



**UNIVERSIDAD
DEL PACIFICO**

ESCUELA DE NEGOCIOS

FACULTAD DE NEGOCIOS

**Plan de Tesis previa a la obtención del Título de
Ingeniería Comercial**

**Con mención en
Negocios Internacionales y Marketing**

**Tema:
Introducción de la marca de rodamientos
NKE AUSTRIA al mercado ecuatoriano**

**Presentada por
Ana María Mosquera Ruiz
Maritza Catherine Dávila Reyes**

**Director
Ing. Enrique Echeverría**

Guayaquil - Ecuador

Noviembre - 2008

AGRADECIMIENTO

Agradecemos en primer lugar a Dios por darnos la sabiduría y las herramientas necesarias para concluir otro paso más en nuestra preparación profesional, a nuestras familias y amigos por ser nuestro apoyo incondicional y a todas aquellas personas que aportaron con sus conocimientos y experiencia para darnos las pautas necesarias para la elaboración de este trabajo.

DEDICATORIA

El siguiente trabajo no estaría completo sin la ayuda de mi familia, mis padres mi hermana y mis sobrinas, que han sido mi pilar fundamental en mi preparación, es por esta razón que todo mi esfuerzo será siempre dedicado a ellos que tanto se lo merecen y que son la razón de mi existencia. También quiero dedicar este trabajo a todas las personas que creyeron en mi capacidad y con las cuales estaré siempre agradecida porque han sido una parte importante en mi formación como persona.

Ana María Mosquera Ruiz

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mi familia, especialmente a mi padre que siempre estuvo presente, fue mi guía en todo momento, a mi hijo David Alejandro, por ser mi fuente de inspiración, motor de mi existencia para continuar superándome en los aspectos de la vida y a todos los que de una u otra forma, estuvieron conmigo durante la realización de este proyecto.

Maritza Catherine Dávila Reyes

DECLARACION DE AUTORIA

Nosotras, Ana María Mosquera Ruiz y Maritza Catherine Dávila Reyes, declaramos ser las autoras exclusivas de la presente tesis.

Todos los efectos académicos y legales que se desprendieren de la misma son de nuestra responsabilidad.

Por medio del presente documento cedemos nuestros derechos de autor a la Universidad del Pacífico –Escuela de Negocios – para que pueda hacer uso del texto completo de la Tesis de Grado **“INTRODUCCIÓN DE LA MARCA DE RODAMIENTOS NKE AUSTRIA AL MERCADO ECUATORIANO”** con fines académicos y/o de investigación.

Guayaquil, Noviembre 27 de 2008

Ana María Mosquera Ruiz

Maritza Catherine Dávila Reyes

CERTIFICACION

Yo, Ing. Enrique Echeverría, profesor de la Facultad de Negocios de la Universidad Del Pacífico, como Director de la presente Tesis de Grado, certifico que las señoritas Ana María Mosquera Ruiz y Maritza Catherine Dávila Reyes, egresadas de esta Institución, son autoras exclusivas del presente trabajo, el mismo que es autentico, original e inédito.

Guayaquil, Noviembre 27 de 2008

Ing. Enrique Echeverría

DOCUMENTO DE CONFIDENCIALIDAD

La Universidad Del Pacífico, se compromete a no difundir públicamente la información establecida en la presente Tesis de Grado **“INTRODUCCIÓN DE LA MARCA DE RODAMIENTOS NKE AUSTRIA AL MERCADO ECUATORIANO”**, de autoría de **Ana María Mosquera Ruiz y Maritza Catherine Dávila Reyes**, en razón que ésta ha sido elaborada con información confidencial.

Tres copias, escritas y digitales, de esta Tesis de Grado quedan en custodia de la Universidad Del Pacífico, las mismas que podrán ser utilizadas para fines académicos y de investigación.

Para constancia de este compromiso, suscribe

Guayaquil, Noviembre 27 de 2008

Ing. Carlos Cruz

Decano de Facultad de Negocios

INTRODUCCIÓN	12
1. ANTECEDENTES	14
1.1. Objetivo de la tesis	14
1.2. Misión del proyecto	14
1.3. Objetivos del proyecto	15
1.4. Macroentorno	15
1.4.1. La Industria ecuatoriana	15
1.4.2. Importación de Rodamientos en el Ecuador	16
1.4.3. Problemática del sector	16
1.5. FODA	18
1.6. Marco Legal	19
1.7. La marca	20
1.7.1. Visión de la marca	21
1.7.2. Misión de la marca	21
1.7.3. Definición de los productos	21
1.7.3.1. Tipos de rodamientos	21
1.7.4. Aplicaciones	23
1.7.5. Calidad de la marca	28
1.7.5.1. Certificaciones de calidad	31
1.7.6. Responsabilidad con el medio ambiente	33
2. INVESTIGACION DE MERCADO	34
2.1. Objetivos de la investigación de mercado	34
2.1.1. Objetivos generales	34
2.1.2. Objetivos específicos	34
2.2. Necesidades de información	35
2.2.1. Metodología de la investigación	35
2.2.1.1. Investigación documental	35
2.2.1.2. Investigación Concluyente	36

2.2.1.2.1.	Definición del mercado objetivo	36
2.2.1.2.2.	Segmentación del Mercado	37
2.2.1.2.3.	Plan de muestreo	38
2.2.1.2.3.1.	Ficha técnica	38
2.2.1.2.4.	Tabulación de resultados	41
2.2.1.2.5.	Conclusión de Investigación	47
3.	ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DEL MERCADO	50
3.1.	Comportamiento del consumidor	50
3.2.	Factores que inciden en la decisión de compra	51
3.2.1.	Factores psicológicos	51
3.2.2.	Factores culturales	52
3.2.3.	Factores de presupuesto	53
3.2.4.	Factores de disponibilidad en el mercado	54
3.3.	Proceso de decisión de compra	55
3.4.	Análisis competitivo	56
3.5.	Análisis de los competidores	57
4.	MARKETING MIX	60
4.1.	Objetivos	60
4.2.	Matriz de Ansoff	60
4.3.	Posicionamiento	62
4.4.	Estrategias de introducción en el mercado.	64
4.5.	Marketing Mix	68
4.5.1.	Producto	68
4.5.1.1.	Tamaño y potencial crecimiento de la Marca	69
4.5.1.2.	Estrategia de producto	70
4.5.2.	Precio	71
4.5.3.	Comunicación integral	73

4.5.3.1. Relaciones públicas	73
4.5.4. Plaza	73
4.5.4.1. Canal de distribución	73
4.6. E-Marketing	74
5. LOGÍSTICA IMPORTACIÓN	77
5.1. Influencia de factores externos	77
5.1.1. Cotización del euro y precio del petróleo	77
5.2. Incoterm utilizado	79
5.3. Requerimiento de cantidades	81
5.4. Plazo de entrega	83
5.5. Plazo del pago	83
5.6. Medio de transporte	84
5.6.1. Consolidación de mercadería	85
5.6.2. Embarque de mercadería en puerto del exterior.	85
5.6.3. Aranceles del producto	86
5.7. Mantenimiento en bodega	87
5.8. Flujo de importación	88
6. OPERACIONES	89
6.1. Riesgos internos	89
6.2. Riesgos externos	89
6.3. Planes de contingencia	90
6.4. Provisiones y seguros	91
7. ESTUDIO FINANCIERA	92
7.1. Estado de pérdidas y ganancias	92
7.2. Balances	92
7.3. Tasa verdadera de rendimiento	93

8. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO	94
8.1. Requerimiento de capital	94
8.2. Razones financieras basadas en proyecciones anuales	94
8.2.1. Índices de liquidez	94
8.2.1.1. Razón circulante	94
8.2.1.2. Prueba de liquidez	95
8.2.2. Índice de solvencia	95
8.2.2.1. Coeficiente de endeudamiento	95
8.2.2.2. Apalancamiento	95
8.2.3. Índice de Rentabilidad	96
8.2.3.1. Margen de utilidad bruta	96
8.2.3.2. Margen de Utilidad operativa	96
8.2.3.3. ROS	96
8.2.4. Índices de Productividad	97
8.2.4.1. Días de Cobro	97
8.2.4.2. Rotación de Activos	97
9. CONCLUSIONES	98
10. RECOMENDACIONES	99
11. BIBLIOGRAFÍA	100
12. ANEXOS	104

INTRODUCCIÓN

Los rodamientos son el conjunto de esferas que se encuentran unidas por un anillo interior y uno exterior, el rodamiento produce movimiento al objeto que se coloque sobre este y se mueve sobre el cual se apoya.

Existen varias clases de rodamientos, entre ellos podemos nombrar algunos de los de mayor adquisición en el país como son: Rodamientos rígidos de bolas, Rodamientos de rodillos cónicos, Rodamientos de rodillos cilíndricos, Rodamientos de agujas.

Al momento de elegir una marca de rodamiento, el usuario, aquí en Ecuador, tiene en mente algunos factores como son: la duración, la calidad, el mantenimiento de los mismos, la fricción y por último pero el más delicado, el precio.

Habiendo determinado entre los factores más importantes de adquisición los antes mencionados, y sabiendo que existen en este momento una diversidad de marcas que expiden este producto en el mercado ecuatoriano que no cumple con todas las expectativas de los usuarios, es que hemos determinado que es factible la introducción de una nueva marca de rodamientos en el país, de una empresa austriaca con poca trayectoria en el mercado internacional pero que ha alcanzado cifras importantes en la comercialización de todos sus productos.

En el transcurso del desarrollo de este trabajo se irá demostrando que es necesario diversificar el mercado ecuatoriano con nuevas marcas de rodamientos que presenten un alto nivel de calidad, ya que nuestra industria en todas sus facetas, así lo requiere.

La marca de rodamientos NKE procedente de Austria, es un producto de calidad el cual se encuentra presente en todos los continentes. Es una marca de calidad reconocida en Europa. Una fábrica en expansión con solo 10 años en el mercado con altos porcentajes de crecimiento.

1. ANTECEDENTES

1.1. Objetivo de la tesis

Demostrar el potencial de la marca, las posibilidades de introducción al mercado ecuatoriano y el posible crecimiento de las ventas de esta marca. Demostrar las ventajas del producto y los beneficios que esta ofrece tanto al distribuidor como al consumidor final.

El interés en este proyecto radica en la posibilidad de dar al mercado ecuatoriano la alternativa de contar con una nueva marca de rodamientos que está siendo muy bien reconocida en los mercados más exigentes en cuanto a calidad por la seguridad que esta provee al consumidor.

1.2. Misión y Visión del proyecto

La misión del proyecto es dar a conocer las bondades del producto así como analizar las posibilidades que esta marca tiene para ser introducida a este mercado.

Nuestra visión con respecto al proyecto es dar las pautas para posicionar la marca NKE Austria en la mente del consumidor ecuatoriano como una marca de calidad, que compite exitosamente entre los consumidores más exigentes.

