitive prices and of quality for the company Automotriz Las Américas, located in the city of Cuenca, Ecuador. The research was based on an exhaustive bibliographic review of theories and tools related to international trade, logistics, and supply chain management. A diagnosis of the current situation of the supply and demand of spare parts in the local market was carried out, identifying opportunities and unattended segments. Through a comparative analysis of international suppliers and a detailed financial evaluation, the feasibility of implementing a direct importation model of spare parts was determined, selecting AC Autoparts from South Korea as a strategic partner. The proposed logistical strategies demonstrated a potential cost reduction of 8% to 15% in the medium term, as well as an improvement in the availability and quality of the products offered. An implementation plan was designed in phases, which includes supplier homologation, pilot tests, and an efficient inventory management system. The company is recommended to take advantage of the identified opportunities, strengthen its logistics team, and closely monitor key performance indicators to ensure the success of the initiative. In conclusion, the adoption of these logistical strategies will allow “Automotriz Las Américas” to improve its competitiveness, reduce costs and times, and offer high-quality automotive spare parts to its customers, laying the foundations for sustainable growth in the local market.

**Keywords:** logistical strategies, importation, automotive spare parts, competitiveness, inventory management.

# 1. INTRODUCCIÓN

---

La globalización y la creciente interdependencia de los mercados han llevado a las empresas a buscar estrategias más eficientes para mantener su competitividad en el mercado. En este contexto, la logística juega un papel crucial, especialmente en sectores como el automotriz, donde la importación de repuestos es una actividad esencial para garantizar la continuidad de las operaciones y la satisfacción del cliente. Sin embargo, la importación de repuestos automotrices presenta desafíos significativos, desde la selección de proveedores hasta la gestión de la cadena de suministro y el cumplimiento de las regulaciones aduaneras y comerciales, entre otras.

El proyecto "Formulación de estrategias logísticas para la importación de repuestos automotrices para la empresa Automotriz Las Américas" propone abordar estos desafíos con el objetivo de mejorar las actividades comerciales de la empresa y ofrecer precios competitivos y de calidad. Este proyecto partirá de un diagnóstico exhaustivo de la situación actual del mercado automotor y se enfocará en la formulación de estrategias para la importación de repuestos automotrices.

La investigación se basará en la teoría y práctica de la logística, la gestión de la cadena de suministro, las relaciones con los proveedores, las regulaciones comerciales y aduaneras, y las tendencias actuales del mercado automotriz. A través de un análisis detallado y una propuesta bien fundamentada, se espera que este proyecto proporcione a la empresa Automotriz Las Américas las herramientas necesarias para optimizar su proceso de importación de repuestos, mejorar su competitividad y disponer de una herramienta útil con estrategias logísticas aplicables a su realidad.

En resumen, este proyecto representa una oportunidad para explorar y mejorar un aspecto crucial de la operación de la empresa Automotriz Las Américas. A través de un

---

enfoque riguroso y basado en la evidencia, se espera que las estrategias propuestas tengan un impacto significativo en la eficiencia y efectividad de la importación de repuestos automotrices.

### **1.1 Situación Problemática. Antecedentes**

Las empresas se encuentran expuestas a cambios rápidos por los altos riesgos generados en el entorno como económico, político, social y tecnológico, entre los más relevantes, bajo este contexto, la planeación estratégica logística conlleva acciones para dar valor agregado a las entidades, de tal forma que alcanzan los objetivos y metas empresariales (Restrepo et al., 2015). La globalización que es descrita como la integración económica de varios países como consecuencia de la liberalización del comercio exterior de bienes y servicios, la reducción de costos de transporte, el crecimiento de la fuerza de trabajo mundial y la acelerada difusión de la tecnología, en particular las comunicaciones y de la economía surge el análisis, estudio y comprensión de los procesos logísticos y la administración de la cadena de suministro (Fontalvo et al., 2019).

En este sentido, las estrategias logísticas se planifican y requieren de preparación específica para el funcionamiento, así se desecha la idea errónea de improvisar sobre cuáles son las fases en el momento del desastre y dependiendo de las necesidades, dado que estas son previsibles; por lo tanto, se pueden tomar diversas acciones para la solución de problemas (Garibaldi, 2018).

Con relación a la evolución histórica de las estrategias logísticas, surgen entre 1980 y 1990 mediante la logística integrada que se enfoca en la gestión de la cadena de aprovisionamiento. El enfoque logístico se desarrolla puesto que pasó de ser una estrategia interna que modifica las relaciones empresariales dentro de la empresa a ser una estrategia centrada en las necesidades de la cadena de suministro y la satisfacción del

consumidor final. Desde este punto de vista, las estrategias logísticas permiten reducir la incertidumbre en un futuro desconocido que trae beneficios como: incrementar la competitividad, mantener un ciclo de mejora en la gestión logística nacional e internacional, calidad, precio, empaque, distribución, etc. (Martínez y Kadi, 2019).

Bajo este contexto, el impacto y beneficios que se obtienen en el Ecuador por la aplicación de técnicas y estrategias logísticas no son abundantes, debido a que las empresas ecuatorianas deben invertir en tecnología, estrategias y herramientas logísticas que ayuden a mejorar el manejo de inventarios, comunicación entre los miembros de suministro, el sistema de transporte y distribución, así como el servicio al cliente, con la finalidad de brindar un servicio de calidad y reducir sus costos (Fondevila, 2015).

Desde este punto de vista, Gómez (2018) en su estudio realizado en Ecuador considera que el suministro de autopartes es el principal factor de éxito en la industria automotriz, es por ello que se analiza la gestión y administración logística del suministro de autopartes, donde la cadena inicia con los proveedores y termina en el consumidor final. Así mismo contiene varias actividades agrupadas con el movimiento de bienes desde el suministro de materias primas hasta el consumidor final, donde las estrategias logísticas buscan ofrecer un servicio de calidad al entregar productos a los clientes al menor costo y en un tiempo óptimo; para ello es necesario encontrar las mejores materias primas a un buen precio.

Es importante mencionar que el sector automotriz en el Ecuador es uno de los que más aporta al crecimiento económico, lo anterior debido a que el mismo contribuyó con USD 1.432 millones al ingreso fiscal y generó 155.943 fuentes de empleo (AEADE, 2022). Dentro del sector automotriz se identifica el subsector de venta de autopartes que representa el 60% del total de empresas del sector, de ahí la importancia que tiene. Además, es un sector en crecimiento considerando que, según la AEADE, el 32% del

parque automotor del Ecuador tiene más de 12 años de vida útil, lo que implica la necesidad de disponibilidad de repuestos automotrices, ya que los vehículos deben estar en constante mantenimiento para cumplir con lo establecido en las leyes y se les permita circular.

A lo mencionado se suma el hecho de que el PIB del Ecuador creció en un 4.2% (BCE, 2021), una de las industrias que reportaron mayor crecimiento fue la comercial en la que se encuentra la venta y distribución de repuestos automotrices, donde el crecimiento fue del 11% debido a al incremento de importaciones. En este contexto, la empresa Automotriz Las Américas busca abastecer al mercado automotor de la provincia del Azuay de repuestos calidad a precios accesibles para satisfacer las necesidades del cliente; esta empresa inició sus actividades en el año 2003 en la ciudad de Cuenca, se centra en la comercialización de repuestos automotrices para vehículos livianos. En la actualidad, logró posicionarse dentro del sector automotriz, debido a la gran variedad de productos que ofrece a los agentes económicos. A pesar de ello, los bienes que comercializa son de proveedores nacionales que importan del extranjero, lo anterior por desconocimiento del proceso de importación directa por parte de la empresa.

En este sentido, el problema de investigación versa en que la empresa Automotriz Las Américas desconoce sobre las ventajas que implica la importación directa, dado que no cuenta con estrategias logísticas que le permitan reducir costos y mejorar la cadena de suministro, de tal forma que logre reducir los costos de los repuestos; por ende, incrementar las ventas de la empresa, así como brindar productos diversificados de acuerdo a la demanda de los usuarios finales.

Por otro lado, es importante señalar que, al establecer estrategias logísticas enfocadas a la importación directa, se tiene acceso a nuevos proveedores, de tal forma que se puede realizar una importación de diferentes repuestos de varias marcas originales

y genéricas, pero de calidad que permita a los consumidores contar con una gama de opciones a elegir de acuerdo a su presupuesto, gustos y preferencias; además, permite entregar los productos en un menor tiempo, incrementando la eficiencia empresarial y contribuyendo a que los agentes económicos logren reparar sus automóviles en menor tiempo.

## ▪ **1.2 Formulación del Problema**

El sector automotriz es considerado el pilar de la economía ecuatoriana y del avance tecnológico, puesto que contribuye al desarrollo nacional con inversiones, capacitación, tecnología y generación de divisas (Panchana, 2018). Tras la pandemia de COVID-19, que afectó en gran medida a todos los sectores económicos, el sector automotriz logró sobresalir y esto se refleja porque en el año 2021 estuvo conformado por 3.745 empresas, las cuales pagaron 1.432 millones de dólares en impuestos.

La venta de autopartes generó 33,143 plazas de empleo en el año 2021. Así mismo, según datos proporcionados por el Servicio de Rentas Internas (SRI), este sector facturó un total de 9,269 millones de dólares, de los cuales 926.9 millones de dólares corresponden al pago de tributos durante el mismo período.

En el país existen 2´772.180 vehículos de los cuales 195.450 se encuentran en el Azuay. Con relación al número de empresas que se dedican a la fabricación de autopartes, el país cuenta con 39 entidades, en cambio las organizaciones que se dedican a la venta de autopartes en la nación están constituidas por 2.266 entidades (AEADE, 2021). A partir de estos datos, se puede inferir que la fabricación de autopartes no abastece a la demanda nacional, razón para que existan varias empresas que se dediquen a la venta de autopartes a través de la importación de las mismas.

Las estrategias logísticas dentro del sector automotriz buscan administrar de manera estratégica la cadena de valor y los procesos de retorno asociadas a ella con el

propósito de alcanzar la efectividad, eficiencia y la plena satisfacción de los grupos de interés, de tal forma que se asegure una perdurabilidad de las empresas dentro del mercado en donde se desarrollan (Norman y Mora, 2017).

La implementación de estrategias logísticas permite incrementar la eficiencia de la entidad, regular y controlar todas sus estructuras. Este trabajo de investigación tiene como objetivo gestionar de manera óptima los recursos dentro de la empresa, reducir los gastos relacionados con la importación de repuestos y mejorar la calidad y el servicio ofrecido a los clientes.

### **1.3 Justificación Teórica**

La justificación teórica de este estudio se fundamenta en la necesidad de comprender y mejorar los procesos logísticos y de abastecimiento en la importación de repuestos automotrices, un área crítica para la operación y competitividad de la empresa Automotriz Las Américas.

En primer lugar, este estudio se basa en las teorías de la logística, que abarcan la planificación, implementación y control eficiente del flujo de materiales, productos e información desde el punto de origen hasta el punto de consumo (Lima et al., 2017). En el contexto de la importación de repuestos automotrices, la aplicación de principios logísticos puede contribuir a la optimización de los procesos de abastecimiento, almacenamiento y distribución, reduciendo costos y mejorando la disponibilidad de los productos.

Además, se considera la teoría del abastecimiento, que se centra en la gestión de las actividades relacionadas con la adquisición de bienes y servicios necesarios para el funcionamiento de una organización (Cano et al., 2015). En el caso de la importación de repuestos automotrices, el abastecimiento eficiente implica la selección y evaluación de



proveedores internacionales, la negociación de términos comerciales favorables y la coordinación de los procesos de compra y transporte.

Asimismo, este estudio se apoya en la teoría de la gestión de inventarios, que busca determinar los niveles óptimos de stock para satisfacer la demanda de los clientes mientras se minimizan los costos asociados (López et al., 2019). En el contexto de los repuestos automotrices, una adecuada gestión de inventarios es crucial para garantizar la disponibilidad de los productos y reducir el capital inmovilizado.

En síntesis, esta investigación se justifica teóricamente en la necesidad de aplicar y adaptar las teorías de la logística, el abastecimiento y la gestión de inventarios al contexto específico de la importación de repuestos automotrices. Se espera que este enfoque teórico permita a la empresa Automotriz Las Américas mejorar sus procesos de abastecimiento internacional, optimizar su gestión de inventarios y, en última instancia, aumentar su competitividad en el mercado.

#### **1.4 Justificación Práctica**

Este proyecto tiene mucha relevancia debido a que mediante la formulación de estrategias logísticas para la importación de repuestos automotrices la empresa Automotriz Las Américas realizará su propia importación de repuestos automotrices gestionando de manera eficiente los recursos y reduciendo gastos de importación para así satisfacer las necesidades de los clientes con productos de buena calidad a precios accesibles.

#### **1.5 Objetivos**

##### **1.5.1 General**

Generar estrategias logísticas para la importación de repuestos automotrices a precios competitivos y de calidad para la empresa Automotriz Las Américas.

### 1.5.2 Específicos

- Fundamentar teóricamente la propuesta mediante la revisión bibliográfica de las principales teorías y herramientas relacionadas al tema de investigación.
- Diagnosticar la situación actual de la oferta de repuestos en el mercado automotriz de la ciudad de Cuenca.
- Diagnosticar la situación actual de la demanda de repuestos del sector automotriz de la ciudad de Cuenca.
- Formular estrategias logísticas para la importación de repuestos de alta calidad del sector automotriz enfocadas en reducir costos y tiempos de importación.

### ▪ 1.6.2 Estrategias

Con base en los resultados del diagnóstico de oferta y demanda de repuestos, se formularon estrategias enfocadas en la búsqueda, evaluación y desarrollo de proveedores, así como estrategias logísticas y operativas en los procesos de importación. Estas estrategias estuvieron alineadas con las necesidades identificadas en el mercado, como la importación de repuestos de alta demanda que no estaban siendo satisfechos por los proveedores existentes, la priorización de la calidad sobre el precio según las preferencias de los consumidores, y el establecimiento de relaciones con proveedores confiables que ofrecían precios competitivos. El objetivo principal fue maximizar la satisfacción del cliente, mejorar la competitividad de la empresa y aumentar su rentabilidad. Por lo tanto, este apartado aún se encuentra en desarrollo.

## 2. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

### ▪ 2.1 Marco Teórico Conceptual / Estado del Arte

#### ▪ 2.1.1 Segmentación de Mercado

La segmentación de mercado es una herramienta estratégica que permite dividir un mercado heterogéneo en subconjuntos más homogéneos de consumidores con necesidades, características y comportamientos similares (Kotler y Armstrong, 2017). En el contexto de las estrategias logísticas para la importación de repuestos automotrices, la segmentación de mercado desempeña un papel fundamental, ya que permite a las empresas identificar y atender de manera más eficiente los requerimientos específicos de cada segmento.

