CAPITULO 3

INVESTIGACION DE DE MERCADO

ANTECEDENTES

Se define a la investigación de mercados como "*la identificación, acopio, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información con el fin de mejorar la toma de decisiones relacionada con la identificación y la solución de los problemas y las oportunidades de marketing*"[1].

Con la investigación de mercado se pretende entregar información fidedigna que exprese el verdadero estado de las cosas mediante la recopilación y el análisis de los datos obtenidos del sector al cual nos estamos enfocando.

Una lista básica de las preguntas que serán respondidas a través de la investigación de mercados son:

- ¿Qué está ocurriendo en el mercado?
- ¿Cuáles son las tendencias?
- ¿Quiénes son los competidores?
- ¿Cómo está posicionado el servicio en la mente de las PYMES?
- ¿Qué necesidades son importantes para las PYMES?
- ¿Las necesidades están siendo cubiertas por las actuales compañías de asesoría en comercio exterior?

Por lo tanto, la investigación de mercados nos ayudara a crear un plan estratégico, para preparar la implementación de un servicio de Asesoría y Logística en Comercio exterior para PYMES para las mercaderías Vía Guayaquil.

---

1 Fuente: Investigación de Mercados (Malhotra). Prentice Hall

3.1 PROPÓSITOS Y OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

En base a la investigación de mercado se determinara si es viable la creación de una empresa asesora en comercio exterior y logística para PYMES vía Guayaquil puesta a disposición de nuestro segmento de mercado el cual comprenden 5.670 PYMES, como lo podemos observar en el punto 1.2.5 tamaño de mercado local.

Mediante "ADA COMEX Cía. Ltda.", se proporcionara soluciones integrales mediante alternativas electrónicas como:

- Consulta vía pagina Web
- Asesoría online.
- Asistencia y capacitación vía pagina Web.
- Asesores de cuenta personalizados que guiara a nuestros clientes desde el inicio del tramite hasta su culminación.
- Utilización de una estructura horizontal en nuestro departamento de operaciones, lo cual garantizara una fluidez de la información referente al status de los tramite.

Todos estos aspectos en materia de comercio exterior para el sector PYMES del Ecuador están enfocados en calidad y costo, lo que generará un alto rendimiento a nuestro mercado potencial.

3.1.1 Objetivos específicos de la investigación de mercado

Teniendo en consideración el objetivo general de la investigación podemos determinar objetivos específicos que nos ayudarán a enfocarnos en los puntos en los cuales las PYMES requieren de manera intensiva nuestro servicio.

- Determinar si nuestro esquema horizontal para el servicio en comercio exterior será aceptado de manera positiva por las PYMES dedicadas a importaciones, exportaciones y regimenes especiales.

- Determinar y ubicar estándares en procedimientos aduaneros para los servicios que utilizan las PYMES.

- Determinar si las PYMES están dispuestas a la utilización de un medio alternativo como lo es el Internet para sus necesidades de información y solución de problemas.

- Determinar cuales son los atributos principales que las PYMES valoran en una empresa asesora en comercio exterior.

- Determinar la intención de compra por parte de las PYMES a nuestra forma de servicio tal y como se esta ofreciendo.

- Cantidad de dinero que las PYMES están dispuestas a pagar por los servicios ofrecidos por ADA COMEX.

3.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Definir el problema es una parte crucial, ya que, marcará el curso que tome la investigación, definirá los pasos a seguir en la investigación de mercado, determinara los objetivos a trazarse y las posibles soluciones que la compañía ADA COMEX pueda brindar a los problemas de las PYMES.

3.2.1 Principal Problema que afecta a las PYMES

En el sector del COMEX ecuatoriano, representados por compañías importadoras y exportadoras grandes, pequeñas y medianas (PYMES), observamos que al no contar con su propio departamento de comercio exterior o al no tener personal especializado carecen de información sobre procesos aduaneros, leyes, reglamentos y demás disposiciones gubernamentales.

Para las PYMES resulta muy costoso tener un departamento dedicado al COMEX motivo por el cual éstas contratan servicios de Asesoramiento y Gestión para realizar los trámites de aduana, dado que esto les representa mayor rentabilidad que contar con un departamento solo para este fin.

3.2.2 Problemas Específicos de las PYMES dedicadas al comercio exterior

Podemos especificar que para las PYMES, no contar con su propio departamento de Comercio exterior se debe a criterios que los afectan en mayor o en menor medida que a las grandes empresas tales como:

- Inestabilidad en las Leyes Aduaneras, lo cual crea desconocimiento entre los Operadores de COMEX (OCE) que provoca retrasos, errores y posibles multas que suelen ser costosas para los OCE's todo debido al desconocimiento de los cambios por parte de las autoridades de turno.

- Costos de Capacitación relevantes, debido a los constantes cambios y/o variaciones del COMEX, por lo cual les es preferible subcontratar estos servicios de Asesoría y Logística.

- Importaciones y exportaciones por temporadas para ciertos OCE's, los exportadores de productos perecibles como frutas, flores y demás productos No Tradicionales, usan los servicios profesionales de asesoramiento en COMEX sólo por temporadas.

- Arancel de Aduanas (actualizado a Octubre del 2007 fecha de ultimo cambio), Leyes internacionales y demás publicaciones, que son una base para el desarrollo de las actividades de las empresas asesoras en comercio exterior, estas publicaciones no solo se realizan por medio de un pago sino que se renuevan periódicamente a base suscripciones lo cual es un gasto para una PYME, pero una inversión para la compañía asesora.

- Sistemas y Software aduanero costosos para PYMES, los que representan un egreso considerable en sus sistemas propios y especializados solo para envíos electrónicos de información a la CAE, ya que, las características y el formato de los mismos depende de cada uno de los proveedores del mercado.

- El servicio de ficheros electrónicos con proveedores locales, para la empresa asesora en COMEX es una herramienta de trabajo necesaria, lo que generaría un ahorro a nuestros posibles clientes.

3.3 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Es un marco general para realizar el proyecto de investigación de mercados, se detallan los procedimientos para la obtención de la información necesaria para poderle dar una solución a los problemas que se mencionan en la investigación de mercado.

El diseño de una investigación de mercado coloca las bases para llevar a cabo la investigación de mercados, un buen diseño garantiza que la obtención de los datos se realice de manera correcta y eficiente.

El motivo principal que nos mueve a diseñar y realizar una investigación de mercado es poder determinar si tendremos una aceptación favorable de ADA COMEX como empresa asesora y logística en comercio exterior para PYMES cuya mercadería entre o salga por la ciudad de Guayaquil ya sea marítima o aérea.

Los datos que esperamos encontrar con esta investigación son:

- Forma o estructura general de la compañía
- Capacidad de gestionar tramites de comercio exterior con personal propio
- Frecuencia con la que realizan tramites de comercio exterior en los distintos regimenes aduaneros que manejan
- Clases de servicios que subcontratan a terceros
- Percepción de la calidad del servicio que reciben por las empresas asesoras de comercio exterior actualmente
- Grado de lealtad a su actual empresa asesora de comercio exterior
- Grado de aceptación a ideas nuevas en cuanto a servicios aduaneros
- Cantidad destinada a pagar por nuevas soluciones o nuevos servicios en el campo de asesoría y gestión en comercio exterior

Una vez recolectada esta información, procesada y presentada se podrán tomar las respectivas acciones a seguir a fin de poner en marcha el proyecto propuesto y cubrir las expectativas que tengan las PYMES que forman parte de nuestro segmento de mercado.

3.4 TIPO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADO APLICADO

En esta sección se determina el tipo de investigación más apropiado para nuestro propósito, de esto dependerá la forma como recolectaremos la información y que tipo de datos necesitaremos.

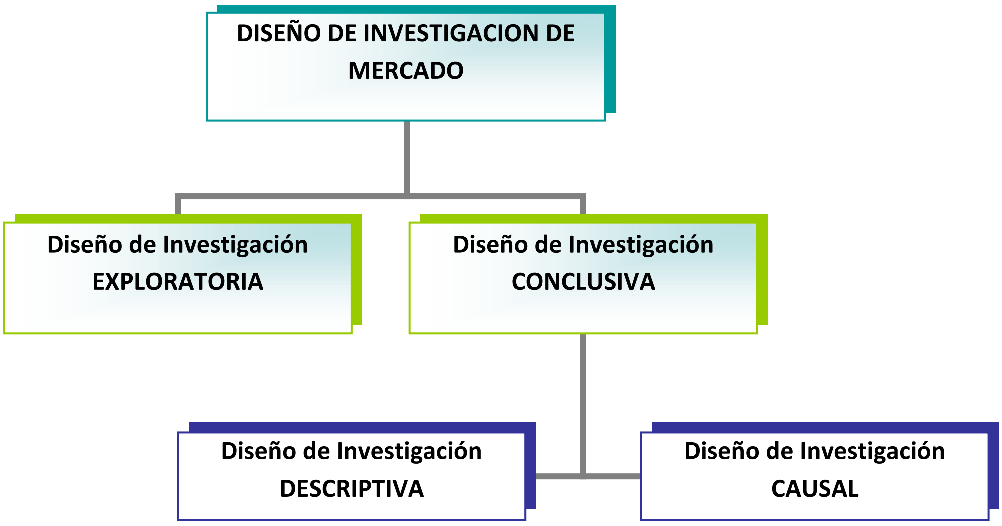


Grafico 3.1 Fuente: Investigación de Mercados – Malhotra
Elaborado Por: Los Autores

Los tipos de investigación pueden ser de tipo exploratorios o conclusivos como lo demuestra el grafico 1 siendo el método de investigación descriptiva la que nos servirá a tomar decisiones determinantes y evaluativas a fin de seleccionar el mejor camino a seguir en una investigación.