1.3. Objetivos del proyecto

Definir las pautas a seguir para insertar este producto al mercado de la manera más directa. Demostrar el potencial de la marca, las posibilidades de introducción al mercado ecuatoriano y el posible crecimiento de las ventas de esta marca. Demostrar las ventajas del producto y los beneficios que ésta ofrece tanto al distribuidor como al consumidor final.

1.4. Macroentorno

1.4.1. La Industria ecuatoriana

La industria para proveerse de rodamientos lo realiza a través de importaciones directas de algún país distribuidor o a través de compras locales a distribuidores que tienen la distribución autorizada. Al público en general el producto llega a través de distribuidores locales a los cuales los proveen los importadores de rodamientos. Con esta marca se puede optar llegar al público vendiendo a distribuidores de todas las provincias del país y en menor cantidad al público final respetando los precios que se dan a los distribuidores para evitar que se dañe la imagen de la marca y principalmente para que el consumidor final no sienta la necesidad de dirigirse al importador.

1.4.2. Importación de Rodamientos en el Ecuador

Durante 5 años las importaciones de Rodamientos en el Ecuador se han comportado de ésta manera:

SUBPARTIDA NANDINA	DESCRIPCION	2003	2004	2005	2006	2007
8482100000	RODAMIENTOS DE BOLAS	5482,820	6071,850	7744,100	8035,110	9158,780
8482200000	RODAMIENTOS DE RODILLOS CÓNICOS, INCLUIDOS LOS ENSAMBLADOS DE CONOS Y RODILLOS C	2903,520	2973,700	3895,050	4158,510	4217,370
8482800000	LOS DEMÁS, INCLUIDOS LOS RODAMIENTOS COMBINADOS	1927,200	1955,350	2082,390	1844,800	2298,790
8482300000	RODAMIENTOS DE RODILLOS EN FORMA DE TONEL	710,520	705,880	792,480	1028,910	1257,150
8482500000	RODAMIENTOS DE RODILLOS CILÍNDRICOS	637,000	654,230	708,510	978,650	883,860
8482990000	LAS DEMÁS	571,700	495,850	572,000	606,800	823,790
8482910000	BOLAS, RODILLOS Y AGUJAS	277,000	436,700	500,890	401,760	470,340
8482400000	RODAMIENTOS DE AGUJAS	250,390	246,150	351,670	339,040	402,290
TOTAL		12.760,15	13.539,71	16.647,09	17.393,58	19.512,37

Fuente: Corporación Aduanera Ecuatoriana.

Notamos un crecimiento constante en las cantidades importadas anualmente de rodamientos, como lo son el 6,11%, 22,95%, 4,48% y 12,18% desde el año 2003 al 2007 respectivamente.

1.4.3. Problemática del sector

Cuando hablamos de mantenimiento preventivo de una herramienta eléctrica, estamos hablando de evaluación, revisión y observación del estado de los componentes sometidos a desgaste dentro de una máquina, análisis de todas las piezas involucradas en la generación del movimiento y el o los sistemas de lubricación de las mismas.

En las máquinas de tipo industrial, uno de los componentes que mayor probabilidad de falla tiene, es el rodamiento.

Esto porque esta pieza está concebida para trabajar un tiempo determinado. Esto significa que la vida infinita no es posible de alcanzar y debemos considerar reemplazarlos periódicamente. Este reemplazo se realiza bajo el concepto de mantención preventiva. Los rodamientos ayudan a alargar la vida útil de nuestros equipos y máquinas que poseen elementos y piezas en rotación; inducidos, rotores, engranajes, ejes. Sin embargo un inapropiado mantenimiento de los mismos o utilización de un rodamiento de mala calidad, puede generar múltiples problemas como vibraciones, ruidos, aumento de la temperatura de funcionamiento, desgaste de los ejes por atascamiento del rodamiento, desgaste prematuro de engranajes por mal alineación de las caras de fricción y pérdida de potencia por el peso extra que significa mover un rodamiento atascado, lo que puede llegar incluso a quemar las piezas eléctricas del motor. Este componente está asociado a todas las piezas en movimiento de una herramienta o máquina eléctrica del tipo industrial.

El sector cuenta con una amplia diversidad de marcas de rodamientos con variedad de precios y calidades, tales como SKF, FAG, INA, NTN, KOYO, NACHI, TIMKEN, NSK, etc. La procedencia de los rodamientos actualmente no se puede definir según la marca dado que las marcas fabrican en algunas partes del mundo, se menciona esto porque para los clientes es muy importante el origen del producto porque de esa manera pueden catalogar la calidad del mismo. Existen muchas maneras de pensar por parte de los dueños de los motores a la hora de elegir el rodamiento a utilizarse para la reparación o

mantenimiento de los mismos, muchos solo quieren rodamientos de calidad, pero a otra gran parte solo le interesa ahorrar dinero sin percatarse u omitir el hecho que el rodamiento es una de las partes más importantes en el motor. Nuestra ventaja con relación a las demás marcas de calidad es que NKE viene totalmente calificada desde su sede en Austria, la inspección la realizan solo en Austria lo que garantiza la durabilidad y precisión del mismo. Actualmente para ahorrar costos muchas fábricas se han trasladado a muchos otros países y han descuidado la calidad del producto final.

1.5. FODA

Fortalezas

- Marca europea.
- Procedencia austriaca, reconocida por la calidad de acero que producen.
- Línea completa de rodamientos.
- Altamente calificado.
- Certificaciones de calidad.
- Ventajas técnicas sobre otras marcas.
- Su calidad de OEM de algunas fábricas de prestigio garantiza el producto.
- Respaldo técnico.
- Diseño innovador acerca de los componentes.

- Pureza del acero utilizado en la fabricación de rodamientos.
- Ofrece soluciones a la industria a plazos más cortos que los competidores.

Oportunidades

- Producto irremplazable para los motores en general, uso agrícola, industrial, automotriz, etc.
- Las importaciones de rodamientos en el Ecuador es aproximadamente de 19´000.000,00 USD FOB anuales.

Debilidades

- Lealtad del mercado a otras marcas ya establecidas por años.

Amenazas

- Falsificación a largo plazo del producto.
- Influencia directa de la cotización del euro.
- Influencia de la crisis mundial actual en la producción ecuatoriana.

1.6. Marco Legal

El marco legal para la comercialización puede realizarse como persona natural con su respectivo RUC, previamente solicitado en el SRI y renovado anualmente, para hacer la

declaración mensual de los movimientos realizados, lo que le facilita relativamente a cualquier persona el trabajar en este proyecto. Por cuestiones de funcionamiento del negocio, se contará con una oficina en la ciudad de Guayaquil en las calles Tungurahua y Francisco de Marcos, que contará con una bodega para almacenar la mercadería antes de ser entregada al cliente.

1.7. La marca



Rodamientos NKE se fundó en 1996 en Steyr, Austria. La marca ha despegado rápidamente en el mercado mundial de rodamientos como alternativa a tener en cuenta. En la actualidad, nuestras actividades de venta se desarrollan en más de 50 países de los cinco continentes y tenemos una cartera de clientes que abarca desde los distribuidores hasta los OEM (fabricantes de equipos originales) de varias industrias a nivel mundial.

Las raíces de NKE se hunden en la vieja Steyr con su larga tradición industrial. Los fundadores de NKE y sus ejecutivos proceden de la antigua Steyr Wälzlager (Rodamientos por su traducción en alemán) tras la adquisición por parte de SKF. Su experiencia de décadas en el sector de los rodamientos es una

importante aportación a las competencias básicas de la joven empresa.

1.7.1. Visión de la marca

Como "proveedores de gama completa" desempeñan un papel dinámico en la "Liga Mundial de Campeones" de los fabricantes de rodamientos.

1.7.2. Misión de la marca

Lo conseguiremos mediante la proximidad al cliente, el servicio, la competencia técnica y un pensamiento proactivo.

1.7.3. Definición de los productos

NKE AUSTRIA desarrolla y fabrica rodamientos de calidad superior para un amplio espectro de aplicaciones industriales.

1.7.3.1. Tipos de rodamientos

Rodamientos estándar:

Rodamientos normalizados internacionalmente (de acuerdo con ISO/DIN, etc.). Los rodamientos estándar son tipos de rodamientos normalizados internacionalmente que cubren la mayor parte de las necesidades de diversos sectores. NKE ofrece más de 6.000 elementos en stock y elementos adicionales con breves plazos de entrega de producción. Su inventario de productos acabados posee un valor superior a

diez millones de euros en diciembre de 2007. Se ha ido ampliando para garantizar la disponibilidad.

La gama de rodamientos estándar se divide en:

- Rodamientos rígidos de bolas
- Rodamientos de bolas con contacto angular
- Rodamientos de rodillos cilíndricos
- Rodamientos de bolas a rótula
- Rodamientos de rodillos cónico
- Rodamientos de rodillos a rótula
- Rodamientos axiales de bolas
- Rodamientos axiales de rodillos cilíndricos
- Rodamientos axiales de rodillos a rótula
- Rodillos de leva
- Rodillos de apoyo
- Unidades de rodamientos
- Rodamientos de dimensiones en pulgadas (imperiales).

Rodamientos especiales:

Desarrollados especialmente para sus necesidades individuales. Los ingenieros expertos de NKE pueden ofrecerle soluciones hechas a su medida, rápidas, prácticas y creativas. Los clientes de sectores como los ferrocarriles, bombas, cajas de cambios, maquinaria agrícola, maquinaria pesada, acero, papel y pasta de papel, etc., están enormemente satisfechos con los productos y servicios de NKE.

1.7.4. Aplicaciones

Se han desarrollado soluciones eficaces en un amplio espectro de sectores, como, por ejemplo:

Motores Eléctricos

NKE suministra una amplia gama de rodamientos para este sector que requiere un nivel de ruido de funcionamiento sumamente bajo, larga vida útil, capacidad de alta carga, obturaciones eficaces y rentabilidad.

Bombas de alto rendimiento

Los rodamientos NKE se utilizan en numerosos sectores, tales como la industria petroquímica, industria alimentaria, suministro de agua o industria química.

Maquinaria agrícola

Los equipos agrícolas funcionan en condiciones muy duras, tales como contaminación, lluvia, polvo, cargas de choque, corrosión, etc. Los ingenieros de NKE han diseñado soluciones satisfactorias para numerosos fabricantes de maquinaria agrícola.

Maquinaria pesada y para la construcción

En la maquinaria pesada y para la construcción, los rodamientos tienen que someterse a veces a condiciones de funcionamiento extremas: cargas excesivas, entorno contaminado, climatología adversa, etc.

Hierro y acero

Las condiciones de funcionamiento para los rodamientos en las industrias del hierro y del acero son extremas: cargas excesivas, con frecuencia temperaturas sumamente altas, vibraciones e impactos, etc.

Maquinaria general

Ya sea para máquinas de moldeo por inyección, carretillas elevadoras, compresores o prensas mecánicas.

Cajas de engranajes industriales

Desde maquinaria general, manipulación de materiales, o hierro y acero, hasta transmisión de potencia para generadores eólicos.