Existen diversos criterios y variables que pueden ser utilizados para segmentar el mercado de repuestos automotrices. Algunos de los más comunes incluyen:

- Tipo de vehículo: segmentación basada en la categoría del vehículo (automóviles, camionetas, vehículos pesados, entre otros).
- Marca: segmentación según la marca del vehículo (por ejemplo, Toyota, Chevrolet, Ford, entre otras).
- Antigüedad: segmentación de acuerdo a la edad del vehículo (por ejemplo, vehículos nuevos, de mediana edad o antiguos).
- Ubicación geográfica: segmentación basada en la localización de los clientes (por ejemplo, por país, región, ciudad o zona urbana/rural).

La segmentación de mercado ofrece varios beneficios para la toma de decisiones estratégicas en el ámbito de las estrategias logísticas y la importación de repuestos automotrices. En primer lugar, permite a las empresas seleccionar y establecer relaciones comerciales con proveedores especializados en los segmentos de interés, lo que puede

contribuir a mejorar la calidad, disponibilidad y precios de los repuestos. Además, facilita la gestión de inventarios al permitir un enfoque más preciso en la demanda de cada segmento, reduciendo así el riesgo de exceso o escasez de stock. Por último, una segmentación efectiva puede ayudar a optimizar la distribución de repuestos, al permitir el diseño de estrategias logísticas adaptadas a las necesidades específicas de cada segmento (Cano et al., 2015).

La relación entre la segmentación de mercado y la logística es estrecha y simbiótica. Una segmentación adecuada del mercado permite a las empresas diseñar e implementar estrategias logísticas más eficientes y efectivas, al tiempo que una logística bien gestionada contribuye a atender mejor las necesidades de cada segmento y mejorar el servicio al cliente (Lima et al., 2017). En el caso de la importación de repuestos automotrices, la segmentación de mercado puede ayudar a las empresas a tomar decisiones más informadas sobre qué productos importar, en qué cantidades y cómo distribuirlos, optimizando así sus operaciones logísticas y mejorando su competitividad en el mercado.

#### ▪ **2.1.2 Importación**

El término importación deriva del concepto de introducir bienes y servicios en un país, al comprador de bienes y servicios se le cataloga como importador mientras que al que vende se le conoce como exportador. Los bienes y servicios importados desde un país del extranjero son proporcionados a los consumidores nacionales.

La importación es la acción de introducir mercancías del exterior al país y se debe cumplir con las formalidades y obligaciones aduaneras estas se basan en los regímenes de la importación que pertenece.

### ▪ **2.1.3 Importación en el Ecuador**

Según el (SENAE, Servicio nacional de aduana del Ecuador, s.f.) la importación en el Ecuador se da “Una vez que se instituyera la Primera Asamblea Constituyente, el 14 de agosto de 1830 en Riobamba, nace la República del Ecuador y, así mismo, nace el nuevo quehacer aduanero, del cual se tiene registro y que dan característica a la aduana ecuatoriana en los albores de la nueva República. A partir de este momento, damos a conocer los acontecimientos que buscan ver lo más sobresaliente del accionar aduanero, con el respectivo orden cronológico”.

El servicio nacional de aduana del Ecuador (SENAE), es la persona jurídica de derecho público, que tiene la facultad de administrar, planificar y ejecutar la política aduanera del país para ejercer las facultades tributarias, de conformidad con el código orgánico de Producción Comercio e Inversiones.

### ▪ **2.1.4 Pasos previos importación en el Ecuador**

La importación de mercancías en Ecuador requiere seguir una serie de pasos previos, según lo establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador . Estos pasos son esenciales para garantizar el cumplimiento de las regulaciones aduaneras y comerciales, y para facilitar el proceso de importación (SENAE, 2022a).

1. Obtención del Certificado Digital para la Firma Electrónica: Este certificado es esencial para realizar trámites en línea con la Aduana del Ecuador. La firma electrónica garantiza la autenticidad e integridad de la información transmitida electrónicamente.
2. Instalación del Ecuapass: Ecuapass es el sistema informático aduanero utilizado por la Aduana del Ecuador. Este sistema permite a los importadores realizar trámites aduaneros en línea, como la presentación de declaraciones de importación y la consulta de información aduanera.

3. Registro de Importador en el Sistema Informático Aduanero: Antes de poder importar mercancías, es necesario registrarse como importador en el sistema Ecuapass. Este registro permite a la Aduana del Ecuador identificar y controlar las operaciones de importación.
4. Consideración de las Restricciones de Productos a Importar: Algunos productos están sujetos a restricciones o prohibiciones de importación en Ecuador. Antes de importar mercancías, es necesario verificar si estas mercancías están sujetas a alguna restricción o prohibición.
5. Trámites de Desaduanización de la Mercadería: Una vez que las mercancías han llegado a Ecuador, es necesario realizar los trámites de desaduanización para liberar las mercancías de la custodia aduanera. Estos trámites incluyen la presentación de una declaración de importación y el pago de los impuestos y derechos de importación correspondientes.

Es importante destacar que estos pasos previos son solo una parte del proceso de importación. Una vez que las mercancías han sido desaduanizadas, pueden ser necesarios otros trámites, como la inspección de las mercancías y la obtención de permisos o licencias adicionales.

#### ▪ **2.1.5 Regímenes de importación**

Los regímenes de importación son las diferentes modalidades bajo las cuales se pueden introducir mercancías a un país. Según el SENA (2022b), estos regímenes se clasifican de la siguiente manera:

1. Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI): Este régimen permite la entrada de mercancías al territorio aduanero para ser consumidas en el país. Una vez que las mercancías son desaduanadas, se consideran liberadas y pueden ser vendidas

- o utilizadas en el país. Los impuestos y derechos de importación generalmente se aplican en este régimen.
2. Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI): Este régimen permite la entrada de mercancías al territorio aduanero con la condición de que sean reexportadas en un plazo determinado sin haber sufrido ninguna alteración. Se utiliza, por ejemplo, para mercancías que se utilizan en exposiciones, ferias, o eventos similares.
  3. Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI): Este régimen permite la entrada de mercancías al territorio aduanero para ser procesadas o transformadas, y luego reexportadas. El objetivo es fomentar las actividades de producción y exportación, permitiendo la importación temporal de insumos sin el pago de impuestos y derechos de importación.
  4. Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI): Este régimen permite la importación de mercancías sin el pago de impuestos y derechos de importación, siempre que se reexporten mercancías idénticas o similares que fueron previamente exportadas.
  5. Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI): Este régimen permite la importación de mercancías para ser transformadas, reparadas o mejoradas bajo control aduanero, y luego reexportadas o liberadas para consumo.
  6. Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI): Este régimen permite la entrada de mercancías al territorio aduanero para ser almacenadas en un depósito aduanero. Las mercancías pueden ser reexportadas o liberadas para consumo, y los impuestos y derechos de importación se pagan solo cuando las mercancías son liberadas para consumo.

7. Reimportación en el mismo estado (Art. 153 COPCI): Este régimen permite la importación de mercancías que fueron previamente exportadas sin haber sufrido ninguna alteración. Este régimen se utiliza, por ejemplo, cuando las mercancías exportadas son devueltas por el comprador extranjero.

Es importante destacar que cada uno de estos regímenes tiene requisitos y procedimientos específicos que deben ser cumplidos para evitar sanciones y multas. Por lo tanto, es esencial que la empresa Automotriz Las Américas entienda y aplique correctamente estos regímenes en sus operaciones de importación de repuestos automotrices.

#### ▪ **2.1.6 INCOTERMS**

Los INCOTERMS, o Términos Internacionales de Comercio (International Commercial Terms), son un conjunto de reglas estandarizadas publicadas por la Cámara de Comercio Internacional (CCI) que definen las responsabilidades y obligaciones tanto del comprador como del vendedor en una transacción de comercio internacional. Estas reglas, que han sido adoptadas en todo el mundo, proporcionan una interpretación uniforme de los términos comerciales comunes, reduciendo así las posibilidades de malentendidos y disputas legales (Bagchi et al., 2021).

Los INCOTERMS cubren aspectos como el transporte de la mercancía, la entrega de la mercancía, la transferencia de riesgos, y los costos asociados a la importación y exportación de la mercancía. Cada término INCOTERMS es un código de tres letras que define un contrato estándar. Algunos de los términos más comunes incluyen EXW (Ex Works), FOB (Free On Board), CIF (Cost, Insurance and Freight), y DDP (Delivered Duty Paid).



1. EXW (Ex Works): El vendedor pone la mercancía a disposición del comprador en sus propias instalaciones, y el comprador asume todos los costos y riesgos asociados con el transporte de la mercancía hasta su destino final (Kim, 2022).
2. FOB (Free On Board): El vendedor entrega la mercancía a bordo del buque designado por el comprador en el puerto de embarque especificado. A partir de ese momento, todos los costos y riesgos se transfieren al comprador (Kim, 2022).
3. CIF (Cost, Insurance and Freight): El vendedor asume todos los costos, incluyendo el seguro y el flete, para entregar la mercancía al puerto de destino. Sin embargo, el riesgo se transfiere al comprador una vez que la mercancía ha sido cargada en el buque (Kim, 2022).
4. DDP: El vendedor asume todos los costos y riesgos asociados con la entrega de la mercancía al lugar de destino, incluyendo los derechos de importación. Este es el término que implica la mayor responsabilidad para el vendedor (Kim, 2022).

Es importante destacar que los INCOTERMS no regulan la propiedad de la mercancía, ni constituyen un contrato de venta completo. Son simplemente una parte del contrato de venta, que define las responsabilidades y obligaciones del comprador y del vendedor en relación con la entrega de la mercancía. En el contexto de la importación de repuestos automotrices, la comprensión y aplicación correcta de los INCOTERMS puede ayudar a la empresa Automotriz Las Américas a gestionar eficientemente los costos y riesgos asociados con el transporte internacional, y a negociar contratos de venta más favorables con sus proveedores extranjeros.

### **3. 2.1.6.1 Relación entre los INCOTERMS y lo establecido por el SENA**

Los INCOTERMS y los regímenes de importación establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador son dos componentes fundamentales de las operaciones de comercio internacional que, aunque distintos, están estrechamente relacionados.

Los INCOTERMS, como se mencionó anteriormente, son términos comerciales estandarizados que definen las responsabilidades y obligaciones del comprador y del vendedor en una transacción de comercio internacional. Estos términos se refieren principalmente a aspectos como el transporte de la mercancía, la entrega de la mercancía, la transferencia de riesgos, y los costos asociados a la importación y exportación de la mercancía. Por otro lado, los regímenes de importación establecidos por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador son las modalidades bajo las cuales se pueden introducir mercancías al país. Estos regímenes se refieren a aspectos como el pago de impuestos y derechos de importación, el almacenamiento de la mercancía, y la transformación o procesamiento de la mercancía (Jiménez, 2021).

La relación entre los INCOTERMS y los regímenes de importación radica en que ambos influyen en la gestión de la cadena de suministro y en los costos y riesgos asociados con la importación de mercancías. Por ejemplo, un INCOTERMS como DDP implica que el vendedor asume todos los costos y riesgos asociados con la entrega de la mercancía al lugar de destino, incluyendo los derechos de importación. Esto podría ser relevante en el caso de un régimen de importación para el consumo, donde los impuestos y derechos de importación generalmente se aplican.

Por lo tanto, la empresa Automotriz Las Américas debe considerar tanto los INCOTERMS como los regímenes de importación al planificar y gestionar sus operaciones de importación de repuestos automotrices. Una comprensión y aplicación correcta de ambos puede ayudar a la empresa a optimizar sus costos, minimizar sus riesgos, y cumplir con todas las regulaciones y requisitos legales.

#### ▪ **2.1.7 FOB**

FOB (Free on Board) es un término que indica que el vendedor ha cumplido con su obligación de entregar la mercancía una vez que esta ha sido cargada a bordo del buque

designado por el comprador en el puerto de embarque acordado. En este punto, la entrega y la transferencia de riesgos al comprador se completan (Cabrera Cánovas, 2020).

- **2.1.8 CIF**

CIF (Cost, Insurance, and Freight) es un término que indica que el vendedor asume todos los costos, así como el flete, para transportar la mercancía hasta el puerto de destino acordado, sin descargar la mercancía del buque. Sin embargo, la entrega y la transferencia de riesgos ocurren cuando la mercancía ha sido cargada a bordo del buque. En el caso de que se produzcan transbordos de la mercancía en diferentes puertos, la mercancía se considera entregada en el primer puerto de embarque (Soler, 2021).

- **2.1.9 ECUAPASS:**

ECUAPASS es el sistema aduanero ecuatoriano que permite a los operadores del comercio exterior realizar las operaciones aduaneras de importación y exportación. Los documentos soporte de la declaración aduanera son los que contienen la información como la factura comercial, documento del transporte internacional, póliza de seguro internacional y certificado de origen. (Aduana del Ecuador, 2022)

- **2.1.10 Aduana**

La aduana es un espacio físico que se encuentra en áreas estratégicas fronterizas, aeroportuarios, espacios portuarios y terminales, en estos espacios se controlan y regulan todas las actividades que están relacionadas con el tráfico de mercancías, personas y capitales que son importados como exportados.

- **2.1.11 Arancel Nacional de Importaciones**

En primer lugar considerar que el arancel nacional de importaciones permite realizar la búsqueda del arancel nacional de importaciones y este contiene el código numérico de los productos, descripción de los productos y las unidades físicas" (BCE, 2022). Sin embargo, es importante destacar que en el comercio exterior, específicamente

en las importaciones, no solo se paga el arancel, sino también otros tributos. En el caso de la empresa Automotriz Las Américas, al importar repuestos automotrices, además del arancel, deberá considerar el pago de otros tributos como el Impuesto al Valor Agregado (IVA), y dependiendo del tipo de repuesto, podría estar sujeto a Impuestos a los Consumos Especiales (ICE). Estos tributos adicionales al arancel incrementan los costos de importación y deben ser tomados en cuenta al momento de establecer los precios de venta y analizar la rentabilidad de la operación.

Según el Banco Central del Ecuador (BCE, 2022), el arancel nacional de importaciones permite realizar la búsqueda del arancel nacional de importaciones y este contiene el código numérico de los productos, descripción de los productos y las unidades físicas. El código de los productos está estructurado por el capítulo (2 dígitos), partida del sistema armonizado (4 dígitos), subpartida del sistema armonizado (6 dígitos), subpartida NANDINA (8 dígitos), subpartida nacional (10 dígitos).

El Arancel Nacional de Importaciones es una herramienta clave para la gestión de las importaciones, ya que proporciona información detallada sobre los códigos numéricos de los productos, la descripción de los productos y las unidades físicas. Sin embargo, es importante entender también que los aranceles pueden variar en su tipo y forma de expresión.