3.4.1 Investigación Descriptiva

Con la investigación descriptiva conoceremos las necesidades, los servicios insatisfechos, los vacíos que existen en las PYMES causados por sus actuales asesores de comercio exterior, además de tener la base para plantear soluciones y nuevas estrategias.

El tipo de investigación descriptiva es la más apropiada para la formulación de preguntas a las PYMES mediante las encuestas, las cuales nos arrojarán resultados que permitan determinar si es viable o no el proyecto.

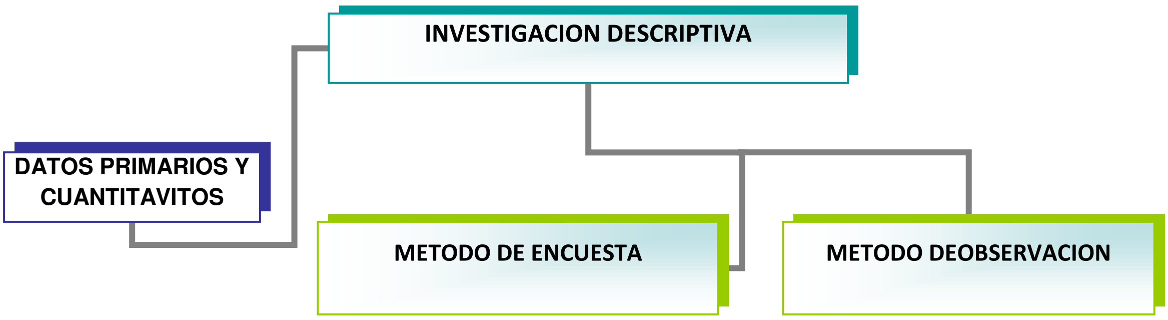


Grafico 3.2 Investigación Descriptiva - Tipos
Elaborado por: Los Autores

Una de las herramientas más importantes dentro de la investigación descriptiva son las encuestas, las que determinan las respuestas a las interrogantes: ¿Para que áreas?, ¿Cómo se puede proporcionar?, y ¿Por qué las PYMES requieren un servicio de asesoría y logística en comercio exterior en la forma y estructura que ADA COMEX lo brinda?

A través de las encuestas obtenemos información sobre:

- Cantidad de trámites de aduana que realizan las PYMES mensualmente.

- Nivel de aceptación de nuestro servicio.

- Nivel de aceptación de sus actuales compañías asesoras en comercio exterior

- Propensión al uso de nuevos servicios por parte de las PYMES

- Precio que estarían dispuestos a pagar por nuestro servicio.

Estos datos nos son de mucha utilidad, pues, son relevantes al momento de evaluar nuestras posibilidades de ingresar en el mercado de servicios en comercio exterior al cual hemos dirigido nuestro esfuerzo.

3.4.1.1 Método de Encuesta

Existen diferentes métodos para las encuestas entre las que podemos nombrar: telefónicas, personales, por correo y electrónicas.

Los tipos de encuesta que aplicamos como podemos observar en el grafico 3.4.1.1 son: encuestas telefónicas, encuestas electrónicas y encuestas personales, métodos que consideramos apropiados para recolectar información de nuestro segmento de mercado objetivo.

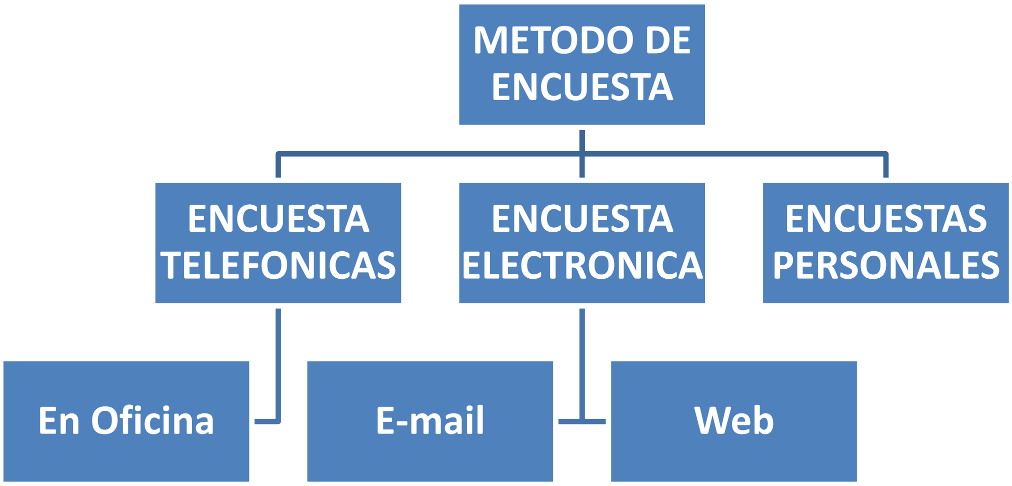


Grafico 3.3 Encuestas Utilizadas en Proyecto
Elaborado por: Los Autores

Se decidió estos tres tipos debido a que, de nuestro segmento las PYMES cuyas cargas lleguen o salgan por Guayaquil, sus oficinas pueden estar ubicadas en cualquier lugar del país, no sólo en Guayaquil, por esto se prefirió hacer uso de los recursos a nuestra disposición y así poder recoger la información necesaria.

3.5 FUENTES DE INFORMACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Las principales fuentes de información para nuestro trabajo de investigación las podemos son:

Datos Secundarios.- Los recopilados de cualquier fuente diferente a la que nos sirve para resolver nuestro problema principal, son de bajo costo y útiles ya que su obtención es relativamente rápida, entre ellas fuentes particulares o del estado, tales como:

1. Cámara de la Pequeña Industria del Guayas CAPIG
2. Corporación Aduanera Ecuatoriana
3. Datos Comerciales Generales

4. Cámara de Comercio de Guayaquil
5. Universidades
6. Publicaciones escritas de la CORPEI
7. En medios electrónicos paginas Web

Datos Primarios.- Son todos los datos que generamos en nuestra investigación de mercado encaminado a resolver los problemas que presentan las PYMES dedicadas al comercio exterior.

Determinamos los datos primarios una vez que se han analizado todos los datos secundarios posibles.
Tomamos datos primarios de nuestro segmento objetivo siendo este: las PYMES que se dedican al comercio exterior vía Guayaquil.

3.6 MÉTODO DE MUESTREO APLICADO

Podemos observar en el grafico 3.4 la clasificación de las Técnicas de Muestreo disponibles para su aplicación.

Muestreo No Probabilístico.- Por el tipo de encuestados en este caso PYMES dispersas en todo el país, seleccionamos la técnica No Probabilística de Conveniencia por Juicio.

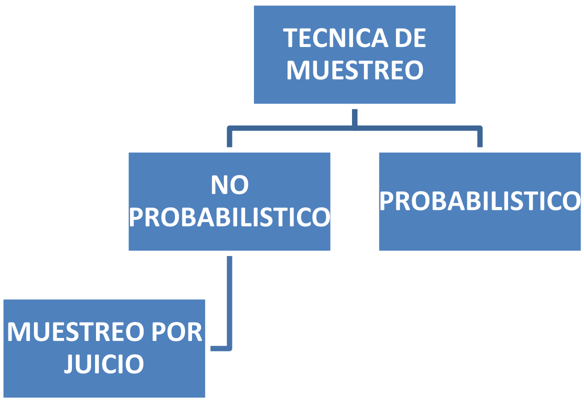


Grafico 3.4 Técnica de Muestreo Utilizada
Elaborado por: Los Autores

En este tipo de muestreo los elementos son seleccionados a propósito en base al juicio del investigador, aplicando experiencias se elige los elementos que se incluirán en la muestra.

Este muestreo beneficia para una mejor aproximación a la realidad que se quiere determinar confiados en el criterio que se utilizó para elegir cuidadosamente a cada elemento de la muestra.

La muestra elegida será un referente y de las respuestas obtenidas se determinará las estrategias y pasos a seguir con el objeto de poder implementar el proyecto.