Ferrocarriles

Ya sea para motores de tracción, cajas de engranajes o ejes.

Energía eólica

Las condiciones de funcionamiento de las turbinas eólicas son complejas; sin embargo, los rodamientos deben funcionar de forma eficaz y fiable. Una gran calidad y un largo intervalo de vida son esenciales para evitar fallos, así como los tiempos de inactividad resultantes y los costes de reparaciones o sustituciones.



Tipo de rodamientos según la aplicación

APLICACIONES DE LOS RODAMIENTOS

Aplicaciones	Tipo de rodamiento
Bombas	Rodamientos de rodillos cilíndricos Rodamientos de bolas con contacto angular Rodamientos de rodillos a rótula Rodamientos de rodillos cónicos Rodamiento rígido de bolas
Cajas de engranajes	Rodamientos de rodillos cilíndricos Rodamientos de rodillos a rótula Rodamientos de rodillos cónicos Rodamientos de bolas con contacto angular Rodamiento rígido de bolas
Ferrocarriles	Rodamientos de rodillos cilíndricos Rodamientos de rodillos a rótula Rodamientos de rodillos cónicos Rodamientos rígidos de bolas
Agrícola	Unidades de rodamientos Rodamientos rígidos de bolas Rodamientos de bolas con contacto Rodamientos de rodillos cónicos
Motores eléctricos	Rodamientos rígidos de bolas Rodamientos de rodillos cilíndricos Rodamientos de bolas en contacto angular
Energía eólica	Rodamientos de rodillos cilíndricos Rodamientos de rodillos a rótula Rodamientos de rodillos cónicos Rodamientos rígidos de bolas
Maquinaria pesada y construcción	Rodamientos de rodillos a rótula Rodamientos de rodillos cilíndricos Rodamientos de rodillos cónicos Rodamientos de rodillos a rótula
Hierro y Acero	Rodamientos de rodillos cilíndricos Rodamientos de rodillos cónicos Rodamientos axiales de bolas Rodamientos de bolas con contacto angular Unidades de rodamientos

Fuente: NKE Austria GmbH



Bombas



Motores eléctricos



Cajas de
Engranajes



Energía eólica



Ferrocarriles



Maquinaria pesada



Agrícola



Hierro y acero



Maquinaria en general

Todas estas son las aplicaciones que tienen los rodamientos de NKE. Específicamente en Ecuador podríamos enfocarnos al mercado de bombas, motores eléctricos, cajas de engranajes, maquinaria pesada, agrícola, hierro y acero y maquinaria en general.

Si bien hablamos de las aplicaciones que puede haber en la industria y mercado en general nuestro objetivo es vender a distribuidores y fábricas que lleven una planificación de consumo de rodamientos más no al consumidor final porque eso incrementaría nuestros costos para sostener el stock. Con el tiempo la idea es convertirnos en representantes de NKE en Ecuador.

1.7.5. Calidad de la marca

100% de calidad garantizada. La gran prioridad es la calidad sin concesiones y la piedra angular de su éxito. Todos los rodamientos NKE se someten a unas estrictas y documentadas inspecciones de calidad en nuestras oficinas centrales en Steyr. Mediante el uso

de avanzados equipos de pruebas y medición, así como una rigurosa política de calidad, podemos garantizar que todos y cada uno de los lotes de rodamientos que se entregan poseen los estándares de máxima calidad.

Estos son algunos ejemplos del avanzado equipo de pruebas y medición de NKE:

Material: Spectrometer (análisis químico), pruebas de dureza.

Dimensión: Medición de altura lineal, medición del contorno y redondez, sistema de medición de coordenadas CNC, estación de medición para rodamientos de gran tamaño.

Función: Módulos de pruebas de ruido (GP1 y GP2). Además de estas instalaciones internas, también se encarga a laboratorios independientes externos la realización de inspecciones regulares o especiales, con el fin de garantizar la máxima calidad de los rodamientos NKE.

Funciones básicas en Austria:

Las funciones básicas de NKE, como la ingeniería, el desarrollo del producto, el montaje y procesado final, el aseguramiento y control de la calidad, la logística, las ventas y la comercialización están centralizadas en la sede de Steyr, Austria.



Estándares internacionales:

Los ingenieros de Austria desarrollan y optimizan todos los rodamientos de NKE. La red de producción global fabrica estrictamente todos y cada uno de los componentes individuales conforme a las normas de calidad de NKE. Los procesos críticos y las

inspecciones finales de calidad se llevan a cabo únicamente en Steyr, Austria.

1.7.5.1. Certificaciones de calidad

El emplazamiento de NKE en Steyr posee las siguientes certificaciones:

ISO9001:2000

En cuanto a diseño, desarrollo, fabricación y distribución de rodamientos. (Anexo)



Sello de Calidad de Austria (Nº 30.276 para NKE AUSTRIA GmbH)

El Sello de Calidad de Austria es una garantía oficial de los productos de calidad de Austria. El sello de calidad es otorgado por la Asociación Austriaca para la Promoción de la Calidad (ÖQA)

después de estrictas inspecciones de calidad por parte de un organismo de certificación autorizado.



Sello de Calidad de Austria
Nº 30.276

Los beneficios con los que cuenta la marca NKE al estar certificada con este sello de calidad, es que todas las líneas de sus productos son aceptadas mundialmente como consecuencia del estricto control de calidad por los que deben pasar todos sus productos, el mismo que se lleva a cabo en su fábrica en Steyr, Austria. Otro beneficio es que al llevar este sello en todos sus productos, garantiza una vez más que los rodamientos son exportados única y exclusivamente desde Austria para llevar un mejor control.

1.7.6. Responsabilidad con el medio ambiente.

En todos los aspectos del negocio NKE lucha por reducir al mínimo el impacto medioambiental negativo: desde el desarrollo de productos, producción,

embalaje, gestión de las instalaciones y eliminación de residuos hasta las operaciones diarias, tales como la documentación. El sistema de gestión medioambiental del emplazamiento de NKE en Steyr posee la certificación ISO 14001:2004. (Anexo)



Certificación ISO 14001

Medio ambiente

2. INVESTIGACION DE MERCADO

2.1. Objetivos de la investigación de mercado

2.1.1. Objetivos generales

Con la investigación de mercado queremos analizar y recopilar datos acerca de la situación actual del mercado en el que se planea introducir la marca. Nos ayudará específicamente a definir los canales de distribución, las estrategias que debemos utilizar y las oportunidades que tenemos de posicionar la marca.

2.1.2. Objetivos específicos

- Obtener la información necesaria para realizar un mejor análisis de la situación actual del mercado.
- Conocer las preferencias de los clientes al momento de elegir un rodamiento.
- Identificar las marcas que se encuentran posicionadas actualmente en el mercado.
- Conocer los factores de decisión que impulsan a los clientes a adquirir cierta marca de rodamiento.

2.2. Necesidades de información

2.2.1. Metodología de la investigación

Para recolectar información, la cual será empleada al momento de realizar un estudio que nos permita conocer ciertos factores de decisión en el momento de adquirir un rodamiento, se utilizarán los siguientes métodos de investigación:

- Investigación Documental
- Investigación Concluyente

2.2.1.1. Investigación documental

Este tipo de investigación se realiza apoyándose en fuentes de carácter documental, esto es, en documentos de cualquier especie.

Hemos tomado de los archivos de nuestro proveedor citas de personas que han declarado que la marca de rodamientos NKE de Austria son excelentes en todos los aspectos. He aquí dos de las citas que consideramos las más importantes:

Qué opinan los clientes de NKE

OEM (fabricante de equipos originales):

“ Nuestra maquinaria para minería, la cual se utiliza en todo el mundo, requiere de proveedores que cumplan con los mismos estándares de calidad, puntualidad, innovación y servicio que nuestros clientes esperan de Sandvik Machines. NKE reúne todas estas cualidades, motivo por el cual estamos encantados de trabajar con ellos. ”

*Ernst Hammerlindl, Senior Designer Borer Miner, Drives
Sandvik Mining and Construction G.m.b.H., BKM 1
www.miningandconstruction.sandvik.com, Austria*

DISTRIBUIDOR:

“ Llevamos distribuyendo rodamientos NKE desde el año 2001. La amplia gama de rodamientos estándar de NKE son de una excelente calidad y cumplen perfectamente con cualquier otra marca mundial. Estamos totalmente satisfechos con el servicio competente y la capacidad competitiva de los productos de NKE. ”

*Marc Picard, Gerente
Friedrich PICARD GmbH
www.picard.de, Alemania*

Fuente: NKE Austria GmbH

2.2.1.2. Investigación Concluyente

Los resultados obtenidos en este tipo de investigación ayudarán a la empresa a tomar decisiones que cubran las necesidades del cliente.

Se realizó una encuesta para determinar las preferencias de los distribuidores y consumidores finales sobre las marcas de rodamientos que actualmente existen en el mercado ecuatoriano.

2.2.1.2.1. Definición del mercado objetivo

El mercado objetivo para este proyecto son los talleres, fábricas y distribuidores que puedan utilizar nuestros rodamientos en cualquier actividad de reparación de motores en el mercado ecuatoriano.

2.2.1.2.2. Segmentación del Mercado

Aquí se define la manera en cómo una compañía decide como agrupar su mercado, reconociendo sus diferentes necesidades, con el propósito de lograr una ventaja competitiva.

Para el proyecto hemos establecido tres segmentos de mercado a los cuales nos vamos a dirigir.

- **Talleres:** Quiénes son los que utilizan los rodamientos para reparar los motores que las personas requieren. Ubicados en la provincia del Guayas.
- **Fábricas:** Adquieren rodamientos que requieren los técnicos especializados que trabajan en sus plantas para reparar los motores de sus máquinas. Ubicados en la provincia del Guayas y el resto de provincias.
- **Distribuidores:** Son todos aquellos que adquieren los rodamientos al por mayor para así poder distribuirlos a los diferentes talleres y fábricas que no tienen un contacto directo con la empresa que los comercializa. Ubicados dentro de la provincia del Guayas y fuera de ella.

2.2.1.2.3. Plan de muestreo

2.2.1.2.3.1. Ficha técnica

El mercado meta son todas aquellas personas que tengan como negocios talleres, fábricas y que sean distribuidores de materiales para reparación de cualquier clase de motores.

Se tomó en cuenta para este estudio la ciudad de Guayaquil, ya que es la ciudad con mayor movimiento económico e industrial del país, y por ende con mayor número de clientes potenciales para la marca.

Tamaño de la muestra

Como ya sabemos, los rodamientos son parte fundamental en la operación de todos los motores eléctricos y mecánicos que se encuentran en toda clase de maquinarias en los sectores industriales, agrícolas y automotriz, y son usados por todos los talleres de reparación de motores, el universo o mercado meta es muy grande.

Por ese motivo hemos tomado en consideración para la encuesta propuesta a 60 personas, entre ellas talleres, fábricas de varios tipos y distribuidores.