En cuanto a los tipos de aranceles, estos pueden ser:

1. Aranceles Fijos: Son aquellos que se mantienen constantes independientemente del valor de la mercancía. Se establecen como una cantidad fija por unidad de medida (por ejemplo, por kilogramo, litro, metro, etc.).
2. Aranceles Contingentes: Son aquellos que permiten la importación de una cantidad específica de un producto a un arancel reducido durante un período de

tiempo determinado. Una vez que se ha alcanzado el límite de la cantidad, el arancel vuelve a su nivel normal.

En cuanto a las formas de expresión de los aranceles, estas pueden ser:

1. **Ad Valorem:** Son aquellos que se calculan como un porcentaje del valor de la mercancía. Por ejemplo, si el arancel ad valorem es del 10%, y el valor de la mercancía es de \$100, el arancel sería de \$10.
2. **Específico:** Son aquellos que se calculan como una cantidad fija por unidad de medida. Por ejemplo, si el arancel específico es de \$1 por kilogramo, y la mercancía pesa 100 kilogramos, el arancel sería de \$100.
3. **Mixto:** Son aquellos que combinan los aranceles ad valorem y específicos. Por ejemplo, el arancel podría ser del 10% del valor de la mercancía más \$1 por kilogramo.

Es importante que la empresa Automotriz las Américas entienda estos conceptos y los tenga en cuenta al planificar y gestionar sus operaciones de importación de repuestos automotrices.

## 3. MATERIALES Y METODOLOGÍA

---

### a. Modalidad de investigación

La investigación tendrá un enfoque mixto. Cualitativo porque se orienta a profundizar casos específicos y no a generalizar, enfocado en cualificar y describir un fenómeno social a partir de los rasgos determinantes (Guerrero, 2016). La naturaleza cualitativa de esta parte de la investigación radica en que se basará en la interpretación y análisis de información no numérica, como teorías, conceptos y descripciones, con el objetivo de obtener una comprensión profunda y detallada de las estrategias logísticas y las importaciones en el contexto específico de la empresa Automotriz Las Américas. El segundo enfoque (cuantitativo) se centra en el uso de métodos estadísticos para recopilar y analizar información que permita conocer las características de las variables de análisis (Jiménez y Quintana, 2021).

### b. Tipo de investigación

El tipo de investigación del proyecto estará basado en un método mixto tanto cualitativo como cuantitativo, siendo de igual manera descriptivo:

**Cualitativo:** La investigación cualitativa enfoca a comprender los fenómenos, explorarlos desde la perspectiva de los participantes en su ambiente natural y en relación con el contexto, evaluando así las necesidades locales y operaciones en el momento de implementar acciones que involucren a toda la organización.

**Cuantitativo:** Este enfoque se centra en el uso de métodos estadísticos para recopilar y analizar información que permita conocer las características de las variables de análisis. A lo largo del documento, se presentan tablas con datos numéricos y porcentuales sobre las preferencias de los clientes, costos de importación, proyecciones de demanda y estados financieros.

---

**Descriptiva:** Por que pretende medir o recoger información de manera independiente o conjunta especificando las propiedades y perfiles de personas o comunidades, objetos y procesos que se someten a un análisis para poder tener mayor conocimiento sobre toda la actividad.

### 3.1. Unidad de análisis

Según Vivanco (2018), la unidad de análisis, que es el objeto de estudio, puede estar conformada por individuos o grupos. En el caso de este proyecto, la unidad de análisis está basada en grupos, específicamente en los clientes de vehículos livianos de la empresa Automotriz Las Américas. El objetivo es identificar las necesidades de estos clientes en relación con los repuestos automotrices y los servicios brindados por la empresa. Al definir claramente la unidad de análisis, se establece el enfoque y alcance de la investigación, permitiendo recopilar información relevante y obtener resultados significativos que contribuyan a la formulación de estrategias logísticas efectivas para la importación de repuestos automotrices.

### 3.2. Métodos a emplear

En la investigación se utilizarán los siguientes métodos:

- **Análisis – sintético:** comprende dos acciones que se complementan, por un lado, se analiza un todo mediante la descomposición de sus partes, posterior se sintetiza dicho análisis (Rodríguez y Pérez, 2017). En este sentido, el método en mención se utilizará en la revisión teórica, donde se identificará los aportes teóricos para fundamentar las estrategias de importación de la empresa objeto de estudio.
- **Análisis bibliográfico:** de acuerdo con Codina (2020) una revisión bibliográfica comprende la selección de documentos de otros autores que se constituye en la base de evidencia para sistematizar un marco teórico referencial, por lo general se recurre a revistas científicas, donde se establecen criterios de selección. En la

investigación se utilizará para seleccionar estudios de fuentes confiables y desarrollar el marco referencial.

- **Inductivo - deductivo:** son dos procesos opuestos, pero que se complementan dado que el inductivo pasa de hechos particulares a generales, mientras que el deductivo va de lo general a lo particular (Rodríguez y Pérez, 2017). En la investigación se analizará la información de fuentes primarias y de la empresa sujeta al análisis, se pretende identificar particularidades que permitan establecer estrategias de acuerdo con las necesidades del mercado y la situación actual de la empresa.

### **3.3. Identificación de las necesidades de información. Fuentes primarias o secundarias**

- Fuentes primarias:

Las fuentes primarias se obtendrán mediante una encuesta que se realizara a un determinado grupo de clientes de la empresa para así poder obtener la información necesaria para el proyecto.

- Fuentes secundarias:

Los datos secundarios se van a obtener mediante la recopilación de información estadística del INEN, fuentes de información de internet, revistas, bases de datos de importación como Data Sur, Trade Map, Guru aranceles; entre otros.

### **3.4. Técnicas de diagnóstico de procesos (Check-list, cadena de valor, etc.)**

#### **¿Cuáles y para qué?**

- Documentación:

Establecer los documentos previos que se necesitan para realizar la importación de repuestos automotrices para la empresa.

- Análisis FODA:



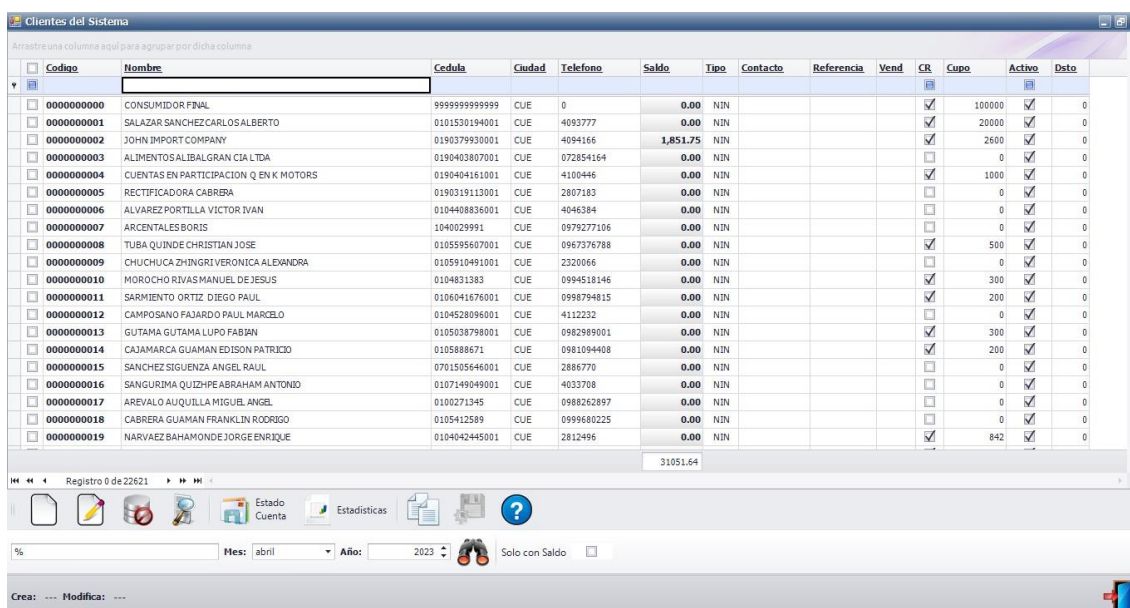
El análisis FODA nos permite realizar un análisis de la situación actual de la empresa para así poder tomar decisiones en la empresa para la importación de repuestos automotrices.

- Encuestas:

Las encuestas se realizan a un determinado grupo de clientes de la empresa con la finalidad de obtener la información necesaria en base a las preguntas y que este oriente a la investigación.

- Población y Muestra:

La población de la empresa está conformada por 22312 clientes registrados en el sistema de la empresa por lo que se realizara la encuesta a 378 clientes.



Codigo	Nombre	Cedula	Ciudad	Telefono	Saldo	Tipo	Contacto	Referencia	Vend	CR	Cupo	Activo	Fecha
000000000	CONSUMIDOR FINAL	9999999999999	CUE	0	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	100000	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000001	SALAZAR SANCHEZ CARLOS ALBERTO	0101530194001	CUE	4093777	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	20000	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000002	JOHN IMPORT COMPANY	0190379930001	CUE	4094166	1,851.75	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	2600	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000003	ALIMENTOS ALIBALGRAN CIA LTDA	0190403807001	CUE	072854164	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000004	CUENTAS EN PARTICIPACION Q EN K MOTORS	0190404161001	CUE	4100446	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	1000	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000005	RECTIFICADORA CABRERA	0190319113001	CUE	2807183	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000006	ALVAREZ PORTILLA VICTOR IVAN	0104408836001	CUE	4046384	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000007	ARCENTALES BORIS	1040029991	CUE	0979277106	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000008	TUBA QUINDE CHRISTIAN JOSE	010595607001	CUE	0967376788	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	500	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000009	CHUCHUCA ZHINGRIVERONICA ALEXANDRA	0105910491001	CUE	2320066	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000010	MOROCHO RIVAS MANUEL DE JESUS	0104831383	CUE	0994518146	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	300	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000011	SARMIENTO ORTIZ DIEGO PAUL	0106041676001	CUE	0998794815	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	200	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000012	COMPOSANO FAJARDO PAUL MARCELO	0104528096001	CUE	4112232	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000013	GUTAMA GUTAMA LUPO FABIAN	0105038798001	CUE	0982989001	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	300	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000014	CAJAMARCA GUAMAN EDISON PATRICIO	0105888671	CUE	0981094408	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	200	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000015	SANCHEZ SIGUENZA ANGEL RAUL	0701505646001	CUE	2886770	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000016	SANGURIMA QUIZPE ABRAHAM ANTONIO	0107149049001	CUE	4033708	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000017	AREVALO AQUIJILLA MIGUEL ANGEL	0100271345	CUE	0988262897	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000018	CABRERA GUAMAN FRANKLIN RODRIGO	0105412589	CUE	0999660225	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	0	<input checked="" type="checkbox"/>	0
000000019	NARVAEZ BAHAMONDE JORGE ENRIQUE	0104042445001	CUE	2812496	0.00	NIN				<input checked="" type="checkbox"/>	842	<input checked="" type="checkbox"/>	0
					31051.64								

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

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 22620}{(22620 - 1)0.05^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = \frac{21724.248}{57.5079}$$

$$n = 378$$

- Análisis Estadístico:

Para realizar la interpretación de los resultados se realizará un análisis estadístico en el que utilizaremos gráficos para así sacar conclusiones de las preguntas realizadas a los clientes de la empresa.

### 3.5. Herramientas para el análisis e interpretación de la información

Las herramientas que se utilizan para el análisis e interpretación de los datos son:

Las encuestas se realizarán a los clientes mediante Formularios de Google, la interpretación de datos se realizará mediante el programa estadístico SPSS.

#### Resultados de la metodología empleada

- **Documentación:**

Se realizó un análisis en el sistema contable de la empresa para conocer los productos de mayor rotación.

NOMBRE	CODIGO EMPRESA	CODIGO ORIGINAL	MARCA
<b>BUJE PAQUETE LUV 2.2 2.3 DIMAX 14X40X69X60</b>	9780000121356	8-94171274-1	ISUZU
<b>BUJE PLATO AVEO GRANDE</b>	9780000029485	95975940	GM
<b>BUJE PLATO AVEO PEQUEÑO</b>	9780000029492	96535087	GM
<b>BUJE PLATO INF DIMAX 4X4</b>	9780000119506	8-97364176-0	ISUZU
<b>BUJE PLATO INF DIMAX 4X2</b>	9780000029126	8-97364174-0	ISUZU
<b>BUJE PLATO SUP DIMAX 4X2</b>	9780000029157	8-97364173-0	ISUZU
<b>BUJE PLATO SUP LUV 2.2 2.3 LUV V6 DIMAX 4X4</b>	9780000029096	8-9364175-0	ISUZU
<b>BUJE PUENTE AVEO</b>	9780000029515	96535066	GM
<b>EMPAQUE TAPA VAL AVEO 1.4 1.6</b>	9780000053565	96353002	GM
<b>EMPAQUE TAPA VAL HY VERNA MATRIX GETZ 1.6</b>	9780000053343	22441 26003	MOBIS
<b>RETEN CIGUEÑAL POST LUV 95X118X10</b>	9780000110572	8-94235369-0	ISUZU
<b>RETEN R/DELAN LUV DIMAX 4X4 59X75X10</b>	9780000139603	8-98036594-0	ISUZU
<b>SELLOS VALV LUV 2.2 DIMAX 2.4 AVEO 1.52 CORSA TODOS</b>	9780000261212	94580655	GM
<b>SELLOS VALV AVEO 1.4 1.6</b>	9780000176899	96353035	GM

Fuente: Sistema Contable Automotriz Las Américas

▪ **Encuestas:**

Objetivo

**1. ¿Qué marca de vehículo posee?**

- a) Toyota \_\_\_\_
- b) Chevrolet \_\_\_\_
- c) Mazda \_\_\_\_
- d) Mitsubishi \_\_\_\_
- e) Hyundai \_\_\_\_
- f) Kia \_\_\_\_

Otro (Especifique): \_\_\_\_\_

**2. ¿De qué procedencia prefiere los repuestos para su vehículo?**

- a) Original \_\_\_\_
- b) Japonés \_\_\_\_
- c) Coreano \_\_\_\_
- d) Chino \_\_\_\_

**3. ¿Ha tenido dificultades por falta de stock de algún repuesto para su vehículo?**

- a) Sí \_\_\_\_
- b) No \_\_\_\_

**4. Realiza sus compras en el establecimiento por:**

- a) Calidad \_\_\_\_
- b) Precio \_\_\_\_
- c) Marca \_\_\_\_

**5. ¿Su vehículo es de uso?**

- a) Particular \_\_\_\_

b) Publico \_\_\_\_

**6. ¿Qué beneficio le gustaría obtener de una empresa importadora de repuestos automotrices?**

a) Precios económicos \_\_\_\_

b) Variedad de marcas \_\_\_\_

c) Descuentos \_\_\_\_

Promociones \_\_\_\_

**3.6 Resultados de las encuestas**

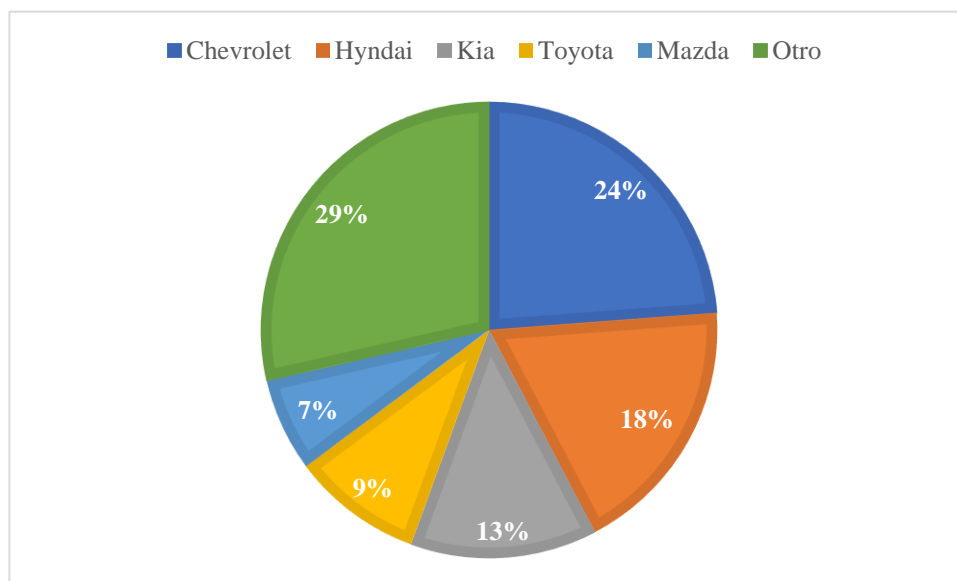
Pregunta 1: ¿Qué marca de vehículo posee?