3.7 TAMAÑO Y SELECCIÓN DE LA MUESTRA

Para el caso de las PYMES que realizan sus trámites aduaneros por el puerto de Guayaquil, nuestro segmento de mercado, se seleccionó la muestra mediante la técnica de muestreo No Probabilístico por Juicio, que como se mencionó anteriormente depende del criterio del investigador.
Como el objetivo es obtener información acerca de los porcentajes poblacionales, hemos utilizado la formula de población finita:

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

Donde:

n = numero de la muestra

N = Total de la población objeto de estudio

p = probabilidad de éxito

q = (1 – p) probabilidad de fracasos

e^2 = porcentaje máximo aceptable de error entre la población y la muestra

Z = Desviación estándar normal

La formula utilizada se compone de una distribución normal, un nivel de confianza del 95% y probabilidades de éxito y fracaso en el orden del 5%, para esta cantidad nos basamos en que es el valor más alto de muestra que se puede tener si ningún otro componente cambia.

Para el cálculo los valores fueron:

e = 5 %

z = 1.96

p = 0.50

q = 0.50

N = 5670 PYMES que se dedican al comercio exterior vía Guayaquil

$$n = \frac{5670 * (0.50) * (0.50)}{(5670\text{-}1) * \dfrac{(0.05)^2}{(1.96)^2} + (0.50) * (0.50)}$$

n = 359.84 » 360

Iniciamos diciendo que nuestro target es: “Pequeñas y Medianas Empresas que requieren asesoría y logística en Comercio Exterior vía Guayaquil”, por lo tanto se obtiene que el **n** estadístico para nuestra investigación de mercado es de 359.84 » 360 integrantes de la muestra.

A fin de eliminar el sesgo en las encuestas, siendo trescientas sesenta PYMES las que se dedican al comercio exterior vía ciudad de guayaquil, se repartió las encuestas de acuerdo a la representación que posee cada provincia en cuanto a la cantidad de PYMES en el Ecuador.

La mayor concentración de PYMES se encuentra en cinco provincias: Guayas 42.5%, Pichincha 17.60%, El Oro 5.50%, Azuay 2.70% y el resto del país con el 21.90%, con esto nos obtenemos la siguiente distribución para la asignación del número de encuestas:

Provincia	Porcentaje de Representatividad	Cantidad de Encestas asignadas
Guayas	42.50%	153
Pichincha	17.60%	63
Manabí	9.80%	35
El Oro	5.50%	20
Azuay	2.70%	10
Otras Provincias	21.90%	79
TOTAL	**100%**	**360**

Tabla 3.1 Porcentaje Microempresas por Provincia – Ecuador Revista Vanguardia
Elaborado por: Los Autores

Mediante esta asignación, se busca tener una mejor perspectiva de lo que la mayoría de las PYMES dedicadas al comercio exterior consideran importante o determinante al momento de tomar una decisión sobre materia aduanera.

3.8 REDACCIÓN Y DISEÑO DE LA ENCUESTA PARA LAS PYMES

Para realizar el monitoreo de la situación entre las PYMES y sus actuales proveedores de servicios en comercio exterior se aplicó el método de encuesta, a través de un cuestionario estructurado de 16 preguntas, enfocadas hacia los objetivos primarios y teniendo como base la necesidad de información por parte de ADA COMEX.

Teniendo ya el tamaño de la muestra de 360 PYMES procedemos a elaborar el respectivo cuestionario con el cual se ha buscado comprometer al encuestado y así estimular su interés para proporcionar respuestas exactas y reales, gracias a un conjunto de preguntas específicas fáciles de responder sin ninguna dificultad.
El cuestionario elaborado se hizo en base a estos criterios:

- Especificar la información que requiere ADA COMEX.

- Preguntas directas enfocadas al motivo de la investigación.

- Se establece un orden de entrada amigable con el objeto de mantener una relación cordial.

- Consultas realizadas en un orden especifico y en ciertos casos relacionando preguntas con el fin de crear retentiva en el encuestado y precisión en sus respuestas.

MODELO DE ENCUESTA PARA PYMES QUE CONTRATAN LOS SERVICIOS DE ALGUNA EMPRESA ASESORA EN COMERCIO EXTERIOR

1.- ¿Qué tipo de estructura que posee su empresa?

FAMILIAR ☐
SOCIEDAD ☐
PERSONAL ☐

2.- ¿Para el desarrollo de sus actividades como PYME dedicada al comercio exterior que tipo (s) de asesoría y gestión su empresa contrata con mayor frecuencia? (Marque hasta 2 opciones)

CONTABLE ☐
LEGAL ☐
COMERCIO EXTERIOR ☐
LEGAL ☐
FINANCIERO ☐
MARKETING ☐
OTROS ☐

3.- ¿Su empresa cuenta con un Departamento o personal dedicado al comercio exterior?

SI ☐
NO ☐

4.- ¿Actualmente cuenta usted con los servicios de alguna empresa asesora en comercio exterior que lo asista de manera frecuente?

SI ☐

NO ☐

5.- Su compañía ¿A qué tramites se dedica? (Puede elegir mas de 1 opción)

IMPORTACION A CONSUMO (R 10) ☐

EXPORTACION A CONSUMO (R 40) ☐

REGIMENES ESPECIALES (R ESP) ☐

6.- En un estimado mensual ¿Cuántos trámites de aduana realiza su empresa de acuerdo a la clasificación de la pregunta 5?

DE 0 - 5 ☐

DE 6 - 10 ☐

DE 11 EN ADELANTE ☐

7.- Si tuviera que calificar el servicio de su actual empresa asesora en comercio exterior usted podría decir que su servicio es:
(Contestar solo si su respuesta fue afirmativa en la pregunta 4)

MUY BUENO	☐
BUENO	☐
REGULAR	☐
MALO	☐
MUY MALO	☐

8.- ¿En qué sectores considera usted que las actuales compañías asesoras de comercio exterior se enfocan mayormente?

SECTOR PUBLICO	☐
SECTOR PRIVADO GRANDES EMPRESAS	☐
SECTOR PRIVADO PYMES	☐
OTROS	☐

9.- ¿Qué grado de importancia le da usted a las siguientes características de una empresa asesora en comercio exterior? (Califique del 1 al 5, siendo 5 el de mayor importancia)

	1	**2**	**3**	**4**	**5**
RAPIDEZ EN GESTION	☐	☐	☐	☐	☐
PRESTIGIO	☐	☐	☐	☐	☐
PRECIO	☐	☐	☐	☐	☐
SERVICIOS PERSONALIZADOS	☐	☐	☐	☐	☐
INFRAESTRUCTURA FISICA	☐	☐	☐	☐	☐
RECOMENDACIÓN DE OTRAS PYMES	☐	☐	☐	☐	☐
SOLUCIONES TECNOLOGICAS	☐	☐	☐	☐	☐

10.- ¿Considera usted que una compañía especializada en PYMES podría proveerle una mejor asistencia en comercio exterior?

SI ☐

NO ☐

11.- ¿Considera usted que una empresa asesora en comercio exterior que le brinde asistencia e información las 24 horas a través de una pagina Web, sea una buena opción para su compañía?

SI ☐

NO ☐

12.- ¿Considera usted que una empresa asesora en comercio exterior que le permita gestionar todo el proceso de su pedido con una sola persona denominada "ejecutivo de proceso", sea una buena opción para sus necesidades?

SI ☐

NO ☐

13.- ¿Considera usted una buena opción para su compañía que una empresa asesora en comercio exterior que le brinde capacitación aduanera online?

SI ☐

NO ☐

14.- ¿Considera usted que una empresa asesora en comercio exterior que le permita seguir el proceso de su mercadería con un código de acceso vía pagina Web sea útil para sus necesidades de información?

SI	
NO	

15.- Si una empresa asesora en comercio exterior le brinda los servicios antes mencionados ¿Usted estaría dispuesto a contar con sus servicios?

DEFINITIVAMENTE SI	
PROBABLEMENTE SI	
PROBABLEMENTE NO	
DEFINITIVAMENTE NO	
NO RESPONDE	

16.- ¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar para poder recibir todos los beneficios de una empresa asesora en comercio exterior con las características antes descritas?

DE \$ 0 - \$ 80	
DE \$ 80 HASTA \$ 130	
DE \$ 130 HASTA \$ 180	
DE \$ 180 EN ADELANTE	

Con los datos obtenidos del cuestionado determinamos las necesidades de las PYMES, su grado de disposición al cambio en la forma de trabajar sus pedidos de aduana y que tan a gusto se sienten con su actual empresa asesora en comercio exterior.

3.8.1 Análisis de los Resultados de las Encuesta a PYMES

Luego de haber planteado la encuesta a las PYMES que se dedican al comercio exterior, se procedió a la tabulación y graficación de los datos obtenidos como se presenta a continuación.

¿Qué tipo de estructura que posee su empresa?