Encuesta

Es un método en el cual se diseña un cuestionario con la finalidad de obtener información del mercado.

Esta encuesta nos da a conocer lo que opinan los clientes sobre los productos ya existentes en el mercado y la posibilidad de introducir una nueva marca.

Se trabajó básicamente con preguntas sencillas y de fácil comprensión para que las respuestas a estas nos den información exacta sobre diferentes aspectos en el mercado meta, como por ejemplo, factores que influyen en la toma de decisión de los clientes, marcas ya establecidas en el mercado, entre otros.

Las preguntas que se realizaron son:

¿Es usted distribuidor o consumidor final de rodamientos?

Con esta pregunta podemos determinar a qué tipo de cliente estamos evaluando.

¿Qué factores influyen al momento de escoger una marca de rodamientos?

- Las respuestas a esta pregunta nos dan a conocer los criterios de cada persona al momento de adquirir un rodamiento.

Dentro de la respuesta que dieron los encuestados se pudo clasificar en:

Precio

Calidad

Experiencia (Que trabaje con marcas que conozca)

Recomendación (Que trabaje con marcas que le sean recomendadas por terceros)

¿Trabajaría usted con una nueva marca de rodamientos con buenas referencias?

Esta pregunta fue formulada para conocer la disposición que tiene esa persona a probar nuevos productos siempre y cuando sean garantizados. Lo que nos dará una pauta de las oportunidades que tenemos con nuestra marca.

¿Es importante para usted el origen del rodamiento?

Esta pregunta va ligada a la calidad del rodamiento, si para esa persona es importante el origen, seguro le interesa la calidad.

¿Sabe usted de donde es originaria la marca de rodamientos que utiliza?

La respuesta a esta pregunta nos ayudará a determinar los orígenes que han escogido los

clientes ya que esto influye en la calidad de rodamientos que utiliza.

¿Qué marcas de calidad conoce usted en el mercado ecuatoriano?

Aquí tendremos conocimiento sobre cuáles son las marcas que están en la mente del consumidor.

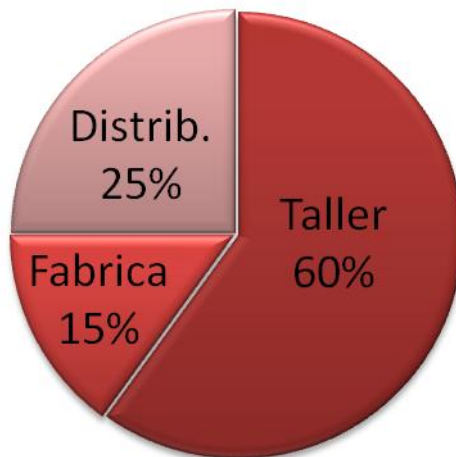
¿Conoce la marca Steyr?

Las respuestas a esta pregunta nos dan una pauta de la experiencia que tienen las personas acerca de NKE a pesar de que no conozcan la nueva imagen de la marca.

2.2.1.2.4. Tabulación de resultados

Los siguientes gráficos nos muestran los resultados de la encuesta realizada a diferentes talleres, fábricas y distribuidores de rodamientos que son los potenciales clientes.

Tipo de clientes potenciales encuestados



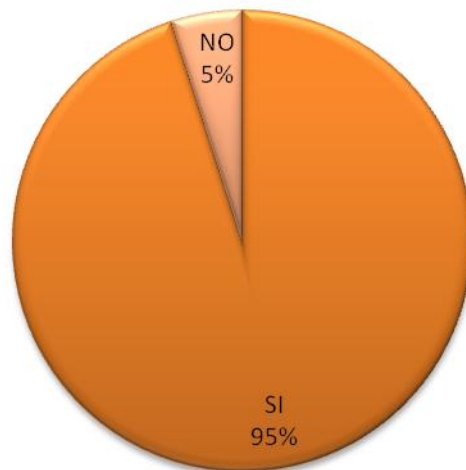
La primera pregunta que se hizo estableció los tipos de clientes a los que se les realizó la encuesta. Podemos observar que el mercado al que nos vamos a dirigir está dividido entre talleres que tienen un porcentaje de 60%, distribuidores con un porcentaje del 25% y fábricas quienes representan el 15% del mercado potencial.

Factores que influyen a la hora de escoger un rodamiento



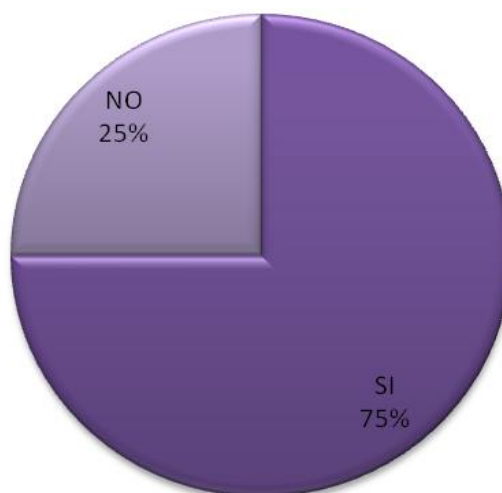
En la segunda pregunta planteada a los posibles clientes pudimos determinar cuales son los factores que influyen en el momento de escoger un rodamiento. Como el gráfico lo indica, el factor que más influye es la calidad, ya que representa un 56%, posteriormente mencionaron el precio del producto que tiene un porcentaje del 28% y por último indicaron que el otro factor es la experiencia con un porcentaje del 16%.

Trabajaría con una nueva marca de rodamientos con buenas referencias



Esta pregunta nos da la pauta necesaria para saber si el mercado está dispuesto a consumir un producto nuevo, siempre y cuando las características del producto ofrecido cumplan con sus requerimientos. Los resultados son favorables para el proyecto ya que el 95% dio una respuesta positiva, mientras que el 5% no trabajaría con una nueva marca.

Importancia del origen del rodamiento



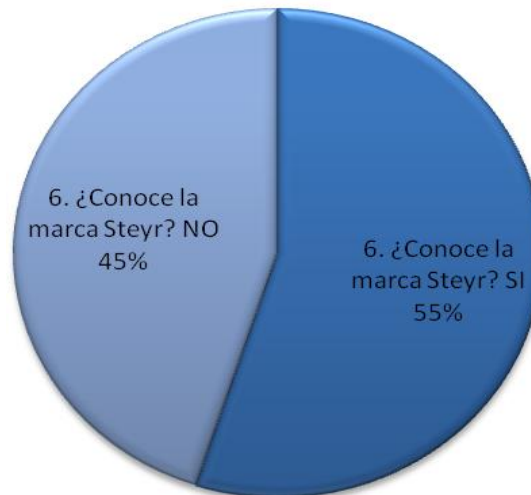
Con los resultados a esta pregunta podemos discernir que para la mayoría de consumidores de los rodamientos es muy importante el origen del mismo ya que esta les puede indicar si la calidad del mismo cumple con sus expectativas. El 75% de los encuestados dio una respuesta positiva a la misma, mientras que al 25% restante no le importa el origen del mismo, esto quiere decir que para ellos solo es importante el precio de adquisición del rodamiento.

Conocimiento del origen de los rodamientos que utilizan



Esta pregunta va ligada a la anterior, si al cliente le interesa el origen del rodamiento que adquiere sabrá también de qué países proceden, nos dieron una respuesta positiva el 90% de los encuestados mientras que el 10% no sabe el origen de los rodamientos que adquiere.

¿Conoce la marca Steyr?



El 55% de la población encuestada conoce la marca Steyr, lo que es muy importante para nosotros, ya que Steyr era una marca que comercializaba rodamientos a nivel mundial, reconocida por su calidad, esto nos ayuda mucho en la introducción de la marca NKE, que es la nueva imagen de la antigua marca Steyr.

2.2.1.2.5. Conclusión de Investigación

Con los resultados de esta investigación podemos concluir que sería muy probable poder introducir la marca NKE al mercado ecuatoriano, ya que el mismo brinda apertura a nuevas marcas de rodamientos que cumplan con todas sus expectativas, tanto en calidad como en precio.

Ya que el origen de los rodamientos es un factor muy considerado por el cliente al momento de adquirir un producto, se puede indicar que la marca NKE exporta única y exclusivamente desde su central en Austria.

Sin mencionar que la fábrica NKE es la única en la actualidad que controla la calidad de sus rodamientos en la central en Steyr, Austria, y se puede garantizar que cada uno de los lotes que fabrican cumple con los requerimientos para los mercados más exigentes.

Aunque en el mercado existan marcas conocidas durante años, los mismos clientes coinciden muchas veces entre ellos al mencionar que estas marcas les han ocasionado alguna vez problemas al momento de poner a funcionar los motores que necesitan ser reparados, o que los rodamientos utilizados les empiezan a causar problemas al poco tiempo después de haber sido instalados en las maquinarias.

Estas opiniones se han ido incrementando con el tiempo, y alegan que durante los últimos años, las marcas conocidas envían rodamientos al mercado desde cualquier parte del mundo sin tener en cuenta que cada vez los clientes se preocupan más por los orígenes de los productos que adquieren, y muchas veces el mercado espera tener

rodamientos fabricados en Suecia, Alemania o Japón que son los países de origen de las marcas SKF, FAG, NTN y KOYO respectivamente.

Se tiene un gran punto a favor que es el que el mercado ya conocía anteriormente la marca Steyr, trabajaban con ella y sus experiencias con la misma son excelentes.

Por las razones antes expuestas, hemos comprobado que la marca NKE tendría una aceptación importante si informamos de manera honesta las bondades del producto que tendría la oportunidad de adquirir.

3. ESTUDIO DEL COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR Y DEL MERCADO

3.1. Comportamiento del consumidor

Conocemos como consumidor a aquella persona que utiliza un producto o servicio para satisfacer una necesidad.

Esta base nos ayudará a analizar el comportamiento de los consumidores de rodamientos, ya que esta información nos sirve para plantear las distintas estrategias a seguir para introducir la marca.

Es muy importante para este proyecto conocer la forma de pensar del consumidor final, ya que este es el que decide qué clase de materiales se deben utilizar para la reparación de sus motores, como son los rodamientos, recomendándole a los talleres e industria en general las marcas de los mismos.

Es por este motivo que se deben realizar constantes estudios para conocer cómo va variando el comportamiento del consumidor, ya que estos se ven influenciados por varios factores que se encuentran en su entorno e intervienen directamente en su decisión de compra.

Se analizarán cuatro factores importantes para definir el perfil del cliente tales como los son factores psicológicos, culturales, presupuesto y la disponibilidad en el mercado.

3.2. Factores que inciden en la decisión de compra

3.2.1. Factores psicológicos

Al tratar el aspecto psicológico del consumidor se observa que las elecciones de compra de una persona se encuentran influenciadas por factores psicológicos como son: la motivación, percepción y aprendizaje.