Marca	Porcentaje	Frecuencia
<b>Chevrolet</b>	23,81%	90
<b>Hyundai</b>	18,52%	70
<b>Kia</b>	13,23%	50
<b>Toyota</b>	9,26%	35
<b>Mazda</b>	6,61%	25
<b>Otro</b>	28,57%	108
<b>Total</b>	100%	378

*Elaboración Propia*

**Gráfico 1**

*Pregunta 1*



Según los resultados de la encuesta, la marca de vehículo más popular entre los participantes es Chevrolet, con un 23.81% del total. Le siguen Hyundai con un 18.52%, Kia con un 13.23%, Toyota con un 9.26% y Mazda con un 6.61%. Es interesante observar que un porcentaje significativo de los encuestados (28.57%) posee vehículos de otras marcas distintas a las mencionadas explícitamente en la encuesta. Esto sugiere que existe una diversidad considerable en las preferencias de marca entre los propietarios de vehículos.

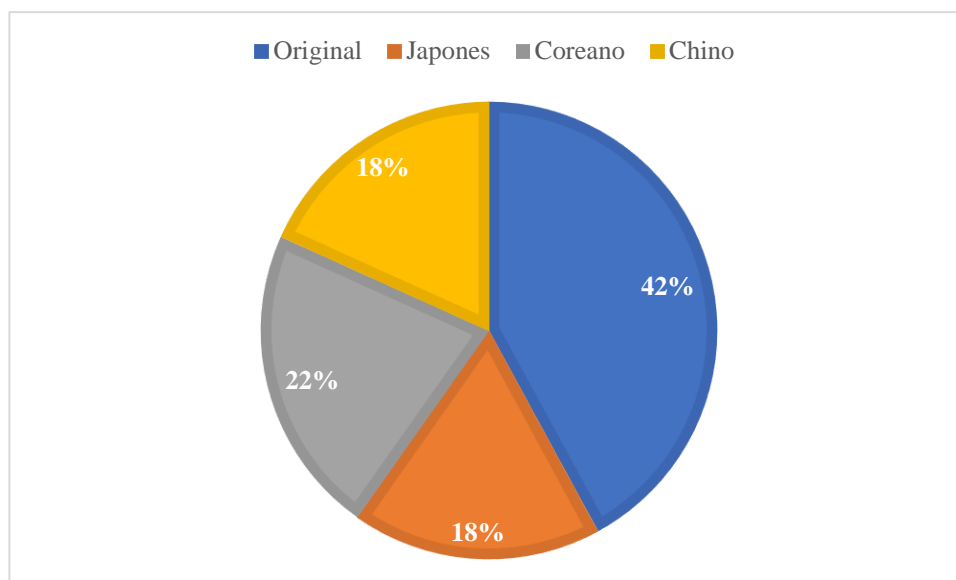
Pregunta 2: ¿De qué procedencia prefiere los repuestos para su vehículo?

Procedencia	Frecuencia	Porcentaje
Original	159	42,06%
Japones	67	17,72%
Coreano	83	21,96%
Chino	69	18,25%
Total	378	100%

*Elaboración Propia*

## Gráfico 2

*Pregunta 2*



En cuanto a la preferencia de procedencia de los repuestos para sus vehículos, la mayoría de los encuestados (42.06%) opta por repuestos originales. Esto indica que una

proporción significativa de propietarios de vehículos valora la calidad y la garantía que ofrecen los repuestos provenientes directamente del fabricante. En segundo lugar, se encuentra la preferencia por repuestos coreanos, con un 21.96%, seguida de cerca por los repuestos chinos con un 18.25% y los japoneses con un 17.72%. Estos resultados sugieren que, si bien los repuestos originales son los más deseados, también existe una demanda considerable para repuestos de otras procedencias, especialmente coreanos y chinos, que pueden ofrecer una buena relación calidad-precio para los consumidores.

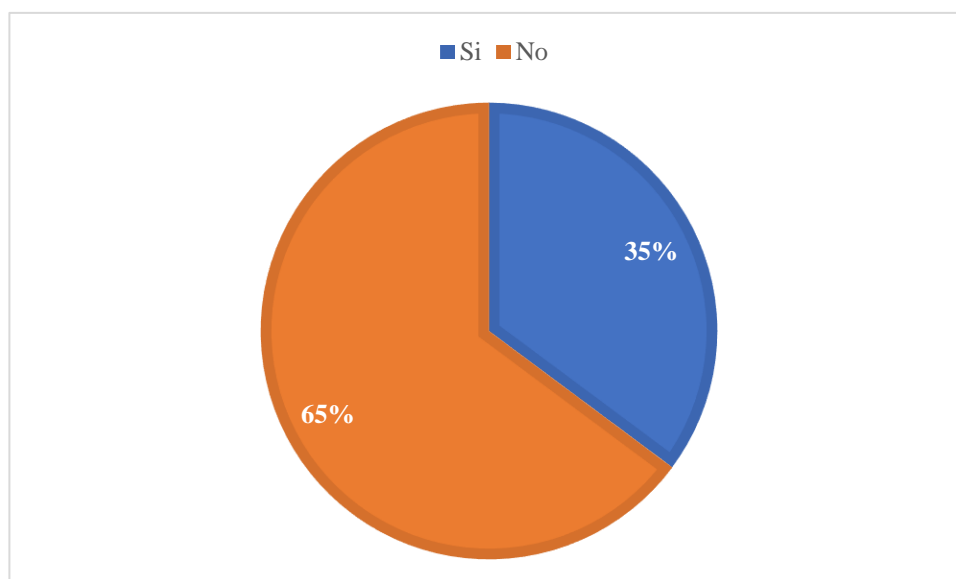
Pregunta 3: ¿Ha tenido dificultades por falta de stock de algún repuesto para su vehículo?

Respuestas	Frecuencia	Porcentaje
Si	133	35,19%
No	245	64,81%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Elaboración Propia*

### Gráfico 3

*Pregunta 3*



Según los resultados de la encuesta, el 35.19% de los participantes ha experimentado dificultades debido a la falta de stock de algún repuesto para su vehículo.

Este porcentaje representa más de un tercio de los encuestados, lo que sugiere que la disponibilidad de repuestos es un problema relativamente común entre los propietarios de vehículos. Por otro lado, la mayoría de los encuestados (64.81%) no ha tenido inconvenientes relacionados con la falta de stock de repuestos. Estos datos indican que, si bien la mayoría de los propietarios no ha enfrentado este problema, es importante para las empresas de repuestos automotrices garantizar un stock adecuado para satisfacer las necesidades de sus clientes y evitar posibles dificultades.

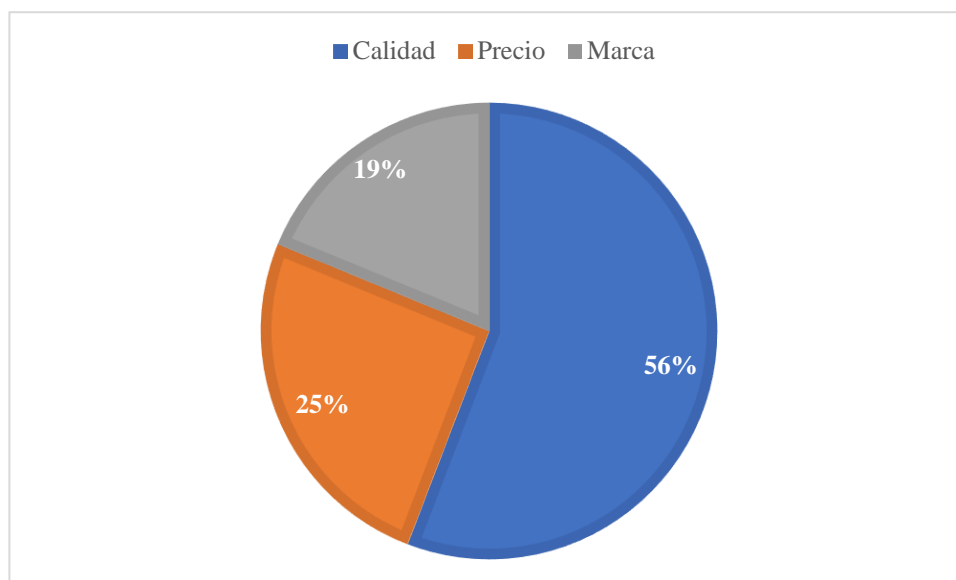
Pregunta 4: Realiza sus compras en el establecimiento por:

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Calidad</b>	211	55,82%
<b>Precio</b>	96	25,40%
<b>Marca</b>	71	18,78%
<b>Total</b>	378	100,00%

*Elaboración Propia*

#### **Gráfico 4**

*Pregunta 4*



De acuerdo con los resultados de la encuesta, el criterio más importante para los participantes al realizar sus compras en un establecimiento de repuestos automotrices es la calidad, con un 55.82% del total. Esto indica que más de la mitad de los encuestados

prioriza la calidad de los repuestos al tomar su decisión de compra. El segundo criterio más relevante es el precio, con un 25.40%, lo que sugiere que una proporción significativa de los propietarios de vehículos también considera el aspecto económico al adquirir repuestos. Por último, la marca es el criterio menos determinante, con un 18.78% de los encuestados que lo consideran como el factor principal para realizar sus compras. Estos resultados resaltan la importancia de que las empresas de repuestos automotrices ofrezcan productos de alta calidad a precios competitivos para satisfacer las expectativas y necesidades de sus clientes.

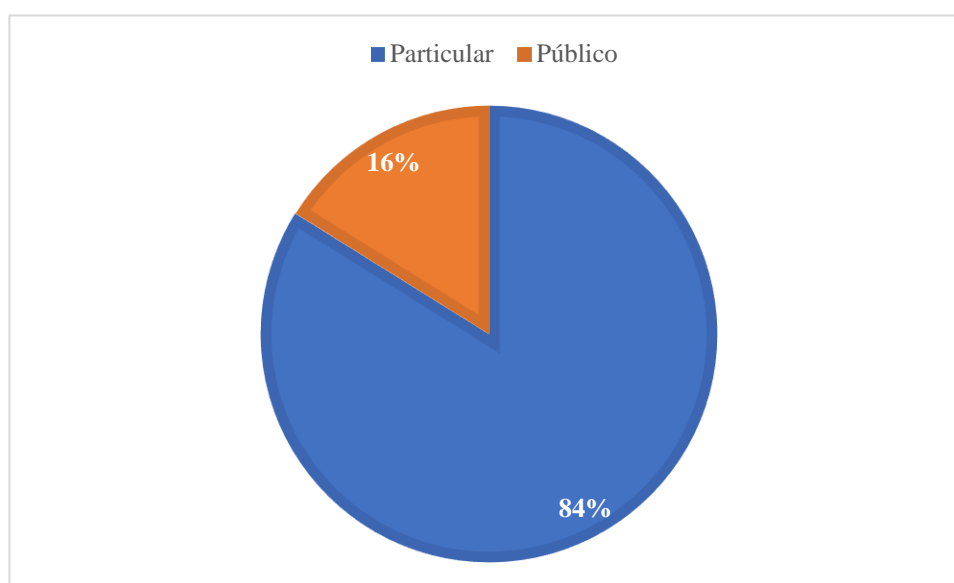
Pregunta 5: ¿Su vehículo es de uso?

Uso	Frecuencia	Porcentaje
Particular	317	83,86%
Público	61	16,14%
Total	378	100%

*Elaboración Propia*

## Gráfico 5

*Pregunta 5*



Los resultados de la encuesta muestran que la gran mayoría de los participantes (83.86%) utiliza su vehículo para uso particular. Esto sugiere que los propietarios de



vehículos encuestados principalmente emplean sus automóviles para fines personales, como desplazamientos diarios, viajes y actividades recreativas. Por otro lado, solo el 16.14% de los encuestados indica que su vehículo es de uso público, lo que implica que una proporción menor de los propietarios utiliza sus vehículos para actividades comerciales o de transporte público. Estos datos pueden ser relevantes para las empresas de repuestos automotrices al considerar las necesidades y patrones de consumo de sus clientes, ya que los vehículos de uso particular y público pueden tener requerimientos diferentes en términos de mantenimiento y repuestos.

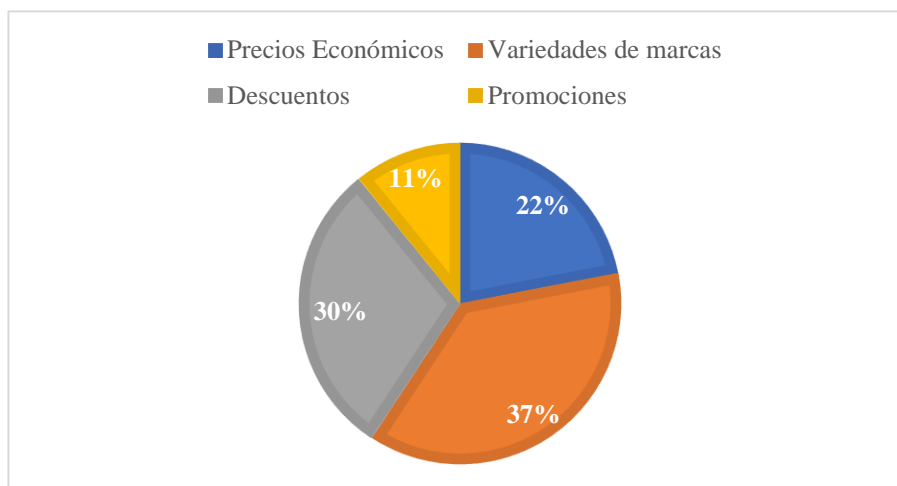
Pregunta 6: ¿Qué beneficio le gustaría obtener de una empresa importadora de repuestos automotrices?