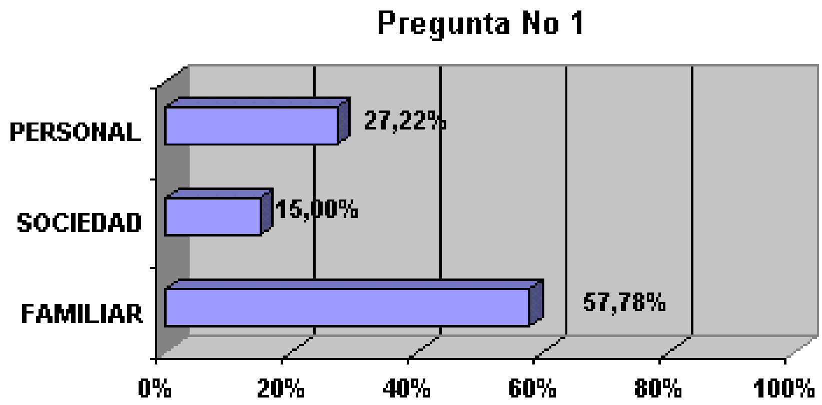


Gráfico 3.5 Estructura de las PYMES
Elaborado por: Los Autores

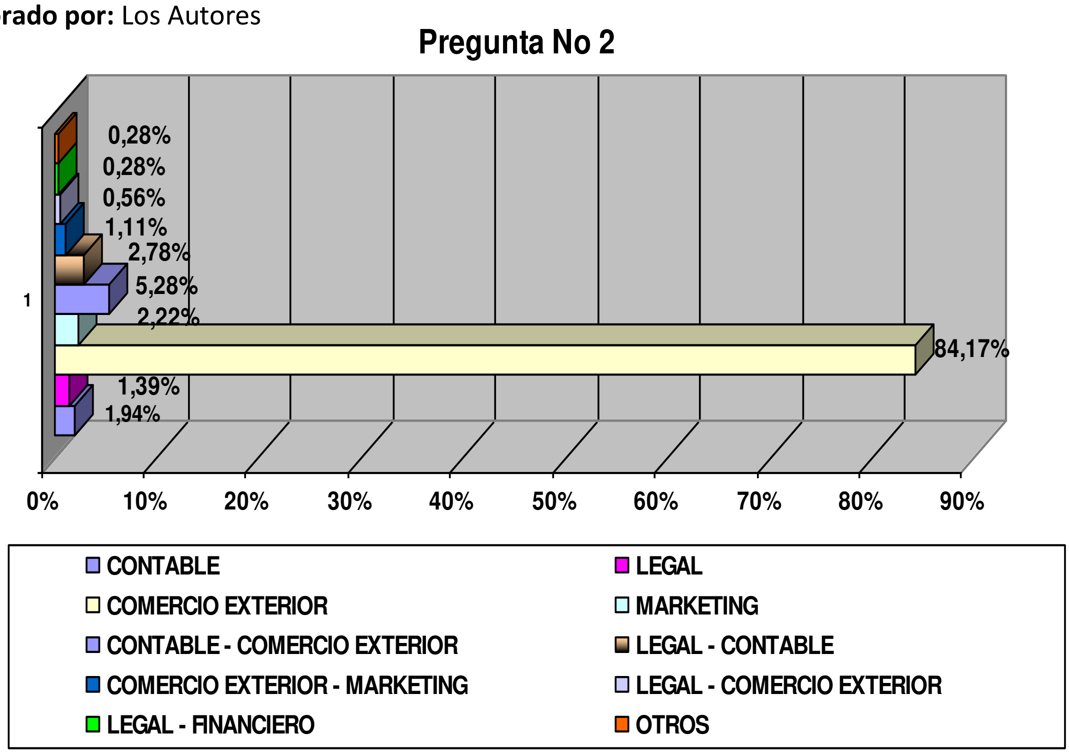
La mayor parte de las PYMES un 57.78 % tiene una estructura familiar, donde uno o más familiares dirigen y/o son dueños de la empresa, en la que el aporte es a titulo personal o por aportes entre los miembros de la empresa.

Un 27.22 % son personales y solo un 15 % son sociedades, es decir, personas jurídicas establecidas, en ambos casos los principales miembros de las compañías siguen estando relacionados entre si o mantienen un lazo de afinidad.

Este resultado ratifica los reportes de la CAPIG, que indican que en el Ecuador la mayor parte de las PYMES son dirigidas por miembros de una misma familia y que su ciclo es de sucesión familiar con una vida limitada a los miembros de la familia dueños de las empresas.

¿Para el desarrollo de sus actividades como PYME dedicada al comercio exterior que tipo (s) de asesoría y gestión su empresa contrata con mayor frecuencia?

Gráfico 3.6 Asesoría contratada por PYMES
Elaborado por: Los Autores



Las PYMES en Ecuador al no tener recursos suficientes recurren a la subcontratación de varios servicios, nuestra investigación determina que el campo al cual estamos apuntando, Comercio Exterior, tiene un alto grado de subcontratación con un 84.17 %.

No solo subcontratan comercio exterior como única actividad, también lo hacen en conjunto con alguna otra, es el caso que un 5.28 % lo hace en contable – comercio exterior, un 1.11 % en comercio exterior – marketing y legal – comercio exterior en un 0.56 %.

Otras áreas susceptibles de subcontratación exclusiva son: contable en un 1.94 %, legal en un 1.39 %, marketing en 2.22 %, legal – financiero en un 0.28%, legal - contable en un 2.78 % y otros en un 0.28%.

¿Su empresa cuenta con un Departamento o personal dedicado al comercio exterior?

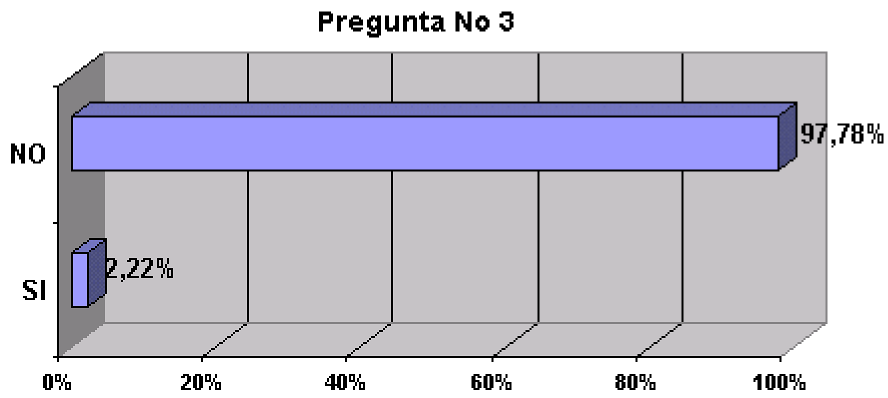


Gráfico 3.7 Departamento de COMEX en PYMES
Elaborado por: Los Autores

Un 97.78% de las PYMES dedicadas al Comercio Exterior, a pesar de que trabajan con leyes y reglamentos aduaneros en su mayor parte no cuentan con un Departamento y/o personal dedicado exclusivamente al área de comercio exterior, lo que corrobora la pregunta 2 de que este servicio es subcontratado, una razón para no tenerlos es que no les resulta rentable tener personal específico para un no muy elevado volumen de trámites aduaneros y les representa una inversión muy alta en capital humano.

Solo el 2.22 % de los encuestados cuenta con su propio departamento y/o personal dedicado al área de comercio exterior.

¿Actualmente usted cuenta con los servicios de alguna empresa asesora en comercio exterior que lo asista de manera frecuente?

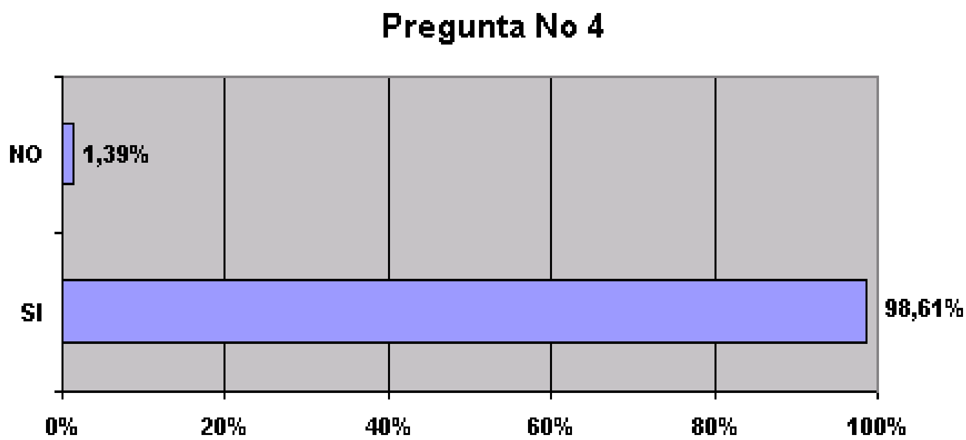


Gráfico 3.8 Asistencia de empresas Asesora
Elaborado por: Los Autores

Debido a que la Ley Orgánica de Aduanas LOA, exige la firma de responsabilidad de un Agente de Aduana, casi la totalidad de las PYMES dedicadas al Comercio exterior encuestadas, cuentan con los servicios de alguna empresa asesora en Comercio Exterior habitual en un porcentaje del 98.61 %. Las PYMES requieren contratar los servicios profesionales de algún asesor en materia de comercio exterior que guíe y realice todo el seguimiento documentario, sistemático y de envío electrónico a fin de proceder con el envío al exterior o el retiro de la mercadería de las bodegas de aduanas del Ecuador.