La motivación está ligada a variables que influyen en el momento de adquirir un producto, en este caso específico de los rodamientos estas variables podrían ser el precio, los descuentos que se les otorgue, la calidad del producto, el crédito a los que estarían sujetos. Es la necesidad que el cliente tiene de adquirir un producto el cual le proporcione beneficios y cubra con sus expectativas.

La percepción desempeña un papel importante en la decisión de compra del cliente debido a que se recibe, se organiza y se da significado a la información que se obtiene sobre el producto que se va a adquirir. En la percepción influyen aspectos como, la marca, el posicionamiento y la publicidad.

Otro aspecto importante es el aprendizaje, este se da como resultado de la observación y la experiencia. Es cuando el cliente ha desarrollado el interés de comprar nuestros rodamientos como consecuencia de la recomendación recibida por otras personas y

posteriormente, por la adquisición y el resultado que obtiene después de la misma, que sería la calidad superior de nuestros rodamientos en comparación con los demás comercializados en el mercado.

Para que el cliente pueda tomar una decisión acertada del producto que va a comprar tiene que haber analizado todos los aspectos que considera importante de su rodamiento.

3.2.2. Factores culturales

La cultura del consumidor juega un rol importante, ya que depende del conjunto de enseñanzas que ha obtenido desde su crecimiento hasta ser parte activa en la producción de la sociedad, para saber qué tipo de criterios tiene a la hora de seleccionara un producto. Los rodamientos son parte de ese grupo de productos que se compran por influencia de la sociedad, puesto que la mayoría compra por referencias a pesar de que dicen que es por calidad pero en realidad, se dejan llevar por lo que dice el mercado. En este mercado existen los clientes conscientes de la seguridad que brindan los productos de calidad y también existen los que buscan solo precios. La introducción de esta marca al mercado, requerirá hacer una campaña de concientización para informar a las personas de la necesidad que existe en usar un producto que tenga todas las características que requieren las maquinas en la actualidad.

3.2.3. Factores de presupuesto

Este factor es muy importante para que el cliente tome una decisión de compra. Aquí se debe tener en cuenta la capacidad económica que tiene el cliente para adquirir nuestro producto.

En este aspecto influyen factores externos como la fluidez de la economía y la liquidez que tengan las personas. Aunque en nuestro caso se les otorga crédito a nuestros potenciales clientes para que la adquisición de nuestros rodamientos sea cómoda para todo el mercado. Sin descuidar por supuesto el hecho de recuperar en el tiempo definido la cartera.

3.2.4. Factores de disponibilidad en el mercado.

Aquí nos referimos a la cantidad de rodamientos que los clientes esperan que existan en el mercado para cubrir con su necesidad de recibir su producto en el momento que deseen.

Las personas esperan encontrar los productos que requieran en un momento determinado para reparar su maquinaria en alguna emergencia que se presente, ya que no les conviene que sus máquinas dejen de funcionar, parar la producción y con esto dejar de comercializar sus productos.

En este caso el negocio propuesto, por ser único distribuidor de esta nueva marca de rodamientos, tendría en su stock una gran variedad de rodamientos para cubrir cualquier eventualidad presentada a sus clientes.

El stock es quizás un de los factores que más influyen a la hora de elegir un producto y en el caso de los rodamientos no es la excepción. La mayoría de las veces el cambio de rodamientos se lo realiza porque la maquina que lo necesita está dañada y lo más probable es que el cliente tenga una marca fija en la que confía, pero si el número del rodamiento no está disponible en esa marca el cliente optará por llevar otra marca que le ofrezca disponibilidad.

3.3. Proceso de decisión de compra

En el proceso de compra, el cliente pasa por cinco etapas que son el reconocimiento de las necesidades, búsqueda de información, evaluación de alternativas, decisión de compra y conducta post compra.

En la primera etapa, al cliente se le presenta la necesidad de adquirir un rodamiento al momento que una máquina requerida para su producción necesita ser reparada por algún desperfecto. Es aquí que el cliente reconoce la necesidad imperante de conseguir un material de alta calidad que le proporcione beneficios al momento de operar nuevamente la maquinaria.

Posteriormente, cuando ya ha reconocido su necesidad, empieza a buscar información en el mercado acerca de los materiales que necesita para la reparación de sus motores. En este momento recurre a diferentes fuentes de información que le pueden ayudar a adquirir la necesaria. Puede recurrir a personas que tengan conocimiento de los materiales que necesita, o a conocidos que le recomienden ciertas marcas de materiales. Puede también recurrir a información comercial, que la pueden proporcionar directamente los talleres donde llevaría a reparar sus motores.

Después de obtener la información necesaria es el momento de evaluar las alternativas. Estudiará cada producto y cada marca referida para así poder elegir la que más le conviene.

Una vez que se evaluaron las diferentes alternativas el cliente decide la marca del producto que va a adquirir. Esta decisión se basará en factores como el precio, los descuentos que se presenten y por supuesto el crédito que se le otorgue.

Después de haber tomado una decisión y de haber adquirido el producto, viene la etapa post compra. Aquí el cliente experimentará satisfacción o insatisfacción, notará si el rodamiento adquirido cumple con todas las expectativas planteadas. Esto es muy importante ya que se define si el cliente adquirirá posteriormente nuestro producto.

El objetivo de este trabajo es ofrecer al mercado en general un rodamiento de calidad que haga que el cliente se decida a adquirir nuevamente nuestro producto.

3.4. Análisis competitivo

Los rodamientos son materiales indispensables para el funcionamiento de cualquier maquinaria en diferentes sectores de nuestra economía, en el sector industrial, en fábricas e industrias, en el sector agrícola, en todas sus maquinarias, en el sector automovilístico, en todos los motores.

Es por esto que varias compañías comercializan un sin número de rodamientos en varias marcas que proceden de diferentes países lo cual influye directamente en la calidad de los mismos y en el precio al cual se los comercializa principalmente.

3.5. Análisis de los Competidores.

Las marcas más reconocidas de rodamientos en la ciudad de Guayaquil son SKF, FAG, NTN, KOYO entre otras. A continuación se detallarán cada una de las marcas nombradas anteriormente, que son potenciales competidores de nuestra nueva marca de rodamientos:



Esta empresa se inició en Suecia en el año 1907. Cuenta con 70 fábricas, 20.000 concesionarios y están representados en 130 países. Los rodamientos que comercializan son originarios de diferentes países como son, Suecia, el Reino Unido, Dinamarca, Alemania, Francia, España, India, Brasil, China, Australia, entre otros.



Esta empresa se inició en Alemania en el año 1883. Están representados en 180 países. Los rodamientos que comercializan son originarios de países como: el Reino Unido, Canadá, Brasil, E.E.U.U, Rumania, Corea, Hungría, Portugal, entre otros.

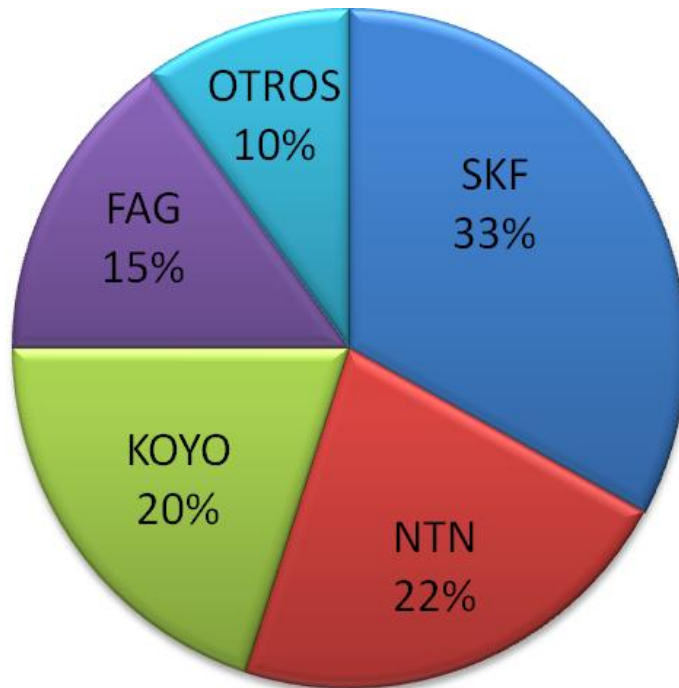


Esta empresa se inició en Japón en el año 1918. Cuentan con 5 fábricas. Los rodamientos que comercializan son originarios de países como: Japón, E.E.U.U, Alemania, Canadá y Taiwán.



Esta empresa se inició en Japón en el año 1921. Cuentan con 18 fábricas.

Aceptación de las marcas antes mencionadas en el mercado.



En nuestro medio la marca SKF tiene una aceptación del 33% siendo así la marca con mayor valor en la mente del consumidor. Otras marcas como NTN tienen un 22%.

Debilidades de la competencia

Después de haber realizado un análisis de las marcas que se encuentran ahora en la mente del consumidor en el mercado ecuatoriano, podemos decir que los distribuidores se encuentran un poco descontentos por los plazos de entrega de los pedidos por parte de sus proveedores en el exterior que no necesariamente son las fábricas, lo que nos favorece a nosotros porque trabajamos directamente con la fábrica.

Otra debilidad que podemos encontrar es la de que las marcas antes mencionadas no cuentan con el sello de calidad que posee NKE, ya que sus productos son fabricados en varios países, lo que nos indica que la calidad de los mismos varían y por lo tanto influye en el precio al cual son comercializados.

En cuanto a la distribución una de las debilidades muy comunes de la competencia es que ofrecen muchas veces el mismo precio de los distribuidores a los consumidores finales, quedándose así los distribuidores sin base para pelear los precios.

4. MARKETING MIX

4.1. Objetivos

Introducir exitosamente la marca NKE Austria de rodamientos y posicionarla en el mercado ecuatoriano como una alternativa de calidad.

4.2. Matrices

4.2.1 Matriz de Ansoff

Más conocida como matriz de producto/mercado, es un modelo que ha demostrado ser muy útil en procesos estratégicos para así determinar las oportunidades de crecimiento del negocio. Podemos enfocarlo en dos dimensiones: Producto y Mercados.

Podemos formar cuatro estrategias de crecimiento sobre éstas dos dimensiones:

- 1. Penetración de mercado:** Vender más de los mismos productos o servicios en mercados actuales.
- 2. Desarrollo de mercado:** Vender más de los mismos productos o servicios en nuevos mercados.
- 3. Desarrollo del producto:** Vender nuevos productos en mercados actuales.

4. **Diversificación:** Vender nuevos productos o servicios en nuevos mercados.

Con ésta explicación podemos definir la estrategia que vamos a seguir.



Hemos ubicado a NKE dentro de la estrategia de desarrollo del producto, ya que consideramos que el mercado al que estamos introduciendo la marca ya existe y nuestra oferta es una nueva marca, con nuevas características.

4.3. Posicionamiento

Conocemos como posicionamiento al lugar que ocupan ciertos productos o marcas en la mente de los consumidores.

El objetivo de este proyecto no solo es introducir la marca NKE al mercado ecuatoriano, sino también posicionarla en el primer lugar en la mente del consumidor.