Beneficio	Frecuencia	Porcentaje
Precios Económicos	83	21,96%
Variedades de marcas	141	37,30%
Descuentos	113	29,89%
Promociones	41	10,85%
<b>Total</b>	<b>378</b>	<b>100%</b>

*Elaboración Propia*

## Gráfico 6

*Pregunta 6*



Según los resultados de la encuesta, el beneficio más deseado por los participantes al interactuar con una empresa importadora de repuestos automotrices es la variedad de marcas, con un 37.30% del total. Esto indica que más de un tercio de los encuestados valora la posibilidad de acceder a una amplia gama de marcas de repuestos a través de una sola empresa. El segundo beneficio más solicitado son los descuentos, con un 29.89%, lo que sugiere que una proporción significativa de los propietarios de vehículos busca oportunidades para ahorrar en la compra de repuestos. Los precios económicos ocupan el tercer lugar, con un 21.96% de los encuestados que los consideran el beneficio más atractivo. Por último, las promociones son el beneficio menos mencionado, con un 10.85% de los participantes que las señalan como su preferencia principal. Estos resultados destacan la importancia de que las empresas importadoras de repuestos automotrices ofrezcan una variedad de marcas, descuentos atractivos y precios competitivos para satisfacer las expectativas y necesidades de sus clientes.

---

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

---

### 4.1 Estrategias

Con base en los resultados del estudio diagnóstico realizado a través de la encuesta a clientes, se identificaron oportunidades en el mercado local de repuestos automotrices para modelos específicos con alta demanda y poca oferta actual. Considerando este análisis y el potencial de mejora en costos y tiempos de adquisición mediante importación directa, se plantea una propuesta inicial enfocada en la gestión eficiente de ese proceso.

Dicha propuesta será evaluada en términos de factibilidad, tomando en cuenta proyecciones de demanda, costos logísticos bajo diferentes términos de negociación, precios esperados y flujos de caja tentativos. Esto permitirá determinar la viabilidad de implementar un sistema de importación directa de repuestos seleccionados.

De resultar factible, se plantearía una estrategia de implementación definida por etapas, que considere en primera instancia la homologación de proveedores en el extranjero, negociación con los mismos, tramitación inicial de importaciones de prueba, revisión de resultados y ajustes para un plan de largo plazo.

#### 4.1.1 Principales Resultados

##### ▪ 4.1.2 Diagnóstico de la oferta y la demanda de repuestos

Para realizar un diagnóstico de la oferta y la demanda de repuestos en el mercado automotriz, es necesario llevar a cabo una serie de análisis y evaluaciones. Aquí se proporciona un esquema general de cómo podría abordar este diagnóstico:

#### 1. Análisis de la Oferta: (objetivo 2)

- **Identificación de Proveedores:** Identificar los principales proveedores de repuestos automotrices en el mercado, tanto a nivel local como

internacional. Evaluación su capacidad de producción, su fiabilidad, la calidad de sus productos, y sus precios.

- Evaluación de la Competencia: Se debe analizar la competencia en el mercado de repuestos automotrices. ¿Cuántos competidores hay? ¿Qué productos ofrecen? ¿A qué precios?
- Evaluación de las Tendencias del Mercado: se identifican las tendencias actuales en el mercado de repuestos automotrices. Cambios en la tecnología o en las preferencias de los consumidores que pueda afectar la oferta de repuestos.

## 2. Análisis de la Demanda:

- Segmentación del Mercado: Dividir el mercado en segmentos según diferentes criterios, como el tipo de vehículo, la marca del vehículo, la edad del vehículo, etc. Esto permitirá entender mejor las necesidades y preferencias de diferentes grupos de consumidores.
- Evaluación de las Necesidades y Preferencias del Consumidor: Realizar encuestas o entrevistas con los consumidores para entender sus necesidades y preferencias en relación con los repuestos automotrices. Se deben resolver cuestiones como: ¿Qué tipos de repuestos buscan? ¿Qué factores consideran al elegir un proveedor de repuestos?
- Proyección de la Demanda: Con base en la información recopilada, se realiza una proyección de la demanda de repuestos automotrices para los próximos años.

Este diagnóstico proporcionó una visión clara de la situación actual del mercado de repuestos automotrices y permitirá identificar oportunidades y desafíos para la empresa Automotriz Las Américas-

Frente a los hallazgos obtenidos en el diagnóstico de la oferta y la demanda de repuestos, una estrategia que se puede generar es la segmentación del mercado. Como se menciona en el documento ya que la segmentación de mercado es una herramienta estratégica que permite dividir un mercado heterogéneo en subconjuntos más homogéneos de consumidores con necesidades, características y comportamientos similares (Kotler y Armstrong, 2017).

Esto permitiría a la empresa Automotriz Las Américas identificar y atender de manera más eficiente los requerimientos específicos de cada segmento, como los vehículos antiguos o vintage, los talleres mecánicos y las flotas de taxis, que presentan oportunidades de importación debido a la baja oferta de repuestos originales, la necesidad de stock permanente y el alto consumo de repuestos, respectivamente.

Otra estrategia que se puede generar a partir del diagnóstico es la importación directa de repuestos automotrices. Según se indica en el documento se puede gestionar directamente las importaciones permite reducir sustancialmente los tiempos de respuesta, gracias a la optimización de los procesos frente a pasar por múltiples intermediarios. Esta es una ventaja competitiva relevante de evaluar antes de implementar una estrategia de importación directa.

Además, el análisis de costos realizado en el documento demuestra que la importación directa permite en el mediano plazo obtener reducciones relevantes en los costos de los repuestos entre un 8-15%, mejorando márgenes o precio al público lo que respalda la viabilidad y conveniencia de esta estrategia.

### 4.1.3 Análisis FODA

**Tabla 1**

*Análisis FODA*

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<p>1. Posicionamiento en el mercado local y lealtad de los clientes Automotriz Las Américas ha logrado consolidar una sólida posición en el mercado de repuestos automotrices de la ciudad de Cuenca desde su fundación en 2003. A lo largo de los años, la empresa ha construido una base de clientes leales que reconocen y valoran la calidad de sus productos y servicios. Según los resultados de la encuesta realizada, un 56% de los clientes afirma que realiza sus compras en el establecimiento por la calidad de los repuestos ofrecidos, lo que demuestra la confianza y satisfacción que tienen con la empresa.</p> <p>2. Amplio conocimiento de las necesidades y preferencias del mercado Gracias a su trayectoria y experiencia en el sector, Automotriz Las Américas ha desarrollado un profundo conocimiento de las necesidades, preferencias y comportamientos de compra de los propietarios de vehículos en la ciudad de</p>	<p>1. Dependencia de proveedores nacionales y limitada variedad de marcas Una de las principales debilidades identificadas a partir de los resultados de la encuesta es la dependencia de Automotriz Las Américas de proveedores nacionales y la limitada variedad de marcas que esto conlleva. Actualmente, la empresa se abastece principalmente de distribuidores locales, lo que puede restringir su capacidad para ofrecer una amplia gama de repuestos y satisfacer las diversas necesidades de sus clientes.</p> <p>2. Falta de un sistema de gestión de inventarios eficiente Otra debilidad identificada es la falta de un sistema de gestión de inventarios eficiente en Automotriz Las Américas. Según los resultados de la encuesta, el 35% de los clientes ha experimentado dificultades por falta de stock de algún repuesto para su vehículo. Esto sugiere que la empresa enfrenta desafíos en</p>

<p>Cuenca. La encuesta aplicada a los clientes brinda información valiosa sobre los patrones de consumo y las expectativas del mercado local.</p> <p>3. Orientación hacia la satisfacción del cliente y la calidad del servicio Uno de los pilares fundamentales de Automotriz Las Américas es su enfoque en la satisfacción del cliente y la calidad del servicio. La empresa se esfuerza por brindar una atención personalizada, asesoramiento técnico especializado y una experiencia de compra positiva a cada uno de sus clientes. Esto se refleja en los resultados de la encuesta, donde un 56% de los encuestados afirma que la calidad es el principal criterio que consideran al momento de realizar sus compras de repuestos.</p> <p>4. Equipo humano capacitado y comprometido Una de las mayores fortalezas de Automotriz Las Américas radica en su equipo humano altamente capacitado, experimentado y comprometido con la excelencia en el servicio. La empresa cuenta con profesionales especializados en el sector automotriz, con un profundo conocimiento técnico de los repuestos y las especificaciones de las diferentes marcas y modelos de vehículos.</p>	<p>la planificación y control de sus inventarios, lo que puede generar situaciones de desabastecimiento y afectar la satisfacción del cliente.</p> <p>3. Limitada presencia en canales digitales y comercio electrónico En la era digital actual, una de las debilidades de Automotriz Las Américas es su limitada presencia en canales digitales y comercio electrónico. A pesar de que la empresa cuenta con una sólida trayectoria y reconocimiento en el mercado local, su enfoque principal ha estado en las ventas presenciales en su establecimiento comercial. Sin embargo, los cambios en los hábitos de consumo y las expectativas de los clientes han hecho que la presencia en línea sea cada vez más relevante.</p> <p>4. Falta de estrategias de marketing y promoción efectivas Otra debilidad identificada a partir de los resultados de la encuesta es la falta de estrategias de marketing y promoción efectivas por parte de Automotriz Las Américas. Si bien la empresa cuenta con una base de clientes leales y una buena reputación en el mercado local, los datos sugieren que existen oportunidades para mejorar su visibilidad y atraer a nuevos clientes a través de acciones de marketing más enfocadas.</p>
---	---

<p>5. Sólida red de proveedores nacionales A lo largo de sus años de trayectoria, Automotriz Las Américas ha logrado establecer y consolidar una sólida red de proveedores nacionales de repuestos automotrices. Estas relaciones comerciales estratégicas le permiten a la empresa garantizar un abastecimiento constante y confiable de productos de calidad, así como acceder a condiciones favorables de precio y financiamiento.</p> <p>■</p>	<p>5. Limitada capacidad de inversión para proyectos de expansión y mejora Otra debilidad que puede estar afectando a Automotriz Las Américas es su limitada capacidad de inversión para proyectos de expansión y mejora. Si bien la empresa cuenta con una trayectoria sólida y una posición respetada en el mercado local, los recursos financieros disponibles pueden ser un factor limitante a la hora de emprender iniciativas estratégicas de crecimiento.</p> <p>■</p>
<p style="text-align: center;"><b>Oportunidades</b></p> <p>1. Creciente demanda de repuestos originales y de calidad en el mercado local Los resultados de la encuesta realizada a los clientes de Automotriz Las Américas revelan una clara preferencia por los repuestos originales y de alta calidad. El 45% de los encuestados manifestó su predilección por adquirir repuestos originales, mientras que el 56% destacó la calidad como el principal criterio de compra. Estos datos indican la existencia de una demanda significativa y creciente de repuestos que cumplan con altos estándares de calidad y autenticidad en el mercado local de Cuenca.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Amenazas</b></p> <p>1. Incremento de la competencia en el mercado de repuestos automotrices Una de las principales amenazas que enfrenta Automotriz Las Américas es el incremento de la competencia en el mercado de repuestos automotrices. Según los resultados de la encuesta, el 56% de los clientes considera la calidad como el principal criterio de compra, mientras que el 26% se enfoca en el precio y el 12% en la marca. Esto sugiere que los consumidores son</p>



<p>2. Diversificación de la cartera de productos hacia marcas y modelos de alta demanda La encuesta aplicada a los clientes proporciona información valiosa sobre las marcas y modelos de vehículos más populares en el mercado local. Según los resultados, las marcas más demandadas son Toyota (Hilux), Chevrolet (Aveo) y Kia (Sportage), las cuales concentran el 25% de las menciones. Además, se identificó que el 23% de los encuestados prefiere repuestos de origen coreano, mientras que el 13% opta por repuestos chinos.</p> <p>3. Expansión hacia segmentos de mercado desatendidos o con necesidades específicas Los resultados de la encuesta también revelaron la existencia de segmentos de mercado con necesidades específicas que representan oportunidades de crecimiento para Automotriz Las Américas. Por ejemplo, se identificó que el 35% de los encuestados ha experimentado dificultades por falta de stock de algún repuesto para su vehículo. Esto indica la presencia de brechas en la disponibilidad de ciertos repuestos en el mercado local, lo que genera insatisfacción y frustración en los clientes.</p> <p>4. Desarrollo de alianzas estratégicas con talleres mecánicos y centros de servicio automotriz Otra oportunidad identificada a partir de los resultados</p>	<p>cada vez más exigentes y tienen a su disposición una amplia variedad de opciones para satisfacer sus necesidades.</p> <p>2. Cambios en las regulaciones y políticas de importación Otra amenaza importante para Automotriz Las Américas son los cambios en las regulaciones y políticas de importación que pueden afectar su capacidad para adquirir y comercializar repuestos automotrices. Dado que la empresa actualmente depende en gran medida de proveedores nacionales, cualquier modificación en las normas y requisitos de importación puede tener un impacto significativo en su operación.</p> <p>3. Fluctuaciones en los precios de los repuestos y los costos logísticos Las fluctuaciones en los precios de los repuestos y los costos logísticos representan otra amenaza para Automotriz Las Américas. Los precios de los productos que comercializa la empresa están sujetos a diversas variables, como el costo de las materias primas, los tipos de cambio, los aranceles de importación y los costos de transporte. Cualquier variación significativa en estos factores puede afectar la rentabilidad y competitividad de la empresa.</p>
--	--

<p>de la encuesta es la posibilidad de establecer alianzas estratégicas con talleres mecánicos y centros de servicio automotriz en la ciudad de Cuenca. Según los datos recopilados, el 56% de los clientes valora la calidad como el principal criterio de compra, mientras que el 26% considera el precio y el 12% la marca. Estos hallazgos sugieren la importancia de contar con canales de distribución confiables y especializados para llegar a los consumidores finales.</p> <p>5. Incursión en la importación directa de repuestos automotrices Una de las oportunidades más destacadas que se desprende de los resultados de la encuesta es la posibilidad de que Automotriz Las Américas incursione en la importación directa de repuestos automotrices. Actualmente, la empresa se abastece principalmente de proveedores nacionales, lo que implica ciertos limitantes en términos de variedad, precios y tiempos de entrega.</p> <p>■</p>	<p>4. Cambios en las preferencias y hábitos de consumo de los clientes Los cambios en las preferencias y hábitos de consumo de los clientes también pueden representar una amenaza para Automotriz Las Américas. A medida que evoluciona el mercado y surgen nuevas tendencias, es posible que los consumidores modifiquen sus criterios de compra y busquen productos o servicios diferentes a los que ofrece actualmente la empresa.</p> <p>5. Inestabilidad económica y política en el país La inestabilidad económica y política en Ecuador representa otra amenaza para Automotriz Las Américas. Como empresa que opera en el mercado local, su desempeño y crecimiento están estrechamente ligados a las condiciones macroeconómicas del país. Cualquier deterioro en la situación económica o incertidumbre política puede afectar negativamente a la empresa.</p>
---	---

*Elaboración Propia*

## 4.2. Resultados del estudio

**Tabla 2**

*Marcas y modelos de vehículos más populares*

<b>Marca</b>	<b>Modelo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Toyota</b>	Hilux	35	10%
<b>Chevrolet</b>	Aveo	29	8%
<b>Kia</b>	Sportage	25	7%

*Elaboración Propia*

Este cuadro muestra las 3 marcas y modelos de autos más populares según las encuestas realizadas a los clientes. En primer lugar, se encuentran las camionetas Toyota Hilux con un 10% del total de menciones. Este modelo destaca por su durabilidad y rendimiento, aspectos muy apreciados en el segmento de pick ups medianas.