Solo un 1.39 % no sienten la necesidad de contratar los servicios profesionales de una compañía asesora en comercio exterior.

Estos resultados determinan que las PYMES hacen uso regular de los servicios que prestan las asesoras en comercio exterior, lo que nos da una certeza en cuanto a que nuestro servicio si es requerido por el segmento de mercado al cual apuntamos.

Su compañía ¿A qué tramites se dedica?

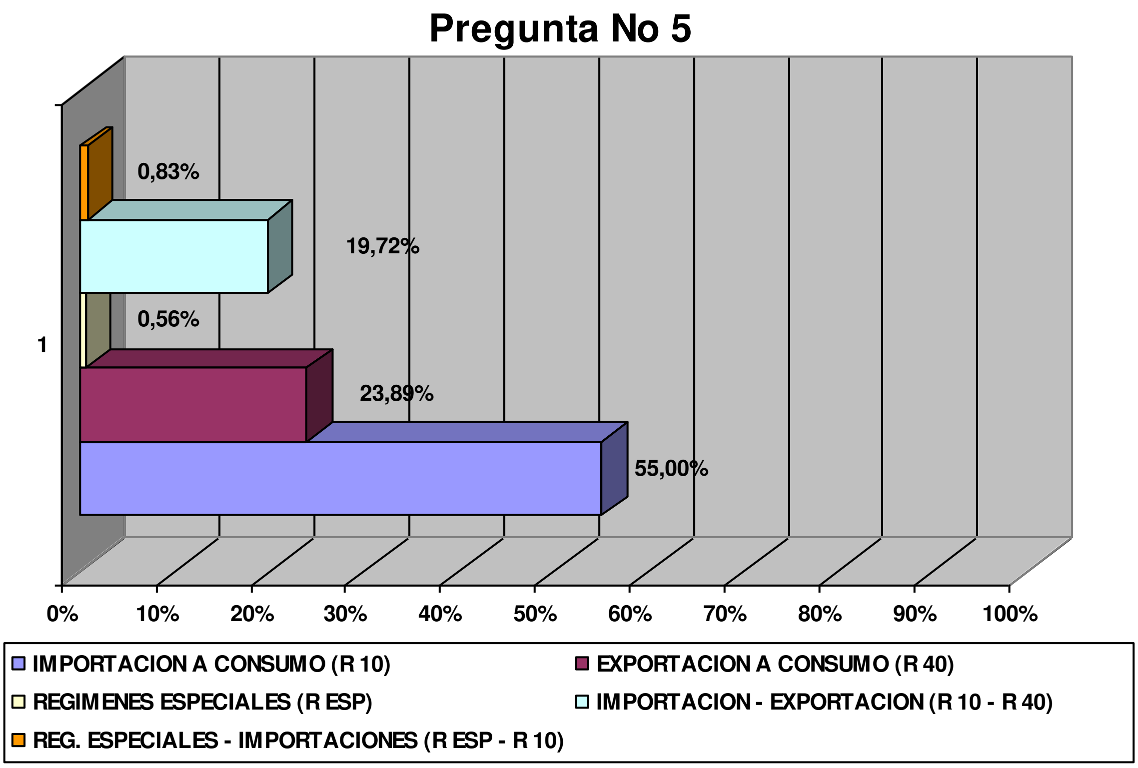


Gráfico 3.9 Tramites efectuadas por PYMES
Elaborado por: Los Autores

Las PYMES se enfocan en trámites comunes como Importación a Consumo Régimen 10 con un 55% y Exportación a Consumo Régimen 40 con un 23.89%. Un pequeño porcentaje se dedican a los Regímenes especiales con un 0.56% y el 19.72% se dedican a servicios dobles es decir importar y exportar los cuales son de entrada de carga y salida de la misma, previo proceso de transformación que constituye un doble tramite para las PYMES que se dedican a esta actividad.

Los regimenes especiales no son muy frecuentes, debido a que éstos se enfocan más a empresas que van a dar un mayor proceso de transformación a la materia prima o cuyo volumen de procesamiento sea muy alto.

En un estimado mensual ¿Cuántos trámites de aduana realiza su empresa?

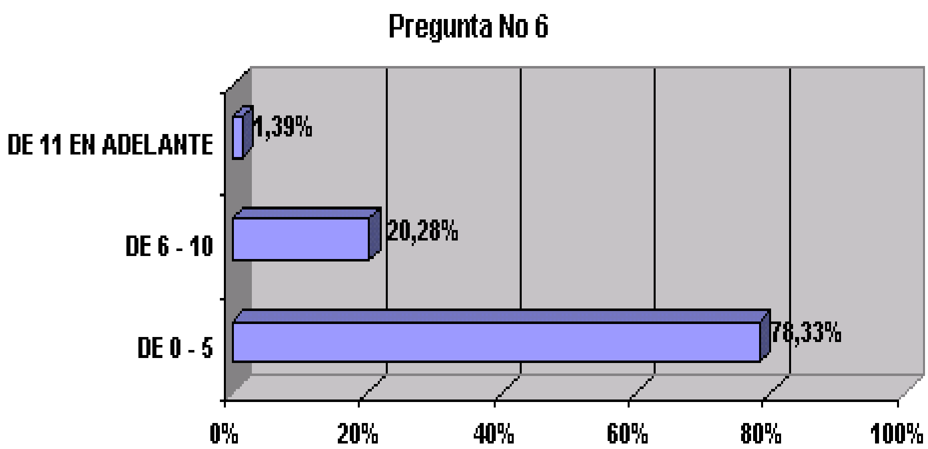


Gráfico 3.10 Tramites efectuadas por PYMES
Elaborado por: Los Autores

Un 78.33 % de las PYMES realizan por lo menos un trámite aduanero al mes lo cual garantiza la fluidez de las asesorías en comercio exterior.

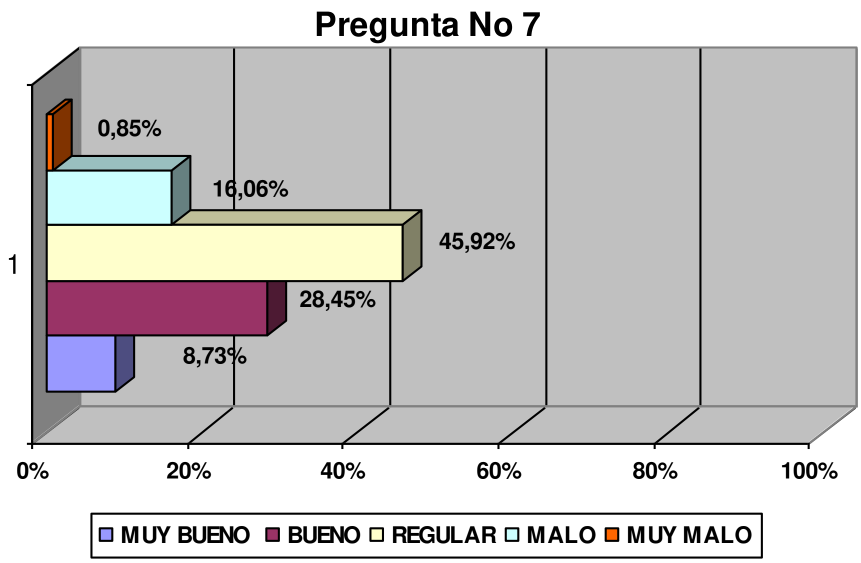
El 20.28 % de las PYMES tiene un volumen de tramites de 6 a 10 pedidos al mes y en pequeño numero de PYMES 1.39 % tienen un volumen de mas de 11 tramites.

Considerando la cantidad de PYMES que se dedican al Comercio exterior, 5.670, y al resultado obtenido que determina un 78.33 % en el rango de 0 hasta 5, determinamos que se realizarán al menos 5.670 trámites aduaneros mensualmente.

Estas cantidades representan información muy valiosa para nuestro proyecto ya que determina la cantidad de trámites aduaneros que nuestro segmento de mercado pone a disposición de las compañías asesoras en comercio exterior, esto incluye a ADA COMEX.