La marca entra en el mercado con una serie de características que puede llamar la atención de todas las personas que tengan conocimiento sobre rodamientos. Nuestra ventaja competitiva no solo se mide en calidad sino en precios y demás factores.

Para posicionar la marca en el mercado se usarán varias estrategias como el posicionamiento basado en las características del producto, en el cual se da a conocer al mercado potencial el producto en sí, que ofrece, como adquirirlo, donde adquirirlo y, lo más importante, dar a conocer cada una de las partes y todas las características que posee, para que de esta manera el cliente vaya adquiriendo un poco más de confianza para que en el momento en que sienta la necesidad de adquirir un rodamiento, busque nuestra marca.

Otra estrategia de posicionamiento que se podría aplicar es la basada en precio / calidad. Muchas veces el precio influye directamente en la calidad del producto, existiendo una relación directa entre ellos, siendo que a menor precio, menor calidad, es así como lo relacionan las personas en

todos los aspectos. Pero para este proyecto, después de haber conocido el producto y sabiendo que es de una calidad superior a la de cualquier otro y de poseer un precio inferior a los otros rodamientos comercializados en el mercado, se puede aplicar esta estrategia de manera exitosa, ofreciendo el rodamiento a un precio justo y de una excelente calidad.

Ya cuando la marca de rodamientos se haya introducido de manera exitosa en el mercado, podemos aplicar otra estrategia de posicionamiento con relación a la competencia, que significa comparar el producto ofrecido con el de la competencia, haciendo que el cliente sepa que los rodamientos NKE son superiores a cualquier rodamiento que comercialice la competencia, tanto en precio como en calidad, resaltando que las características de los nuestros cumplen con todas sus expectativas.

4.4. Estrategias de introducción en el mercado.

Como los rodamientos son indispensables en cualquier industria, nuestra estrategia de introducción es hacer llegar la marca NKE de rodamientos a todos los distribuidores que se encuentren fuera y dentro de la provincia del Guayas, con los mejores precios del mercado para que ellos tengan un incentivo para comercializar la marca.

Además, se manejaría una gran campaña de comunicación para dar a conocer la marca, sus características y todos los beneficios que tendría al adquirirla.

Nuestra principal estrategia será dar a conocer la transición de imagen que hay entre Steyr y NKE, garantizando así el producto con una nueva marca pero con más de 60 años de experiencia en el mercado mundial.

Podemos basar nuestra campaña de introducción con las siguientes estrategias:

Descuentos: Se les otorgará descuentos por introducción a los clientes en su primera compra para incentivar a que prueben el producto y de esta manera comprobar la calidad con la que está fabricado el mismo.

Ferias y exposiciones: Es interesante como las ferias están tomando participación en el mercado ecuatoriano, es por este motivo que como parte de la estrategia de introducción se deberá participar constantemente en diferentes ferias y exposiciones, en las cuales, aparte de dar a conocer mucho

más la marca, se crea una imagen y se graba en la mente de los potenciales clientes.



Stands en ferias



Afiches y banners



Este material publicitario se puede tener disponible en varios tamaños, para cada uno de los lugares donde se distribuyan los rodamientos. Así como talleres que sean clientes.

Muestras gratis

Dado que es un producto nuevo, está de más decir que los clientes quisieran probar el producto antes de adquirirlo, pero también es verdad que dar muestras a todos nos hace incurrir en costos muy altos. Por esta razón se podría designar un rodamiento 6203 2RS2 C3 que es un rodamiento muy usado en el mercado.



Visitas a clientes

Se podrá contactar a las personas o entidades que sean usuarios de rodamientos para hacer citas que permitan explicar en un tiempo corto las bondades de estos rodamientos para no tomar mucho tiempo del cliente y así dar a conocer la marca. El material con el que se cuenta para proveer de información al cliente es proporcionado por la fábrica en su interés por dar a conocer el producto lo que ofrece una confianza al consumidor de que ese producto es comercializado por nosotros desde la fábrica.

Cuñas de radio

Durante partidos de fútbol y programas deportivos se podrá pasar cuñas cortas que anuncien la llegada al mercado de la marca NKE de rodamientos dando énfasis al Slogan "NKE Los nuevos rodamientos de Europa".

Anuncios de prensa

Espacios que destaquen a todo color la marca NKE indicando su origen, algunas ventajas, promociones y el lugar donde los pueden adquirir. Estos anuncios aparecerán los días domingos en los principales diarios del país en la sección principal, durante los seis primeros meses de operación.

Propagandas móviles

Contratar los servicios de carros que se movilicen por toda la ciudad con un anuncio grande la marca y el lugar donde la pueden encontrar con dirección y teléfono.

Convenios con universidades y colegios técnicos

Se puede trabajar en la mente del consumidor desde su formación profesional, dictando charlas en universidades y colegios técnicos acerca de las fallas que tienen los motores por usar rodamientos de mala calidad haciéndoles énfasis en el ahorro que pueden hacer si utilizan un rodamientos que cueste un poco más comparado a las marcas corrientes existentes en el mercado aumentando así la vida útil de las maquinarias. Haciendo esto podemos garantizar el conocimiento de la marca en clientes futuros.

4.5. Marketing Mix

4.5.1. Producto

El consumidor al momento de realizar la compra de un producto, está llevando consigo algo más que una serie de atributos físicos. Está comprando la satisfacción de sus necesidades en forma de beneficios que espera recibir del producto.

Los clientes al momento de comprar un rodamiento buscan calidad, ya que requieren que los productos que adquieren tengan un buen funcionamiento y no ocasionen problemas dentro de las maquinarias en el futuro.

La marca NKE cuenta con una gama muy extensa de productos en todas sus líneas, mismas que satisfacen las necesidades del mercado potencial.

Poseen toda clase de rodamientos, en todas las medidas requeridas por el cliente. Sin mencionar que los materiales con los que fabrican los rodamientos son de alta calidad y su tecnología de fabricación es de primera.

Cabe indicar que todos sus productos se rigen a rigurosas pruebas que deben cumplir para poder comercializarlos

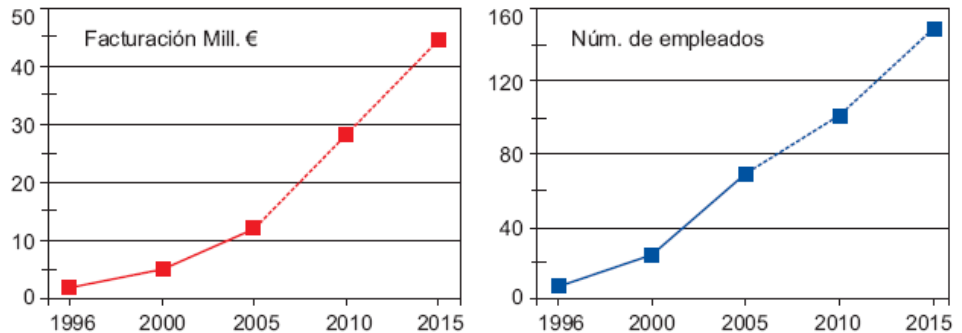


4.5.1.1. Tamaño y potencial crecimiento de la marca

NKE es una marca con 10 años en el mercado internacional. La sede central en Austria cuenta con una infraestructura de más de 3000 metros cuadrados.

Más de 70 empleados, oficinas de ventas en Alemania, Croacia, Francia, Hungría Italia, Serbia, Montenegro,

R.U., EE.UU. y más de 200 centros de distribución a nivel mundial.



u

Dado que NKE es una marca en constante crecimiento, se puede esperar de un crecimiento conjunto en respuesta a la oferta. Se puede empezar por comercializar los rodamientos más utilizados, hasta tener un stock que pueda competir con cualquier marca. Adicionalmente los plazos de entrega en fabrica de algún rodamiento especial es menor que en la competencia, por lo que actualmente si responde más rápido a la demanda.

4.5.1.2. Estrategia de producto

Para proceder a introducir una nueva marca de un producto tan necesario en el mercado, como lo son los rodamientos, no es necesario precisar en etiquetas ni en cajas de presentación, lo único necesario es que el cliente conozca cómo distinguir la marca de otras, ya sea por los colores usados en su embalaje o simplemente por saber cómo se pronuncia su marca, o las letras que llevan su nombre. Generalmente las marcas de rodamientos

llevan nombres cortos constituidos por tres o cuatro letras.

NKE como lo dicen sus siglas en alemán NEU KUGELAGER AUS EUROPA -> NUEVOS RODAMIENTOS DE EUROPA. Nos da una pauta en que tenemos que centrar nuestra campaña de reconocimiento en el mercado.

Con esto, los ejecutivos de NKE quieren demostrar que son una nueva generación de rodamientos, de mayor calidad y de perfeccionamiento en el desarrollo, con características nuevas con las que no cuentan los otros rodamientos ya existentes por muchos años y que proceden de una marca anteriormente conocida como Steyr, marca muy recordada y reconocida por su eficiencia en el funcionamiento.

El conjunto de acciones a tomar para introducir esta marca deberá ser más personalizado ya que el mercado al que nos vamos a dirigir son personas que necesitan más información del producto para llegar a tomarlo en cuenta.

4.5.2. Precio

Por ser un producto nuevo en el mercado, se deberá manejar con márgenes aceptablemente cómodos para los clientes para que se animen a la compra, pero de la misma forma no podemos ponerlo muy barato

tampoco, debido a que es un producto de primera calidad y muchas personas relacionan la calidad con el precio, por ejemplo: Si una persona está buscando un producto X en el mercado, relaciona primero el precio y luego la calidad, si está muy barato la persona dice: "Debe ser malo", y lo mismo pasa al contrario.

NKE ofrece a sus distribuidores precios con los que puedan competir con las marcas existentes y en nuestro caso no hay excepción por lo que los precios con los que contamos para introducir la marca están con un 10% por debajo del precio de competidores como SKF Y FAG, que son marcas europeas y las que se pueden considerar que son la competencia directa de NKE. Con respecto a NTN, KOYO, etc., los precios varían e incluso son más caros, pero no podemos dejar de lado el hecho que NKE si es controlado en calidad totalmente por Austria a diferencia de las otras marcas. Adicionalmente que todos sabemos que el costo de la mano de obra austriaca está por encima de la asiática o la latinoamericana.

Es importante hacer la diferenciación del descuento que se maneja a distribuidores y consumidores finales, ya que de eso depende mucho la aceptación que tenga la marca entre distribuidores, porque aparte de la calidad ellos necesitan tener un margen que les permita trabajar con los consumidores finales y no le podríamos dar el mismo trato a un distribuidor que a un usuario final porque sino dañaríamos desde el comienzo el mercado y no creerían en nuestra palabra. Es posible

tener un margen del 25% entre distribuidor y consumidor final. También tenemos que dar un incentivo a los clientes finales que compren en grandes volúmenes o clientes frecuentes como sería un descuento del 10% por dar un ejemplo.