Le siguen los sedanes Chevrolet Aveo con un 8%, un auto compacto ideal para la ciudad, conocido por su practicidad y economía. Llama la atención el alto interés que aún despierta este modelo, a pesar de ya no estar en producción, gracias a lo bien posicionado que está en el mercado local.

En tercer puesto aparecen los SUVs Kia Sportage con un 7%. Este modelo ofrece un equilibrio entre tamaño, potencia y equipamiento, con un precio competitivo. Ha ganado popularidad en los últimos años en su categoría.

En resumen, estos 3 modelos concentran 1 de cada 4 menciones. Destaca la preferencia tanto por SUVs como pick ups y autos compactos. Las marcas líderes son Toyota y Chevrolet, seguidas muy de cerca por Kia.

Entender estos patrones de demanda permite enfocar los esfuerzos de importación en repuestos para modelos altamente preferidos, garantizando una alta rotación inicial. Asimismo, destinar recursos a proveedores especializados en estas marcas aumenta la disponibilidad de piezas para vehículos muy solicitados en el mercado local.

**Tabla 3**

*Preferencias sobre origen/procedencia de repuestos*

<b>Origen</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Originales</b>	159	45%
<b>Coreanos</b>	83	23%
<b>Chinos</b>	47	13%

*Elaboración Propia*

Este cuadro segmenta las preferencias de los consumidores encuestados según si optan por repuestos originales de las marcas o por genéricos de distinto origen. Se puede observar que casi la mitad de los entrevistados (45%) tiene preferencia por los repuestos originales. Esto indica que valoran la calidad y estándares que ellos garantizan al ser producidos por los mismos fabricantes de los vehículos.

Un segundo grupo importante (23%) prefiere repuestos coreanos. Estos son reconocidos internacionalmente y ofrecen una muy buena relación costo-beneficio. Finalmente, el 13% opta por repuestos chinos, atraídos principalmente por sus precios bajos, aunque la percepción sobre su calidad y durabilidad no es la mejor.

En conclusión, identificar estos patrones de preferencia por tipo de repuesto es muy útil para enfocar las importaciones. Al segmentar la demanda se pueden ofrecer opciones originales, coreanas y chinas, logrando satisfacer todos los perfiles de clientes. Incluso se podría evaluar importar una misma pieza en diferentes calidades y rangos de precio.

#### **Tabla 4**

*Criterios de compra más valorados*

<b>Criterio</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>%</b>
<b>Calidad</b>	198	56%
<b>Precio</b>	93	26%
<b>Marca</b>	41	12%

*Elaboración Propia*

Este cuadro permite identificar que el criterio más importante para más de la mitad de los encuestados (56%) es la calidad de los repuestos. Esto demuestra que hay una

marcada preferencia por obtener piezas duraderas y confiables, que cumplan adecuadamente su función en los vehículos.

En segundo lugar, con un 26% se ubica el precio. Aunque no es el aspecto más valorado, resulta relevante para 1 de cada 4 clientes contar con opciones económicas al comprar repuestos. Esto probablemente se relacione con presupuestos limitados o la intención de reducir costos de mantenimiento.

Por último, la marca tiene una incidencia menor como criterio de compra (12%), aunque sigue siendo apreciada por un nicho de clientes que busca repuestos de marcas emblemáticas.

En síntesis, la calidad de los repuestos es el factor decisivo que importadores y comercializadores no pueden descuidar. Sin embargo, contar con variedad de precios permite completar el portafolio para tener opciones acordes con cada perfil y presupuesto de los clientes.

## Tabla 5

### *Oportunidades de importación*

<b>Segmento</b>	<b>Hallazgos</b>
<b>Vehículos antiguos o vintage</b>	Baja oferta de repuestos originales
<b>Talleres mecánicos</b>	Requieren stock permanente de repuestos comunes
<b>Flotas de taxis</b>	Alto consumo de repuestos, poder de negociación

*Elaboración Propia*

- El primer segmento atractivo corresponde a vehículos antiguos o vintage, los cuales tienen una baja disponibilidad de repuestos originales en el mercado local. Los repuestos originales son aquellos fabricados por el mismo proveedor que suministró las piezas al ensamblador del vehículo, cumpliendo con los mismos estándares de calidad y especificaciones. Estos repuestos suelen ser más costosos y difíciles de encontrar para modelos discontinuados o de mayor antigüedad.

- Sin embargo, es importante destacar que existen alternativas viables a los repuestos originales, como son los repuestos genéricos o aftermarket. Estos son

fabricados por terceros, siguiendo especificaciones similares a las de los componentes originales, pero a un costo menor. Aunque pueden existir percepciones sobre una calidad inferior, muchos repuestos genéricos cumplen adecuadamente su función y ofrecen una excelente relación costo-beneficio.

- Importar repuestos genéricos de calidad para vehículos antiguos o vintage permite satisfacer la demanda de propietarios que buscan alternativas más económicas para mantener sus vehículos en circulación. Siempre que se seleccionen proveedores confiables y se verifique el cumplimiento de estándares mínimos, los repuestos aftermarket pueden ser una opción atractiva para este segmento.

Otra oportunidad se encuentra en talleres mecánicos que constantemente necesitan stock de repuestos de modelos comunes para sus servicios de mantenimiento y reparación. Tener inventario local de estas piezas frecuentes les permite reducir tiempos y costos.

Por último, las flotas de taxis representan un nicho interesante por su alto consumo de repuestos, especialmente componentes susceptibles a desgaste por el uso intenso como pastillas de freno, amortiguadores, bujías, etc. Además, tienen poder de negociación al comprar volúmenes mayores.

En síntesis, identificar segmentos con necesidades específicas poco cubiertas actualmente orienta sobre qué tipo de repuestos automotrices tienen mayor probabilidad de éxito comercial al importarlos directamente.

**Tabla 6**

*Costos estimados de importación: Comparar precios y costos logísticos de importar repuestos desde distintos países proveedores bajo diferentes Incoterms.*

<b>País</b>	<b>Incoterms</b>	<b>Costo</b>	<b>Flete</b>	<b>Seguro</b>	<b>Trámites</b>
<b>China</b>	FOB	\$5	\$2,000	\$500	\$500
<b>Corea</b>	CIF	\$7	\$0	\$700	\$500

*Elaboración Propia*

- Para estimar los costos de importación de repuestos automotrices desde diferentes países proveedores, se ha utilizado el método de comparación de precios y costos logísticos bajo diferentes términos Incoterms. Según Cabrera Cánovas (2020), los Incoterms son reglas estandarizadas que definen las responsabilidades y obligaciones del comprador y vendedor en una transacción de comercio internacional, incluyendo aspectos como el transporte, la entrega y la transferencia de riesgos.
- En este caso, se han seleccionado dos países proveedores representativos, China y Corea del Sur, y se han comparado los costos de importación bajo los términos FOB (Free on Board) y CIF (Cost, Insurance and Freight), respectivamente. Estos términos han sido elegidos por ser comúnmente utilizados en el comercio internacional de repuestos automotrices (Soler, 2021).
- Para el análisis, se han considerado repuestos específicos de alta rotación, como pastillas de freno y filtros de aire, para vehículos livianos. Los precios unitarios de \$5 y \$7 han sido obtenidos a través de cotizaciones reales de proveedores en China y Corea del Sur, respectivamente. Estos precios reflejan el costo de adquisición de los repuestos en el país de origen, sin incluir los costos logísticos adicionales.
- Los costos de flete, seguro y trámites han sido estimados con base en tarifas promedio del mercado y experiencias previas de importación de la empresa Automotriz Las Américas. Según Gavelán (2014), estos costos pueden variar dependiendo de factores como el modo de transporte, la distancia, el volumen de la carga y las regulaciones aduaneras específicas de cada país.
- Es importante mencionar que, si bien el análisis se ha realizado con datos estimados, estos se basan en información real de mercado y en la experiencia de la empresa en la importación de repuestos automotrices. La selección de los productos

específicos para el análisis se ha basado en su relevancia para el negocio y en la disponibilidad de datos confiables.

### Tabla 7

*Análisis de tiempos del proceso de importación actual Vs. proveedor nacional:*

<b>Etapas</b>	<b>Proveedor Nacional</b>	<b>Importación Directa</b>
<b>Solicitud pedido</b>	1 día	3 días
<b>Producción/Envío</b>	3 días	45 días
<b>Nacionalización</b>	0 días	3 días
<b>Entrega destino</b>	2 días	2 días
<b>Tiempo Total</b>	6 días	53 días

*Elaboración Propia*

En primer lugar, se observa que etapas como la solicitud de pedido no toman el mismo tiempo debido a que en la solicitud nacional en caso de haber el producto en stock el despacho del mismo se demora un día, mientras que en el caso de importar la solicitud del pedido demora 3 días. Sin embargo, la producción/envío desde el origen en caso de que el proveedor no contar con stock el tiempo de demora es de 45 días.

Asimismo, los tiempos de los trámites de nacionalización de la mercancía tienen un tiempo de demora aproximadamente de 3-5 días, en caso de haber aforo físico el tiempo puede variar.

A diferencia del tiempo de espera entre el proveedor nacional y la importación directa es que se va a demorar el costo de los productos

En conclusión, gestionar directamente las importaciones permite reducir sustancialmente los tiempos de espera, gracias a la optimización de los procesos frente a pasar por múltiples intermediarios que son los proveedores nacionales. Esta es una ventaja competitiva relevante de evaluar antes de implementar una estrategia de importación directa.

### Tabla 8

*Comparación entre variables relevantes de diversos proveedoresA*



Proveedor	País	Calificación	Años Experiencia	Calidad Certificada	Garantía	Formas Pago	Tiempo Entrega	Capacidad Producción	Posición Precio
<b>SAERYUN</b>	Corea	4.5/5	15 años	ISO 9001	1 año	Transferencia/ PayPal	7 días	10,000 unidades/mes	Mediana-alta
<b>AATOP</b>	China	3.5/5	6 años	No	6 meses	Transferencia	15 días	30,000 unidades/mes	Baja
<b>JINHAI</b>	Japón	4.8/5	50 años	TPS Q9000	1 año	Carta Crédito	14 días	5,000 unidades/mes	Alta

*Elaboración Propia*

Al evaluar diversos criterios de esta muestra de 3 proveedores extranjeros, se desprenden algunos insights interesantes para sustentar la selección más adecuada. En primer lugar, Jinhai de Japón lidera con una calificación de 4.8 sobre 5. Resalta su medio siglo de experiencia, sólida certificación de calidad y amplia garantía post-venta. Esto asegura la confiabilidad de sus repuestos. Adicionalmente, al aceptar cartas de crédito brinda flexibilidad financiera. Sin embargo, tiene la desventaja de una capacidad productiva limitada y sus precios tienden a indexarse como altos.

En contraparte, AATOP de China tiene la infraestructura para producir grandes volúmenes de repuestos, lo que permite negociar precios bajos y absorber pedidos de mayor tamaño. No obstante, al no contar con certificados de calidad, los estándares y consistencia de fabricación podrían variar. Tampoco otorgan garantías extensas.

Finalmente, Saeryun de Corea del Sur emerge como una opción equilibrada que combina la experiencia de Jinhai con una sólida capacidad productiva. Sus sistemas de calidad están certificados y garantizan la consistencia. Con precios medios-altos, constituyen una propuesta de valor sólida al garantizar rapidez de entrega y trazabilidad en el proceso productivo.

En conclusión, tras ponderar las variables en juego, Saeryun luce como el candidato ideal para iniciar importaciones directas de repuestos automotrices, por su mezcla de conocimiento, infraestructura moderna y enfoque en la calidad. Mantener a los otros dos proveedores como alternativas permitirá ajustar estrategias a necesidades variables de abastecimiento, precios y volumen en el futuro.

### 4.3. Análisis de factibilidad

#### 4.3.1 Proyección de la demanda

Para estimar la demanda esperada de los repuestos a importar se consideraron los siguientes factores: Participación actual de la empresa en el mercado local de repuestos:

- Automotriz Las Américas tiene una participación estimada del 8% en la venta de repuestos livianos en la ciudad de Cuenca.
- El mercado está valuado en USD 5 millones anuales aproximadamente.

Crecimiento histórico del sector

- En los últimos 5 años, las ventas de repuestos automotrices en el país han crecido a una tasa anual compuesta del 11%.

Patrones de demanda identificados

- Los modelos Chevrolet Aveo, Toyota Hilux y Kia Sportage concentran el 25% de la demanda actual.
- El 45% de clientes prefiere repuestos originales.

Tomando en cuenta estos drivers de demanda, se proyectan las siguientes ventas para los modelos priorizados de repuestos a importar directamente (en unidades):

**Tabla 9**

*Ventas para los modelos priorizados de repuestos a importar directamente*

Año	Toyota Hilux	Chevrolet Aveo	Kia Sportage	Total
2024	250	300	200	750
2025	275	330	220	825

2026	303	363	242	908
------	-----	-----	-----	-----

*Elaboración Propia*

Las cantidades anteriores representan las ventas esperadas únicamente de los nuevos proveedores extranjeros, adicionales a la operación actual con distribuidores locales. El crecimiento anual promedio se estima en 9% impulsado por la expansión en los modelos precisados y la estrategia comercial enfocada en la importación directa de repuestos originales de alta demanda.

#### **4.3.2 Análisis de costos de importación directa**

Para evaluar la factibilidad económica de la importación directa de repuestos automotrices se compararon los costos actuales de adquisición a distribuidores locales vs los costos proyectados realizando las importaciones directamente bajo términos CIF (Cost, Insurance & Freight).