Si tuviera que calificar el servicio de su actual empresa asesora en comercio exterior usted podría decir que su servicio es:

Gráfico 3.11 Calificación del servicio
Elaborado por: Los Autores



El mayor porcentaje se encuentra entre muy malo con 0.85%, malo con 16.06% y regular con 45.92%, que dan un total de 62.82%, esto nos dice que las PYMES sienten la necesidad de contar con una empresa asesora que supla las deficiencias que tiene su actual empresa asesora en comercio exterior.

El 37.18% considera que su actual empresa les brinda un servicio entre bueno y muy bueno, en cuanto a servicios de trámites aduaneros en las diferentes modalidades que utilizan las PYMES.

Conocer este parámetro nos da una idea clara de que existe una necesidad que satisfacer en servicio para PYMES dedicadas al comercio exterior, esto indica una oportunidad para poder ingresar en el mercado.

¿En que sectores considera usted que las actuales compañías asesoras de comercio exterior se enfocan mayormente?

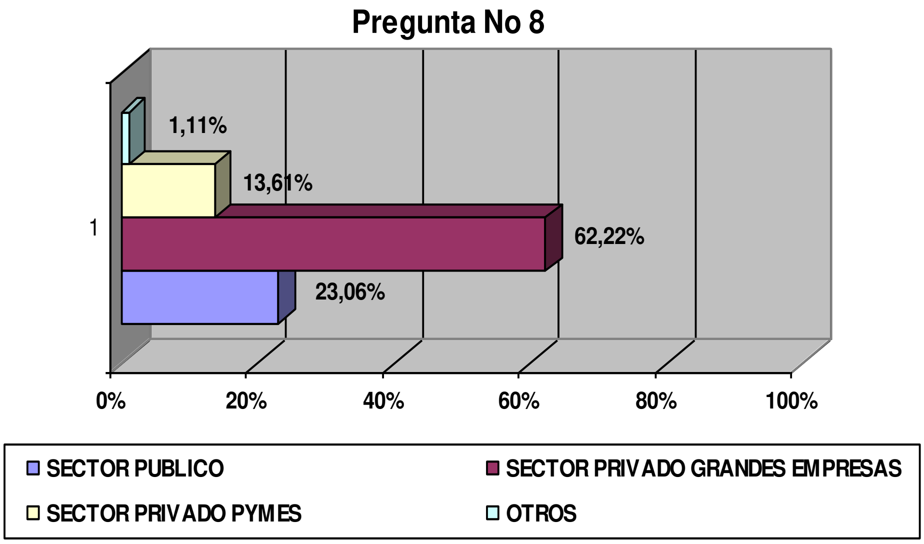


Gráfico 3.12 Enfoque de empresas asesoras
Elaborado por: Los Autores

El 62.22 % de los encuestados consideran que las actuales empresas asesoras en comercio exterior enfocan sus esfuerzos a los trámites que generan las grandes empresas, esto se debe a que las grandes empresas por su constitución y recursos son mayores en cuanto a tramites aduaneros similares en procedimientos a los que realizan las PYMES.

Un 23.06 % considera que también el sector público con sus pedidos tiene el segundo lugar en preferencias al momento de enfocar sus esfuerzos las compañías asesoras en comercio exterior. Se considera sector publico a instituciones tales como: Petroecuador – Ministerio de Defensa – Gobierno Central y Gobiernos seccionales – Empresas que mantiene contratos con el estado – INNFA y demás organismos e instituciones publicas.

Solo un 13.61 % mencionan que el sector PYMES, es donde se enfocan los esfuerzos de las actuales compañías asesoras de comercio exterior, esta información re afirma el grado de descontento de las PYMES con los servicios que les prestan.

Y un 1.11 % considera que el esfuerzo de la empresas asesoras son en otros sectores que se dedican al comercio exterior como: embajadas y consulados – menajes de casa – efectos personales – efectos de viajeros – diplomáticos nacionales.

¿Qué grado de importancia le da usted a las siguientes características de una empresa asesora en comercio exterior?

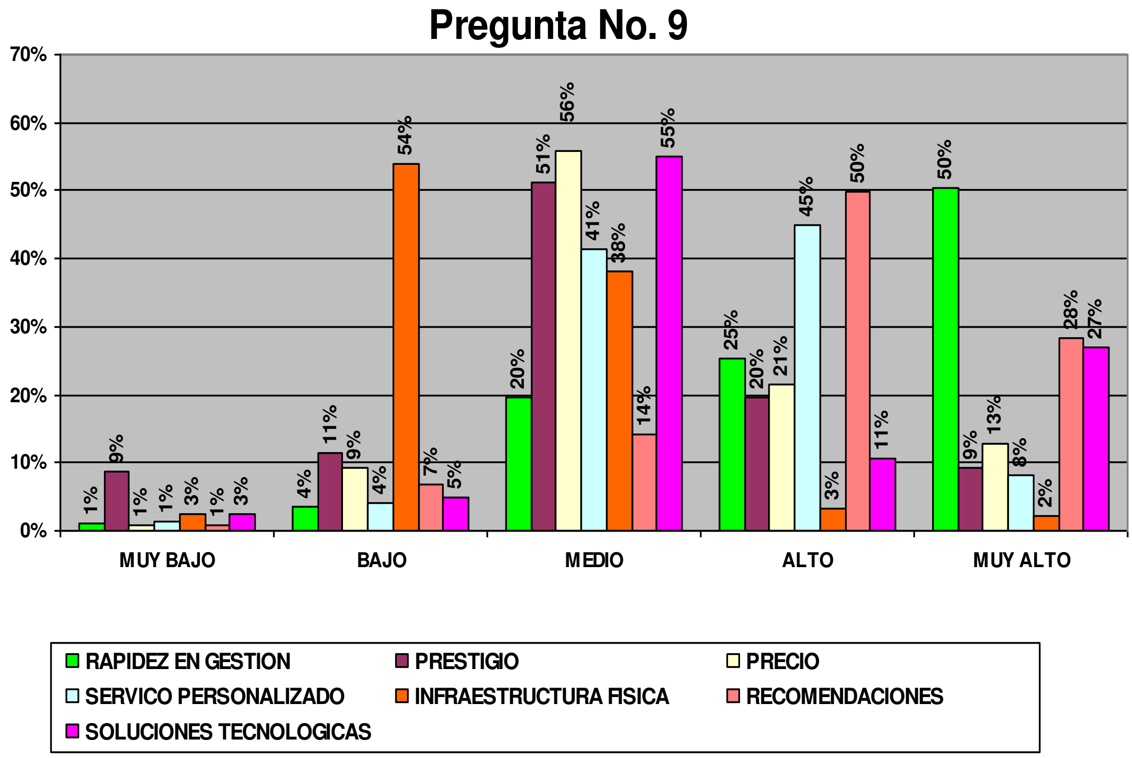


Gráfico 3.13 Grado de Importancia de las características para PYMES
Elaborado por: Los Autores

El objetivo primordial aquí es definir el grado de importancia que las PYMES le dan a determinados parámetros como: Rapidez en gestión, prestigio, precio, servicio personalizado, infraestructura física, recomendaciones de otras PYMES y soluciones tecnológicas, al momento de buscar un asesor en comercio exterior.

Los resultados muestran mayor incidencia en la rapidez de gestión con 50% que la considera muy importante, el 25 % lo considera importante por lo tanto tenemos que un 75 % le da un grado alto o mayor de relevancia a este parámetro que deber ser tomado en cuenta.

En prestigio el 71 % de las PYMES considera este punto en un nivel medio – alto de importancia (51 % medio y 20 % alto), lo cual nos dice que tener un excelente record como empresa es considerado de relevancia para las PYMES dedicadas al comercio exterior.

Se consulto sobre el grado de importancia que tiene el precio del servicio para las PYMES las cuales contestaron que consideran esta parte del proceso con un 56 % de relevancia media y un 21 % de relevancia alta, lo que nos dice que un 77 % de las PYMES encuestadas le dan un gran valor al precio que van a pagar por el servicio ofrecido por las empresas asesoras en comercio exterior ya que desean maximizar su inversión en servicios de aduana.

Para el servicio personalizado un total de 86 % determinaron que lo consideran medio – alto en relación de 45 % alto y 41 % medio, en vista que las PYMES pueden estar ubicadas en cualquier parte del país requieren un grado de interés mayor por parte de las empresas asesoras y de constante comunicación sobre el proceso de su carga.

La estructura física donde la empresa asesora realiza sus actividades es considerado en un 92 % de baja y media (54 % baja – 38 % media) relevancia al momento de tomar una decisión sobre la contratación de alguna empresa asesora de comercio exterior le dan mayor validez a otros parámetros aquí mencionados que a la estructura física la cual comprende edificio propio de la compañía asesora en comercio exterior, oficinas sucursales en diferentes ciudades y otras edificaciones.