4.5.3. Comunicación integral

4.5.3.1. Relaciones públicas

Se puede llegar al público, dictando charlas acerca de la importancia de utilizar rodamientos que soporten la demanda física que requieren las maquinarias en la actualidad.

Ya sea en universidades, en las facultades de ingeniería mecánica, o en las fábricas donde tienen sus propios talleres de mantenimiento.

Así mismo se pueden organizar eventos anuales, invitando a representantes de diferentes sectores de la industria para actualizar sus conocimientos en cuanto al manejo eficiente de este tipo de producto.

4.5.4. Plaza

4.5.4.1. Canal de distribución

Los rodamientos, por ser un producto sumamente necesario para el funcionamiento de cualquier

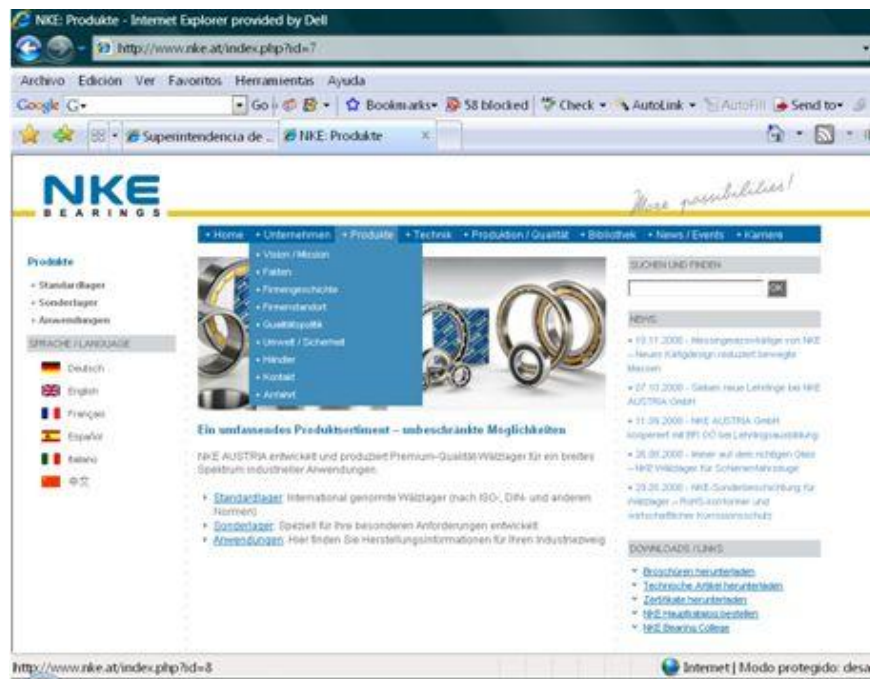
máquina, deben contar con varios centros de distribución en la mayoría de las provincias del país para que de esta manera se pueda cubrir el mercado nacional.

Como se mencionó anteriormente, se cuenta como clientes potenciales a los talleres, fábricas y distribuidores en todo el país.

4.6. E-Marketing

Teniendo en cuenta que cada día la utilización de internet en las empresas y usuarios en general es más frecuente en Ecuador, es importante tomar en cuenta que una manera de posicionar la marca en la mente de consumidor es teniendo presencia en internet.

Con la ventaja de que la fábrica de NKE cuenta con una página en internet completa y amigable. Dar a conocer a las personas de la existencia de la página es un paso muy importante para los que se interesan por saber más acerca de las características y calidad del producto. Adicionalmente la folletería es muy amplia y está disponible para todo tipo de usuarios sin necesidad de recurrir a una clave personal de acceso.



Notamos que la página está en 6 idiomas lo que demuestra el interés por llegar a la mayor cantidad de personas.

Uno de las formas más sencillas para llegar a todo un mercado es por medio del envío de promoción por e-mail. Se puede tomar como base de datos a los usuarios de las cámaras de comercio e industrias del país. De esa manera nos aseguramos de llegar a los que están directamente compenetrados en la producción del país. Igual no está de más acceder a una de las bases de datos de cualquiera de las empresas que se encargan de la promoción por mail dado que no todas las personas están afiliadas a alguna de las cámaras.

La información que se envíe por e-mail deberá ser concreta, llamativa y clara para facilitar al entendimiento de la persona que la va a leer.

Post Venta

Parte del servicio post venta será ayudar al cliente con la promoción del producto e indicando los almacenes donde podrán ser adquiridos los productos.

Así mismo se dictaran charlas informativas acerca de las ventajas técnicas de este producto antes de la venta y más aún después de la misma a fin de mantener actualizado al cliente.

Mes a mes se visitará al cliente para saber cómo se ha ido desarrollando el mercado y darle nuestro apoyo técnico.

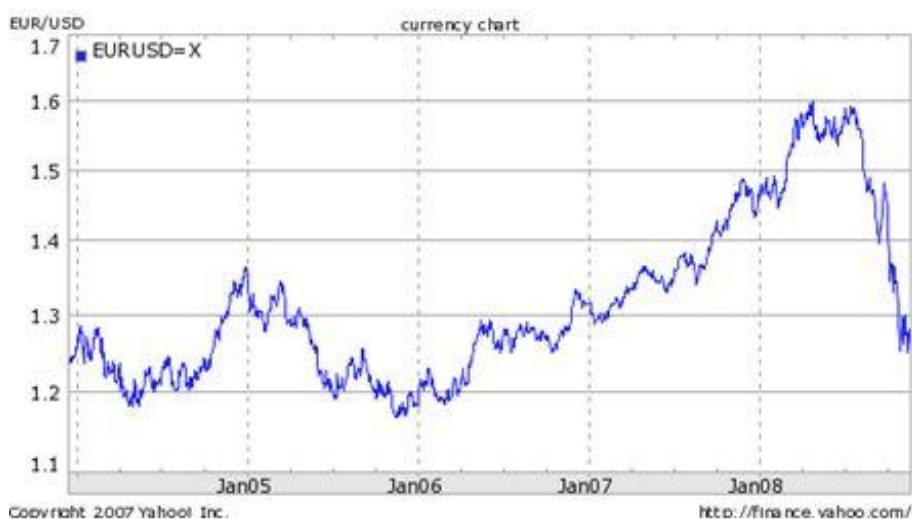
5. LOGÍSTICA IMPORTACIÓN

5.1. Influencia de factores externos

5.1.1. Cotización del euro y precio del petróleo.

Debido a que se trata de un producto europeo, es importante tener en cuenta que la cotización del euro con respecto al dólar influye directamente sobre el precio de comercialización en el mercado.

En los últimos meses hemos notado una considerable caída del euro respecto al dólar estadounidense y se ubica actualmente en 1.25, después que llegó a costar más de 1,60 en este año, lo que nos da oportunidad de comercializar con mejores precios.



La zona objetivo de largo plazo es la de 1.1650 aproximadamente, si bien podría realizar una corrección al alza en cualquier momento, un movimiento intermedio pero que podría durar semanas o meses.

Si es verdad que el bajo precio del euro nos beneficia directamente, también tenemos que analizar la razón de ésta caída significativa de la moneda europea. Ninguna empresa debe ser indiferente a la crisis que estamos viviendo a nivel mundial, originada en Estados Unidos y la amenaza real es la disminución del crecimiento en todos los países. Ecuador al ser exportador de petróleo también depende del precio internacional el cual ha caído en los dos últimos trimestres del año 2008 y de la misma manera se verá afectada la economía de nuestro país y de la misma forma la capacidad de compra de las empresas puede verse involucrada a la hora que adquirir productos, pero como habíamos dicho anteriormente, los rodamientos son una de las partes más importantes de los motores y de las maquinarias en general por lo que al dar la opción que estamos proponiendo con la nueva marca podríamos contrarrestar muchos de los gastos que ocasiona comprar rodamientos de mala calidad, ya que la principal característica de NKE es dar más ventajas a los usuarios en cuanto a mantenimiento y una mayor funcionalidad de sus motores.

5.2. Incoterm utilizado

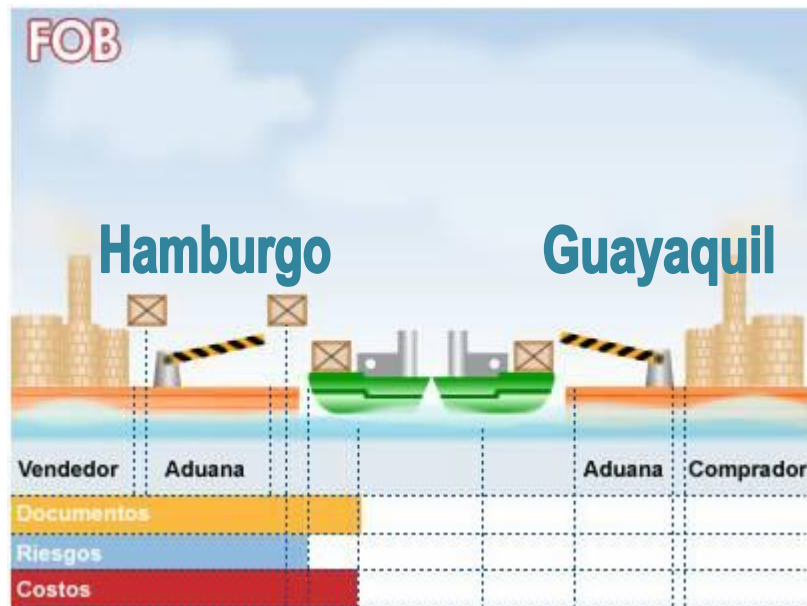
Para el mejor y más claro entendimiento en el comercio exterior, la cámara de comercio internacional implementó un conjunto de reglas internacionales, que determinan el alcance de las cláusulas comerciales incluidas en el contrato de compraventa internacional. La selección del Incoterm influye sobre la forma de establecer el precio de importación en el contrato.

Los Incoterms determinan:

- El alcance del precio.
- En qué momento y donde se produce la transferencia de riesgos sobre la mercadería del vendedor hacia el comprador.
- El lugar de entrega de la mercadería.
- Quién contrata y paga el transporte
- Quién contrata y paga el seguro
- Qué documentos tramita cada parte y su costo.

Por lo tanto el Incoterm a utilizarse para la comercialización de los rodamientos NKE será FOB, lo que significa que la entrega de la mercadería, para efectos de costos, riesgos y documentos, se realiza pasando la borda del buque en puerto de Hamburgo.

Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.



Obligaciones de NKE (Vendedor)

- Entregar la mercadería y documentos necesarios en Hamburgo.
- Empaque y embalaje.
- Flete desde la fábrica en Steyr, Austria hasta Hamburgo, Alemania.
- Costos aduaneros en Hamburgo como documentos, permisos, requisitos, impuestos.
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)

Obligaciones del distribuidor en Guayaquil. (Importador).

- Pago de la mercadería
- Flete y seguro desde Hamburgo hasta la bodega en Guayaquil. (contando con un seguro que cubra todo riesgos)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)

- Costos aduaneros en Guayaquil como documentos, permisos, requisitos, impuestos.
- Flete desde el puerto marítimo de Guayaquil a la bodega.
- Demoras

Cabe recalcar que FOB es el Incoterm más utilizado para la comercialización de mercaderías internacionales.