##### **4.3.2.1 Costos actuales:**

Los costos actuales se estiman en base a un análisis del precio de venta al público vs. el precio de compra a los distribuidores locales para uno de los repuestos de mayor rotación.

**Tabla 10**

*Costos actuales*

Descripción	Por Unidad
Precio de compra del distribuidor	\$ 8 I. IVA EMPAQUE TAPA VALVULAS AVEO
Margen bruto actual	35%
Gastos operativos	10%
Precio de venta al público	\$ 12

*Elaboración Propia*

##### **4.3.2.2 Costos tentativos de importación directa**

Para el análisis se utilizan cotizaciones preliminares de Saeryun, el proveedor seleccionado previamente en Corea del Sur.

**Tabla 11**

*Costos tentativos*

Concepto	Supuestos	Por unidad
<b>Costo del producto (FOB)</b>	Cotización del proveedor	\$ 5
<b>Flete y Seguro (CIF)</b>	Cotización tentativa de freight forwarder	\$ 2
<b>Nacionalización</b>	Tarifas de la aduana y agencia aduanal	\$ 1
<b>Almacenamiento</b>	Cuota mensual de bodega	\$ 0.5
<b>Costo total</b>		\$ 8.50

*Elaboración Propia*

#### 4.3.2.3 Proyección a 5 años

Realizando una proyección a 5 años bajo tres escenarios de volúmenes de importación (alto/medio/bajo), se confirma el potencial de reducir los costos entre un 8% y 15% respecto a la operación actual a través de proveedores nacionales.

**Tabla 12**

*Proyección a 5 años*

Año	Escenario Alto	Escenario Medio	Escenario Bajo
<b>Costo unitario actual</b>	\$ 8	\$ 8	\$ 8
<b>Año 1</b>	\$ 7.80	\$ 8	\$ 8.10
<b>Año 2</b>	\$ 7.65	\$ 7.90	\$ 8.05
<b>Año 3</b>	\$ 7.50	\$ 7.75	\$ 8
<b>Año 4</b>	\$ 7.30	\$ 7.60	\$ 7.80
<b>Año 5</b>	\$ 7.20	\$ 7.50	\$ 7.70

*Elaboración Propia*

En conclusión, la importación directa permite en el mediano plazo obtener reducciones relevantes en los costos de los repuestos entre un 8-15%, mejorando márgenes de precio al público.

#### 4.3.3 Consideraciones para la definición de una estrategia de precios

- En el contexto de la importación directa de repuestos automotrices, es fundamental tener en cuenta diversos factores al momento de definir una estrategia de

precios adecuada. Si bien un análisis financiero detallado podría proporcionar información valiosa para la toma de decisiones, es importante destacar que este no se encuentra dentro del alcance de los objetivos planteados para el presente trabajo de investigación.

- No obstante, es posible identificar algunos aspectos clave que la empresa Automotriz Las Américas debería considerar al establecer sus precios de venta para los repuestos importados. En primer lugar, se debe tener en cuenta la estructura de costos de importación, incluyendo los precios de compra a los proveedores internacionales, los gastos de flete, seguros, trámites aduaneros y otros costos logísticos asociados (Gavelán, 2014).

- Además, es necesario analizar los precios de mercado de repuestos similares ofrecidos por la competencia, tanto de aquellos importados por otros distribuidores como de los repuestos originales disponibles en el mercado local. Este análisis comparativo permitirá a la empresa determinar un rango de precios competitivo que le permita captar una cuota de mercado significativa (Cano et al., 2015).

- Otro factor a considerar es la percepción de valor por parte de los clientes. Según los resultados de la encuesta realizada, la calidad es el atributo más valorado al momento de comprar repuestos automotrices. Por lo tanto, la estrategia de precios debe ser coherente con el posicionamiento de los productos importados, destacando su calidad y confiabilidad, y evitando una competencia basada únicamente en precios bajos (López et al., 2019).

- Asimismo, es recomendable evaluar la posibilidad de segmentar los precios según el tipo de cliente o canal de venta. Por ejemplo, se podrían ofrecer descuentos especiales a talleres mecánicos o flotas de vehículos que realicen compras por

volumen, mientras que para el consumidor final se podrían establecer precios ligeramente más altos pero aún competitivos.

#### 4.3.4 Inversión Inicial Requerida

Para poner en marcha el proceso de importación directa de repuestos automotrices se debe realizar una inversión inicial en las siguientes categorías:

##### 1. Homologación y desarrollo de proveedores extranjeros

- Viajes de prospección a China y Corea del Sur: \$7,000
- Contratación de servicio de homologación documental: \$500
- Visitas técnicas a fábricas tentativas: \$3,500

##### 2. Capital de trabajo

- Inventario inicial tentativo por 3 meses de importaciones: \$25,000

▪ Según los resultados de la encuesta realizada a los clientes de Automotriz Las Américas, se identificó que los modelos Chevrolet Aveo, Toyota Hilux y Kia Sportage concentran el 25% de la demanda actual de repuestos (Tabla 1). Además, se evidenció que el 45% de los clientes prefiere repuestos originales (Tabla 2).

▪ Considerando estos hallazgos, se ha estimado un inventario inicial que permita satisfacer la demanda de estos modelos prioritarios durante un período de 3 meses. Según el análisis de costos realizado en la Tabla 5, el costo unitario promedio de los repuestos originales importados desde Corea del Sur bajo términos CIF es de aproximadamente \$7.

▪ Tomando como referencia las proyecciones de ventas presentadas en la Tabla 8, se estima una demanda mensual inicial de 750 unidades para el primer año. Por lo tanto, para cubrir un inventario de 3 meses, se requeriría un total de 2,250 unidades (750 unidades x 3 meses).

- Aplicando el costo unitario promedio de \$7 a las 2,250 unidades, se obtiene un monto total de \$15,750. Sin embargo, para realizar la importación se debe contar con un valor mínimo de \$25,000 para contar con un margen de seguridad adicional y considerar posibles variaciones en la demanda o en los costos de importación.

- Costos operativos 3 meses antes de facturación: \$5,000 Nomina personal nuevo, servicios.

- En resumen, la inversión inicial en capital de trabajo se compone de un inventario tentativo de \$25,000 para cubrir la demanda de repuestos originales durante los primeros 3 meses de operación, basado en las preferencias de los clientes y las proyecciones de ventas. Además, se consideran \$5,000 adicionales para cubrir los costos operativos durante este período inicial.

- Es importante mencionar que estas estimaciones se basan en los datos recopilados y analizados a lo largo del estudio, y tienen como objetivo proporcionar una referencia para la toma de decisiones. Sin embargo, la empresa deberá ajustar estos valores según su situación financiera real y las condiciones del mercado al momento de implementar el proyecto.

### 3. Adecuaciones

- Acondicionamiento de bodega: \$500 para equipos de almacenamiento de los repuestos importados.

- Para garantizar un adecuado almacenamiento y manejo de los repuestos automotrices importados, es necesario realizar algunas adecuaciones en la bodega de Automotriz Las Américas. Según el análisis de demanda realizado, se espera importar

inicialmente repuestos para los modelos Chevrolet Aveo, Toyota Hilux y Kia Sportage, los cuales concentran el 25% de la demanda actual (Tabla 1).

- Considerando las proyecciones de ventas presentadas en la Tabla 8, se estima una demanda mensual inicial de 750 unidades para el primer año. Por lo tanto, la bodega deberá contar con estantes y anaqueles adecuados para almacenar y organizar estos repuestos de manera eficiente, facilitando su ubicación y despacho.
  
- Software de gestión de importaciones / inventarios: \$3,000 Licencias e implementación de sistema para controlar inventarios de repuestos.
  
- Para respaldar el proceso de importación directa y garantizar un control eficiente de los inventarios de repuestos, es necesario contar con un software especializado. Este sistema permitirá registrar y dar seguimiento a los pedidos de importación, controlar los niveles de stock, generar alertas de reabastecimiento y facilitar la toma de decisiones basada en datos actualizados.
  
- Según Fondevila (2015), el uso de tecnología y sistemas de información es fundamental para mejorar la gestión logística y de inventarios en las empresas ecuatorianas. La inversión en un software de gestión de importaciones e inventarios permitirá a Automotriz Las Américas optimizar sus procesos, reducir errores y mejorar la trazabilidad de los repuestos a lo largo de la cadena de suministro.

### **Tabla 13**

#### *Total Inversión Inicial*

<b>Concepto</b>	<b>Monto</b>
<b>Desarrollo proveedores</b>	\$ 11,000
<b>Capital trabajo</b>	\$ 30,000
<b>Adecuaciones</b>	\$ 3,500
<b>Total</b>	\$44,500

*Elaboración Propia*



El monto total de \$44,500 corresponde al estimado de inversión inicial necesaria para arrancar operaciones de importación directa de repuestos para atender una demanda potencial tentativa de 750 unidades mensuales en promedio.

#### 4.3.5 Flujo de caja proyectado

Para determinar la factibilidad del proyecto de importación directa, se procedió a estructurar un Estado de Resultados y Flujo de Caja proyectado a 5 años, bajo el siguiente escenario tentativo:

##### Supuestos

- Importación inicial de 750 unidades mensuales en promedio
- Crecimiento de ventas del 15% anual
- Costos de importación directa CIF de \$7.5 promedio ponderado
- Precio de venta al público inicial de \$11
- Margen bruto del 50% (vs 35% actual)
- Gastos operativos incrementales del 7% de ventas
- Inversión inicial requerida de \$44,500

**Tabla 14**

*Estado de Resultados*

Año	Ventas	Costos	Utilidad Bruta	Gastos Op.	Utilidad Neta
2023	\$99,000	\$57,000	\$42,000	\$6,930	\$35,070
2024	\$113,850	\$65,550	\$48,300	\$7,970	\$40,330
2025	\$130,928	\$75,383	\$55,545	\$9,165	\$46,380
2026	\$150,567	\$86,690	\$63,878	\$10,532	\$53,346
2027	\$173,151	\$99,693	\$73,458	\$12,112	\$61,346

*Elaboración Propia*

**Tabla 15**

*Flujo de caja*

Año	Utilidad Neta	(+)Depreciación	CAPEX	Capital Trabajo	FLUJO DE CAJA
2023	\$35,070	\$2,000	\$-12,000	\$-30,000	\$-4,930
2024	\$40,330	\$2,000	\$-5,000	-	\$37,330
2025	\$46,380	\$2,000	-	-	\$48,380

2026	\$53,346	\$2,000	-	-	\$55,346
------	----------	---------	---	---	----------

*Elaboración Propia*

#### 4.4. Plan de implementación

##### Fase 1: Preparación (Mes 1)

- Designar al equipo del proyecto
- Seleccionar los repuestos priorizados en el análisis inicial para arranque del proyecto
- Elaborar plan de homologación detallado de proveedores potenciales
- Definir términos tentativos de negociación (incoterms, medios de pago, especificaciones técnicas)

##### Fase 2: Homologación (Mes 2-5)

- Realizar visitas a fabricantes previamente analizados en Corea del Sur
- Solicitar muestras, catálogos técnicos, test de calidad cuando aplique
- Generar órdenes de compra iniciales para evaluar proceso con cantidades limitadas
- Recibir y evaluar pedidos de prueba en bodega destino

##### Fase 3: Lanzamiento (Mes 6)

- Firma de contrato con el proveedor principal.
- Elaboración del plan de importaciones (SKUs, cantidades, frecuencia)
- Compra de inventario inicial
- Configuración requerida en sistemas y procesos internos
- Lanzamiento de estrategia comercial hacia los clientes

##### Fase 4: Seguimiento

- Revisión semanal inicial de ventas por referencias y rotación

- Análisis mensual de indicadores (servicio, ventas, rentabilidad, inventario)
- Evaluación trimestral de ajustes y mejoras (proveedores, incoterms, precios, promociones)

Con esta implementación gradual por fases se busca optimizar aprendizajes y minimizar riesgos, para poder validar la factibilidad determinada antes de un despliegue masivo de esta iniciativa de importación directa.

## 5. CONCLUSIONES

En el presente trabajo de titulación, el objetivo general fue generar estrategias logísticas para la importación de repuestos automotrices a precios competitivos y de calidad para la empresa Automotriz Las Américas. Tras una exhaustiva investigación y análisis, se concluyó que la implementación de un modelo de importación directa de repuestos, basado en una selección estratégica de proveedores internacionales y una optimización de los procesos logísticos, permitiría a la empresa reducir significativamente sus costos, mejorar la disponibilidad de productos y ofrecer precios más competitivos en el mercado.

Se evidenció que, mediante una adecuada segmentación de la demanda, una negociación efectiva con fabricantes extranjeros bajo términos Incoterms favorables y un control eficiente de la cadena de suministro, la empresa podría obtener ventajas competitivas sostenibles en el tiempo. Además, se demostró la viabilidad operativa del proyecto, con un potencial de mejora en los tiempos de entrega y una mayor eficiencia en la gestión de inventarios. En síntesis, las estrategias logísticas propuestas, respaldadas por un análisis riguroso de factibilidad, representan una oportunidad concreta para que Automotriz Las Américas optimice su operación, reduzca costos y mejore su posición competitiva en el mercado de repuestos automotrices de Cuenca.

Para el primer objetivo específico, que consistió en fundamentar teóricamente la propuesta mediante la revisión bibliográfica de las principales teorías y herramientas relacionadas al tema de investigación, se llevó a cabo una extensa exploración de literatura especializada. Se abordaron conceptos clave como la segmentación de mercado, los Incoterms, los regímenes de importación y la estructura arancelaria. Se concluyó que contar con un marco teórico sólido y actualizado es fundamental para comprender las dinámicas del comercio internacional, las responsabilidades de las partes involucradas y

las regulaciones vigentes. Asimismo, se evidenció la importancia de herramientas como la segmentación de mercado para identificar nichos desatendidos y oportunidades comerciales.

La revisión bibliográfica también permitió identificar las modalidades de importación más adecuadas para el caso de estudio, como la importación a consumo, y los términos Incoterms más favorables, como FOB y CIF. En resumen, el fundamento teórico desarrollado brindó un respaldo conceptual sólido para el diseño de las estrategias logísticas y permitió una toma de decisiones informada a lo largo del proyecto.

En cuanto al segundo objetivo específico, que buscaba diagnosticar la situación actual de la oferta de repuestos en el mercado automotriz de la ciudad de Cuenca, se realizó un análisis exhaustivo de la competencia y los proveedores locales. Se identificaron brechas significativas en la disponibilidad de repuestos originales para modelos populares como el Chevrolet Aveo y una falta de stock constante para atender la demanda de talleres mecánicos. Además, se encontraron segmentos desatendidos, como el de vehículos antiguos o flotas de taxis, que representaban oportunidades interesantes para la importación directa.