Para las PYMES las recomendaciones que reciben de colegas importadores o exportadores es muy apreciada basándonos en que según la información recogida un 78 % lo considera alto – muy alto (50 % alto – 28 % muy alto), esto se debe a que analizan ejemplos y casos acontecidos a empresas del mismo sector especialmente con empresas con las cuales tengan algún tipo de afinidad o relación comercial para así determinar con que empresa asesora en comercio exterior poder iniciar labores.

En virtud de que según información proporcionada por estudios de la Cámara de la Pequeña Industria del Guayas CAPIG, las PYMES no cuentan en su mayoría con una infraestructura tecnológica muy desarrollada ven a este tipo de soluciones como novedosas e incluso consideran según nuestro estudio que este parámetro tiene un 93 % de incidencia medio – alto – muy alto en el orden de 55 % medio – 11 % alto - 27 % muy alto, lo cual da una idea clara de que las PYMES consideran a la tecnología como una buena alternativa de solución de sus necesidades.

¿Considera usted que una compañía especializada en PYMES podría proveerle una mejor asistencia en comercio exterior?

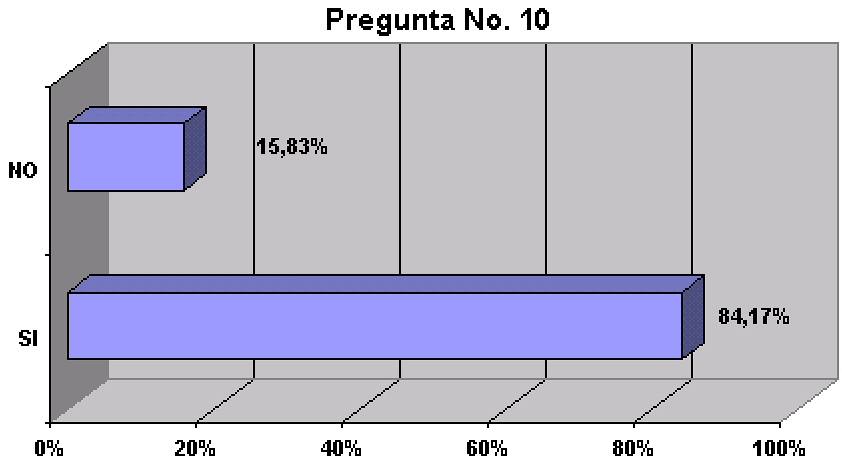


Gráfico 3.14 Importancia de una compañía especializada en PYMES
Elaborado por: Los Autores

La necesidad de un servicio de una PYME para otra PYME se puede ver reflejada en el 84.17 % de empresas que respondieron positivamente la percepción de una empresa asesora en comercio exterior especializada en PYMES para servir a otra PYME.

El restante 15.83 % simplemente no cree en que una empresa con estas características de especialización pueda ser necesaria para asesorar en sus actividades de comercio exterior.

¿Considera usted que una empresa asesora en comercio exterior que le brinde asistencia e información las 24 horas a través de una pagina Web, sea una buena opción para su compañía?

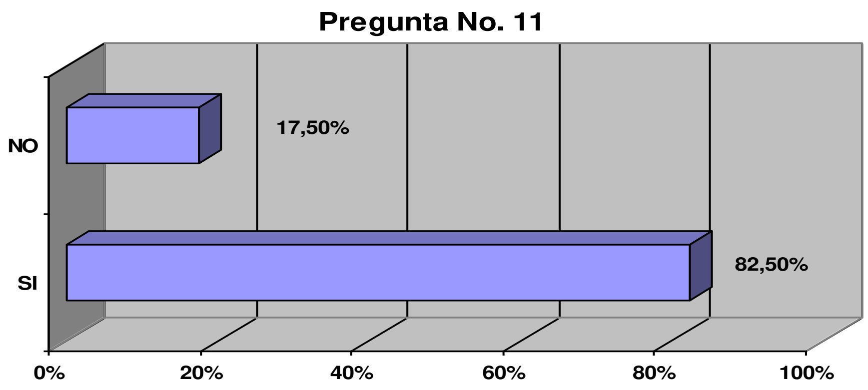


Gráfico 3.15 Grado de Importancia de las características para PYMES
Elaborado por: Los Autores

Notamos que el 82.50 % de las PYMES encuestadas consideran que, una empresa asesora en comercio exterior que le brinde asistencia e información las 24 horas a través de una pagina Web, es una buena alternativa interactiva en virtud de que el comercio exterior no toma descansos, las ofertas y oportunidades aparecen en el momento menos esperado.

Este resultado también confirma una buena disposición al uso de medios informáticos como alternativa de comunicación especializada, en vista de que el uso de estos medios aun no esta completamente difundido entre las PYMES según informe de la CAPIG en cuanto al uso de la tecnología de manera intensiva.

¿Considera usted que una empresa asesora en comercio exterior que le permita gestionar todo el proceso de su pedido con una sola persona denominada "asesor de cuenta", sea una buena opción?

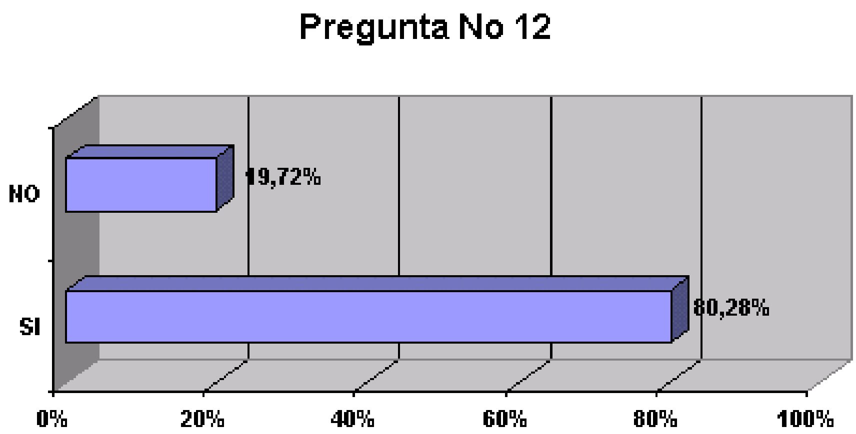


Gráfico 3.16 Aceptación de Asesor de Cuenta
Elaborado por: Los Autores

El 80.28 % de las PYMES encuestadas consideran que un Asesor único de proceso que los guié e informe a lo largo de todo el proceso aduanero es una idea viable, más aún cuando actualmente se usa medios tradicionales de varias personas para cada parte del proceso y se pierde efectividad al momento de trasmitir la secuencia del pedido.

El 19.72% considera que no es una alternativa viable que solo una persona maneje el proceso del trámite de aduana tanto para la entrada y salida de la carga.

¿Considera usted que una empresa asesora en comercio exterior que le brinde capacitación aduanera online sea una buena opción para su compañía?

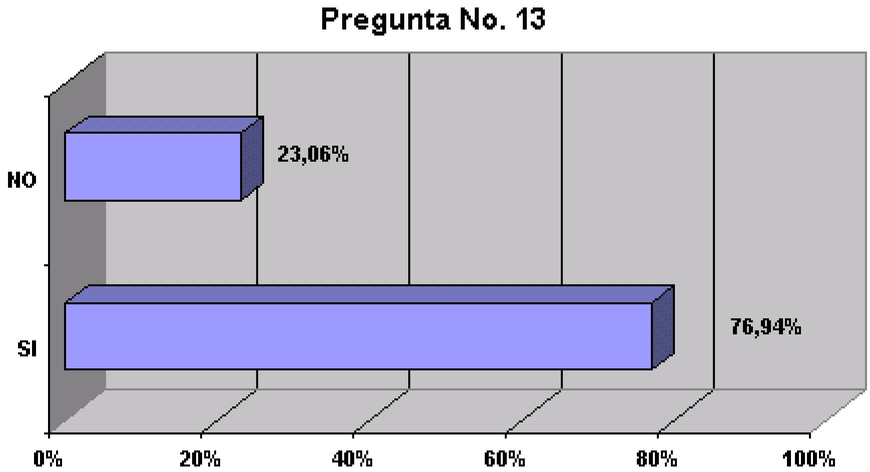


Gráfico 3.17 Aceptación de Capacitación On-Line por PYME
Elaborado por: Los Autores

Los resultados de esta pregunta nos dan un claro indicio de que un 76.94% de las PYMES encuestadas, desean capacitarse de manera online debido a que por las características de la actividad del comercio exterior y siendo nuestro segmento cargas vía Guayaquil, los potenciales clientes pueden estar ubicados en cualquier parte del territorio nacional y enviar o recibir su carga vía Guayaquil. Esta repuesta toma fuerza debido a la conocida inestabilidad de las autoridades que rigen el sector comercial como lo son: la Corporación Aduanera Ecuatoriana CAE y el Comexi, que modifican las políticas y reglas que rigen la actividad comercial del Ecuador tanto interna como externa en los campos de las importaciones y exportaciones.

Y solo un 23.06% no considera necesaria la posibilidad de capacitarse vía online, respecto a esta área.

¿Considera usted que una empresa asesora en comercio exterior que le permita seguir el proceso de su mercadería con un código de acceso vía pagina Web sea útil para sus necesidades de información?

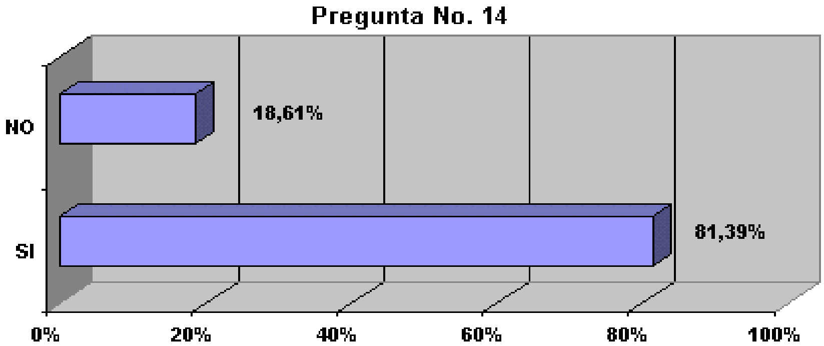


Gráfico 3.18 Aceptación de Seguimiento por WEB para PYME
Elaborado por: Los Autores

El 81.39% se muestra interesado en un servicio como el control por medio de códigos de acceso para el seguimiento de sus pedidos con variaciones propias de nuestra compañía, que le dan acceso directo a la información que posee el departamento del proceso del trámite.

El 18.61% no mostró interés en la necesidad del servicio de control por medio de códigos de acceso.

Si una empresa asesora en comercio exterior le brinda los servicios antes mencionados ¿Usted estaría dispuesto a contar con sus servicios?

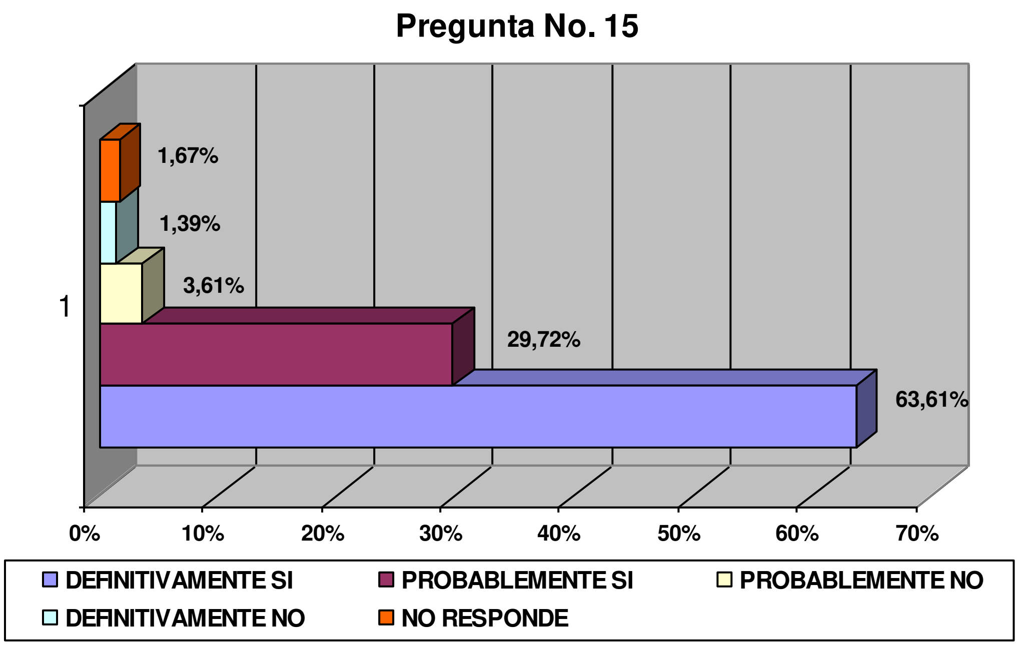


Gráfico 3.19 Aceptación de una nueva compañía asesora para PYMES
Elaborado por: Los Autores

Las PYMES encuestadas muestran un resultado positivo del 63.61% en cuanto a la adquisición del servicio ofrecido, un 29.72 % de probabilidad de adquisición del servicio, que dan un total de 93.33 % de aceptación favorable a nuestro servicio propuesto, por otro lado un 5 %, repartido en 3.61 % probablemente no y 1.39 % definitivamente no, tienen dudas sobre la adquisición del servicio en la forma como ADA COMEX se lo brinda y un 1.67 % que no respondió sobre esta inquietud.

Este es sin duda uno de los más importantes resultados obtenidos en la encuesta, se refiere a la predisposición real que tienen las PYMES encuestadas en contar con los servicios ofrecidos por nuestra compañía, junto con la información como: la insatisfacción que tienen por sus proveedores actuales, la falta de personal capacitado y la necesidad de rapidez en los trámites de aduana.

Este resultado determina que el servicio propuesto es realmente llamativo y ha sido considerado por los encuestados para ser adquirido, lo que le da una base favorable a nuestro proyecto.

¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar para poder recibir todos los beneficios de una empresa asesora en comercio exterior con las características antes descritas?

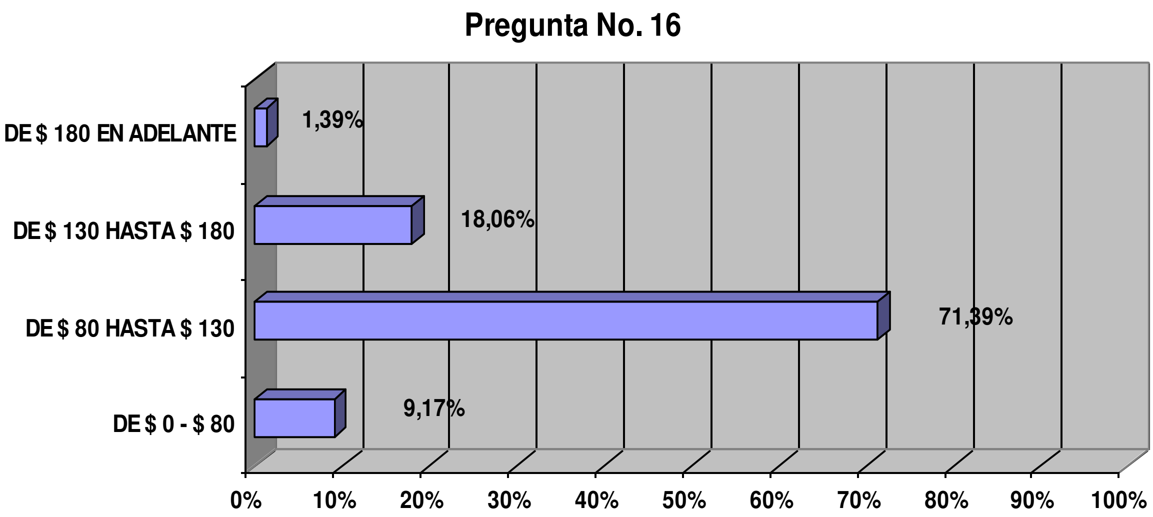


Gráfico 3.20 Disponibilidad de Pago por servicio
Elaborado por: Los Autores

El 71,39%
esta dispuesto a pagar en un rango de $ 80.00 a $ 130.00 dólares americanos por la gama de servicios propuestos como lo son:

- Compañía especializada en sector PYMES
- Asesoría las 24 horas vía pagina Web en materia de información.
- Capacitación online de procesos aduaneros.

- Seguimiento del proceso de despacho con un código de acceso vía pagina Web.

Un 18.06 % menciona que está dispuesto a pagar entre un rango de $130,00 y $180,00, lo cual resulta realmente atractivo para poder incursionar con esta parte del mercado. Se tiene que solo un 1.39% está dispuesto a pagar más allá de los $ 180,00 por los servicios ofrecidos.

3.9 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN DE MERCADO

Se ha podido determinar a lo largo de nuestra investigación que las PYMES muestran grados de insatisfacción hacia sus actuales asesores en comercio exterior, lo que induce que estén pensando en poder cambiar de empresa asesora.

Con nuestra investigación se puede aprovechar esta falencia por parte de nuestros competidores o empresas similares, que ya tienen cierto tiempo en el mercado y que no están cumpliendo con lo que las PYMES requieren.

Un factor muy a tomar en cuenta es el alto nivel de aceptación que demuestran nuestros potenciales clientes por los servicios que "ADA COMEX Cía. Ltda.", pone a su consideración, esto demuestra que este sector de la economía esta buscando una nueva visión y maniobra de llevar sus trámites de aduana.

Por tanto, se tiene un panorama positivo para la implementación de nuestro proyecto basándonos en los resultados de la investigación de mercado.