Se concluyó que la oferta actual de repuestos en la ciudad presentaba limitaciones importantes, especialmente en términos de variedad y disponibilidad de productos originales. Estas debilidades de la competencia local fueron consideradas como oportunidades estratégicas para que Automotriz Las Américas pudiera diferenciarse y capturar una mayor participación de mercado mediante una oferta de repuestos importados de alta calidad y a precios competitivos. El diagnóstico de la oferta sentó las bases para el diseño de estrategias comerciales focalizadas y el aprovechamiento de nichos de mercado específicos.

Respecto al tercer objetivo específico, orientado a diagnosticar la situación actual de la demanda de repuestos del sector automotriz de la ciudad de Cuenca, se aplicó una encuesta a una muestra representativa de clientes. Los resultados revelaron patrones de consumo y preferencias muy relevantes para la toma de decisiones estratégicas. Se identificó que modelos como Toyota Hilux, Chevrolet Aveo y Kia Sportage concentraban una parte significativa de la demanda, lo que permitió priorizar la búsqueda de proveedores y referencias para estos vehículos.

Asimismo, se evidenció una clara preferencia de los consumidores por repuestos originales y una mayor valoración de la calidad por encima del precio. Estos hallazgos fueron clave para la selección de proveedores internacionales certificados y el diseño de una estrategia de precios que equilibrara competitividad y rentabilidad. Además, la proyección de la demanda esperada para los repuestos a importar, basada en la participación actual de la empresa, el crecimiento del sector y los patrones de consumo identificados permitió evaluar la viabilidad comercial del proyecto y dimensionar adecuadamente los volúmenes de importación necesarios. En conclusión, el diagnóstico de la demanda brindó información valiosa sobre las necesidades y expectativas de los clientes, lo que permitió formular estrategias logísticas y comerciales adaptadas al mercado local.

Finalmente, en relación con el cuarto objetivo específico, que se enfocaba en formular estrategias logísticas para la importación de repuestos de alta calidad del sector automotriz enfocadas en reducir costos y tiempos de importación, se llevó a cabo un análisis comparativo de proveedores internacionales y se evaluó la factibilidad operativa del proyecto. Tras ponderar variables como experiencia, capacidad productiva, certificaciones de calidad y flexibilidad en términos de negociación, se seleccionó a Saeryun de Corea del Sur como el socio estratégico más adecuado para la importación

directa de repuestos. Luego, mediante un análisis detallado de costos y tiempos, se demostró el potencial de reducción de entre el 8% y el 15% en el mediano plazo, al comparar la estructura actual con distribuidores locales versus un escenario de importación bajo términos CIF.

Además, se diseñó una estrategia de precios competitiva pero rentable, basada en las consideraciones derivadas del análisis de demanda y costos. Por último, se propuso un plan de implementación por fases, que incluía etapas de preparación, homologación de proveedores, pruebas piloto y seguimiento continuo.

En resumen, las estrategias logísticas formuladas demostraron ser viables desde el punto de vista operativo y comercial, sentando las bases para que Automotriz Las Américas pueda embarcarse con confianza en un proceso de importación directa de repuestos que le permita mejorar su competitividad, reducir costos y tiempos, y ofrecer productos de alta calidad a sus clientes.

En conclusión, el presente trabajo de titulación cumplió con los objetivos propuestos, generando estrategias logísticas fundamentadas teóricamente y respaldadas por un diagnóstico integral de la oferta y demanda de repuestos automotrices en la ciudad de Cuenca. La propuesta de importación directa, basada en la selección estratégica de proveedores internacionales y la optimización de procesos logísticos, demostró ser viable y prometedora para mejorar la posición competitiva de Automotriz Las Américas en el mercado local.

Si bien el análisis financiero detallado no formó parte del alcance de este estudio, las conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación proporcionan una base sólida para que la empresa tome decisiones informadas y avance hacia la implementación exitosa del modelo de importación directa. Con el compromiso y liderazgo adecuados, Automotriz Las Américas está en una posición favorable para capitalizar las

oportunidades identificadas y convertirse en un referente en la comercialización de repuestos automotrices de calidad y a precios competitivos en el mercado cuencano.



## 6. RECOMENDACIONES

Basándose en los resultados y conclusiones del presente trabajo de titulación, se plantean las siguientes recomendaciones para la empresa Automotriz Las Américas:

1. Implementar el modelo de importación directa de repuestos automotrices propuesto, siguiendo el plan de acción por fases desarrollado. Se sugiere iniciar con una etapa de preparación y selección de proveedores, para luego realizar pruebas piloto controladas antes del lanzamiento definitivo. Es crucial monitorear de cerca los indicadores clave de desempeño durante todo el proceso, para identificar oportunidades de mejora y realizar ajustes oportunos.
2. Establecer una alianza estratégica a largo plazo con Saeryun de Corea del Sur, el proveedor seleccionado en el análisis comparativo. Se recomienda firmar acuerdos comerciales entre Automotriz las Américas y el proveedor que garanticen la calidad de los productos, la estabilidad de precios y el cumplimiento de los plazos de entrega. Además, se sugiere mantener una comunicación fluida y realizar visitas periódicas a las instalaciones del proveedor para fortalecer la relación y asegurar la continuidad del suministro.
3. Aprovechar las oportunidades identificadas en segmentos de mercado desatendidos, como el de vehículos antiguos y flotas de taxis. Se recomienda desarrollar estrategias comerciales específicas para estos nichos, ofreciendo repuestos originales o de alta calidad a precios competitivos. Además, se sugiere establecer alianzas con talleres mecánicos y asociaciones de propietarios de vehículos para promocionar la nueva oferta de repuestos importados y captar una mayor participación de mercado.

4. Implementar un sistema de gestión de inventarios eficiente, que permita mantener un equilibrio entre la disponibilidad de productos y la optimización de los costos de almacenamiento. Se recomienda utilizar herramientas tecnológicas de vanguardia, como software especializado en control de inventarios y análisis de datos, para monitorear la rotación de los repuestos, predecir la demanda y evitar situaciones de sobre stock o desabastecimiento.
5. Fortalecer el equipo logístico de la empresa, brindando capacitación continua en temas relacionados con comercio internacional, Incoterms, gestión aduanera y optimización de la cadena de suministro. Se sugiere establecer un programa de desarrollo profesional que permita a los colaboradores adquirir nuevas habilidades y conocimientos, con el fin de mejorar la eficiencia operativa y la toma de decisiones estratégicas en el área de importaciones.
6. Monitorear de cerca la evolución de los precios de los repuestos importados y la respuesta de los clientes ante la nueva oferta. Se recomienda realizar estudios de mercado periódicos para evaluar la satisfacción de los consumidores, identificar cambios en las preferencias y ajustar la estrategia de precios de manera oportuna. Además, se sugiere mantener una comunicación transparente con los clientes sobre la calidad y origen de los repuestos importados, para fortalecer la confianza y la lealtad hacia la marca.
7. Evaluar la posibilidad de expandir gradualmente el modelo de importación directa a otras líneas de productos o segmentos de vehículos, en función de los resultados obtenidos en la fase inicial. Se recomienda realizar estudios de factibilidad para identificar nuevas oportunidades de negocio y analizar la viabilidad de replicar las estrategias logísticas exitosas en otros ámbitos de la empresa.

8. Establecer indicadores clave de desempeño (KPI) para medir y controlar la efectividad de las estrategias logísticas implementadas. Se sugiere definir métricas relacionadas con la reducción de costos, la mejora en los tiempos de entrega, la rotación de inventarios y la satisfacción del cliente. Estos indicadores deben ser monitoreados periódicamente y utilizados como base para la toma de decisiones y la mejora continua de los procesos logísticos.

Se recomienda a la empresa Automotriz Las Américas implementar las estrategias logísticas propuestas en este trabajo de titulación, aprovechando las oportunidades identificadas en el mercado y fortaleciendo sus capacidades internas. La adopción de un modelo de importación directa de repuestos automotrices, basado en una selección estratégica de proveedores y una gestión eficiente de la cadena de suministro, le permitirá a la empresa mejorar su competitividad, reducir costos y tiempos, y ofrecer productos de alta calidad a sus clientes.

Para lograr estos objetivos, es fundamental contar con un equipo capacitado, un sistema de gestión de inventarios eficiente y un enfoque de mejora continua en todos los procesos logísticos. Siguiendo estas recomendaciones, Automotriz Las Américas estará en una posición sólida para enfrentar los desafíos del mercado y aprovechar las oportunidades de crecimiento en el sector de repuestos automotrices.

## REFERENCIAS

### ▪ Bibliografía

- Aduana del Ecuador. (2022). Obtenido de Aduana: [https://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs\\_ECUAPASS.pdf](https://www.aduana.gob.ec/archivos/Ecuapass/faqs_ECUAPASS.pdf)
- Aduana. (2022). Obtenido de Aduana Web site: <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>
- Aduana. (2022). Obtenido de Aduana: <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- AEADE. (2021). Anuario 2021. Asociación de empresas automotrices del Ecuador. Obtenido de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2022/03/Anuario-Aeade-2021.pdf>
- AEADE. (2022). Anuario 2021. Obtenido de <https://www.aeade.net/wp-content/uploads/2022/03/Anuario-Aeade-2021.pdf>
- Bagchi, D., Datta, S., y Das, S. (2021). *Becoming a Supply Chain Leader. Mastering and Executing the Fundamentals*. Taylor & Francis Group.
- Bernales, R. F. (2014). La Gestión de Relación con los Proveedores en la Cadena de Abastecimiento. *Sinergia e innovación*, 2(2), 118-122.
- BCE. (2022). Obtenido de Banco Central del Ecuador: <https://www.bce.fin.ec/index.php/comercio-exterior>
- Cabrera Cánovas, A. (2020). *Manual de uso de las reglas Incoterms 2020 (Vol. 1)*. (A. Gibernau, Ed.) Barcelona, España: Marge Books.
- Cano, P., Orue, F., Martínez, J., Mayett, Y., & López, G. (2015). Modelo de gestión logística para pequeñas y medianas empresas en México. *Contaduría y Administración*, 60(1), 181-203.
- Carl A, N. (2017). *Manual de importaciones y exportaciones (Vol. 4)*. México: Mc Graw Hill.
- Codina, L. (2020). Cómo hacer revisiones bibliográficas tradicionales o sistemáticas utilizando bases de datos académicasoma de conducto auditivo externo: estudio de una serie de casos. *Revista ORL*. doi:<https://dx.doi.org/10.14201/orl.22977>
- Fondevila, E. (2015). *La Logística en el Ecuador: Qué se aplica y qué falta por*. Guayaquil: Escuela Superior Politécnica del Litoral.

- Fontalvo, T., De la Hoz, E., & Mendoza, A. (2019). Los procesos logísticos y la administración de la cadena de suministro. *Saber, Ciencia y Libertad*, 14(2), 102-112.
- Garibaldi, D. (2018). Estrategias de optimización en la actuación logística de atención en emergencias y catástrofes. *Digital Publisher*, 4(1), 4-31.
- Gavelán, J. (2014). Costos de importación . *Quipukamayoc*, 117-124. doi:10.15381/quipu.v6i11.5943
- Gomez, F. (2018). Análisis de una cadena de suministro de autopartes. *INNOVA Research Journal*, 3(10.1), 123-134.
- Guerrera Muñoz, F. (2018). *Estrategias de Negociación*. México: Patria Educación.
- Guerrero, M. (2016). La Investigación Cualitativa. *INNOVA Research Journal*, 1(2), 1-9.  
doi:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5920538#:~:text=La%20investigaci%C3%B3n%20cualitativa%20es%20uno,necesaria%20para%20su%20buena%20implementaci%C3%B3n>.
- Guevara, G., Verdesoto, A., & Castro, N. (2020). Metodologías de investigación educativa (descriptivas, experimentales, participativas, y de investigación-acción). *Revista científica mundo de la investigación y el conocimiento*, 4(3), 163-173. doi:<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7591592>
- Jiménez, J. (2021). Análisis a las Innovaciones de los Incoterms 2020 y la Situación Actual del Comercio Exterior del Ecuador. *Revista Ciencias Sociales y Económicas - UTEQ*, 5(1), 53-71. <https://revistas.uteq.edu.ec/index.php/csye/article/download/423/482/843>
- Jiménez, W., & Quintana, O. (2021). El uso de técnicas cuantitativas en la investigación. *Inciso*, 23(1), 1-16. doi:<http://dx.doi.org/10.18634/incj.23v.1i.1108>
- Kim, J.-H. (2022). The Comparative Study of Incoterms 2020 and 2010 in International Physical Distribution. *Journal of Distribution Science*, 20(4), 101-110. <http://dx.doi.org/10.15722/jds.20.04.202204.101>
- Lima, O., Breval, S., Rodríguez, C., & Follmann, N. (2017). Una nueva definición de la logística interna y forma de evaluar la misma. *Ingeniare. Revista chilena de ingeniería*, 25(2). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-33052017000200264>
- López, E., López, G., & Agudelo, S. (2019). Relación entre estrategias competitivas y tipos de aprendizaje organizativo en empresas colombianas. *Información tecnológica*, 30(5). doi:<http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642019000500191>

- Martínez, L., & Kadi, O. (2019). Logística Integral y Calidad Total, Filosofía de Gestión Organizacional orientadas al cliente. KOINONIA. Revista Arbitrada Interdisciplinaria de Ciencias de la Educación, Turismo, Ciencias Sociales y Económica, 4(7), 202-234.
- Norman, E., & Mora, A. (2017). Los modelos logísticos como herramientas para la construcción de la eficiencia empresarial. Punto de vista, 8(12), 45-54.
- Ortega, A. (2020). El valor jurídico del incoterms “EXW”, a propósito del auto de la Audiencia Provincial de Oviedo, de 27 de junio de 2019. Cuadernos de Derecho Transnacional, 12(1), 645-656. <https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5211>
- Panchana, A. (2018). Impacto Económico en las Importaciones de Vehículos en Ecuador. Quito: Universidad Central del Ecuador.
- Restrepo, L., Estrada, S., & Ballesteros, P. (2015). Planeación estratégica logística para un holding empresarial. Scientia et Technica, 16(44), 90-95.
- Rodríguez, A., & Pérez, A. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento. Revista EAN, 179-200. [doi:https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647](https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647)
- SENAE. (2022a). Para Importar. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. <https://www.aduana.gob.ec/para-importar/>
- SENAE. (2022b). Regímenes Aduaneros. Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>
- SENAE. (2022). Servicio nacional de aduana del Ecuador. Obtenido de <https://www.aduana.gob.ec/historia/>
- Soler, D. (2021). Guía práctica de las reglas Incoterms 2020 (Vol. 1). Barcelona: Marge Books.
- Vivanco, M. (2018). Muestreo Estadístico Diseño y Aplicaciones (Vol. 1). Santiago de Chile, Chile: Editorial Universitaria.