5.3. Requerimiento de cantidades

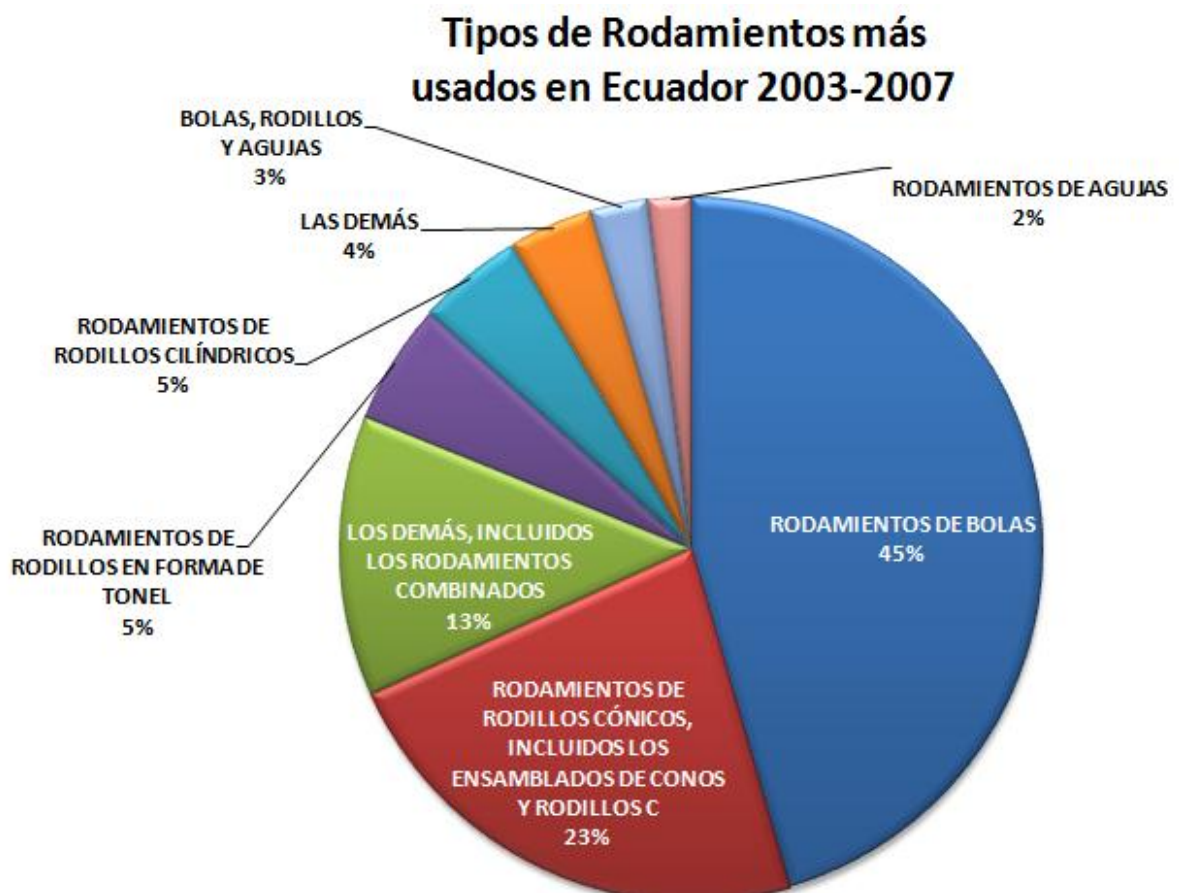
Debido a que planeamos trabajar sobre pedido los primeros años no tendremos que pedir más de lo que necesiten nuestros clientes que son los distribuidores o fábricas.

Pero considerando que nadie compra algo que no conoce, los primeros seis meses podemos manejarnos con una cantidad razonable de stock valorado en \$25.000,00, para los clientes que se animen a probar el producto inmediatamente, luego de esto podemos realizar los pedidos según cantidades que requieran los distribuidores y así no importar cantidades que tengamos que mantener en stock, y se justifica porque nosotros no vamos a dirigirnos directamente al consumidor final para venderle, solo para hacerle la promoción del producto.

Un método para saber la cantidad de rodamientos a importar es sugiriendo a las empresas que hagan inventario interno de sus maquinarias y el tipo de rodamientos que requieren sus máquinas para que así puedan llevar un control de los mantenimientos a

realizarse y de la misma manera asegurarse de que ese tipo de rodamiento esté disponible localmente a la hora de su requerimiento.

Sólo para tener una idea, los tipos de rodamientos más comercializados en Ecuador se distribuyen de esta manera:



Según este gráfico obtenido por información de las importaciones de rodamientos en un rango de 5 años en Ecuador, podemos notar que el tipo de rodamiento con el que vamos a trabajar más es el rígido de bolas y que es muy utilizado en la industria en general y este dato si

concuerta con la opinión de algunos distribuidores que se contacto para realizar la investigación.

5.4. Plazo de entrega

Los plazos de entrega del pedido varían según el stock que mantengan en fábrica, pero se puede estimar un plazo de 2 meses hasta tener todas las cantidades listas para ser embarcadas. Existen plazos de entrega que pueden llegar a 6 meses, pero en todo caso con la experiencia que se tendrá en el futuro se puede hacer una programación para hacer que los pedidos están a disposición de nosotros cuando los necesitemos.

5.5. Plazo del pago

Durante las primeras importaciones se tendrá que pagar de contado cuando esté listo el pedido, pero más adelante se otorgará un crédito del 50% del valor de la factura a 45 días a partir de la fecha del B/L. Y más adelante se podrá conseguir un crédito completo pero eso depende de la responsabilidad que se tenga con los pagos y de los volúmenes que se manejen.

Esta ventaja no la dan a todos los clientes pero dado que NKE es una marca nueva para el mercado ecuatoriano la fabrica tomaría estas consideraciones antes mencionadas con las facilidades de pago por ser el primer cliente en Ecuador y también porque les interesa trabajar en este mercado.

Debemos tener en cuenta que los clientes locales deberían cancelar sus facturas en 30 días, a partir de la entrega de la mercadería.

5.6. Medio de transporte

Marítimo

Como medio de transporte principal podemos determinar que el marítimo será el más utilizado debido que es más conveniente por costos y tiempo ya que se toma 16 días en llegar desde el puerto de Hamburgo en Alemania, puerto desde el cual se embarca la mercadería ya que Austria no se cuenta con salida al mar hasta el puerto de Guayaquil, pasando antes por el canal de Panamá. El costo de la transportación hasta Hamburgo corre por cuenta de la fábrica. El costo total hasta las bodegas en Guayaquil es de un 12% aproximadamente incluidos impuestos, aforo, almacenamiento, agente aduanero, transportación a las bodegas, etc. Hamburgo es uno de los puertos que maneja gran parte de la mercadería que proviene de Europa.

Aéreo

La segunda opción de transportación en caso de que la urgencia lo amerite será aérea, medio por el cual la mercadería llega en aproximadamente en 5 días a Guayaquil, incluida la desaduanización.

El costo de la mercadería si la traemos por vía aérea sería aproximadamente del 50% más del FOB, considerando que los costos son mayores porque el flete aumenta considerablemente. Por esta razón este servicio lo ofrecemos a clientes como fábricas que necesiten de urgencia el producto y que no puedan esperar lo que se demora en llegar por vía marítima. Y los costos adicionales por traer un pedido por aéreo serán cubiertos por el cliente ya que nosotros planeamos hacer una programación de ventas sobre pedido en base a los requerimientos que tengan nuestros clientes cada 3 meses, que serán distribuidores o fábricas.

5.6.1. Consolidación de mercadería

En los casos en que no se necesite importar grandes cantidades, se puede arreglar la contratación del flete mediante una consolidación de mercaderías, que es cuando la empresa transportista reúne varias mercaderías de varios clientes y los reúne en un solo contenedor (condición de contratación de contenedores en términos LCL), lo que ayuda a abaratar costos en el caso que no necesitemos llenar todo el contenedor sino que pagamos por el espacio que ocupemos dentro del contenedor.

5.6.2. Embarque de mercadería en puerto del exterior.

El puerto de Hamburgo es el escogido por la fábrica para el embarque marítimo de mercadería

ya que Austria no cuenta con salida al mar. El puerto de Hamburgo es uno de los principales en Europa.

5.6.3. Aranceles del producto

Los aranceles que se aplican a los rodamientos son:

Sección XVI :	MAQUINAS Y APARATOS, MATERIAL ELECTRICO Y SUS PARTES; APARATOS DE GRABACION O REPRODUCCION DE SONIDO, APARATOS DE GRABACIONO REPRODUCCION DE IMAGEN Y SONIDO EN TELEVISION, Y LAS PARTES Y ACCESORIOS DE ESTOS APARATOS
Capítulo 84 :	Reactores nucleares, calderas, máquinas, aparatos y artefactos mecánicos; partes de estas máquinas o aparatos
Partida Sist. Armonizado 8482 :	Rodamientos de bolas, de rodillos o de agujas

Partida	Verif	Descripción Partida	Descripción TNAN
8482100000-0000-0000	8	RODAMIENTOS DE BOLAS	
8482200000-0000-0000	0	RODAMIENTOS DE RODILLOS CONICOS, INCLUIDOS LOS ENSAMBLADOS DE CONOS Y RODILLOS CONICOS	DIFERIM. 0% ADV, D.E. 992,R.O. 314 11/04/08; D.E 1067 09/05/08.
8482300000-0000-0000	2	RODAMIENTOS DE RODILLOS EN FORMA DE TONEL	DIFERIM. 0% ADV, D.E. 992,R.O. 314 11/04/08; D.E 1067 09/05/08.
8482400000-0000-0000	4	RODAMIENTOS DE AGUJAS	DIFERIM. 0% ADV, D.E. 992,R.O. 314 11/04/08; D.E 1067 09/05/08.

<u>8482500000-0000-0000</u>	6	RODAMIENTOS DE RODILLOS CILINDRICOS	DIFERIM. 0% ADV, D.E. 992,R.O. 314 11/04/08; D.E 1067 09/05/08.
-----------------------------	---	-------------------------------------	---

Para todas las partidas mencionadas anteriormente, se aplica la siguiente tabla de impuestos para la desaduanización:

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	0 %
FDI	0.5 %
ICE	0 %
IVA	12 %
Techo Consolidado	0 %
Incremento ICE	0 %
Afecto a Derecho Específico	
Unidad de Medida	UN
Observaciones	
Es Producto Perecible	NO

Fuente: Corporación Aduanera Ecuatoriana

Notamos que la partida 8482 del sistema armonizado correspondiente a los rodamientos tienen como Ad-Valorem 0% lo que significa que no paga aranceles a la hora de nacionalizar o desaduanizar la mercadería.

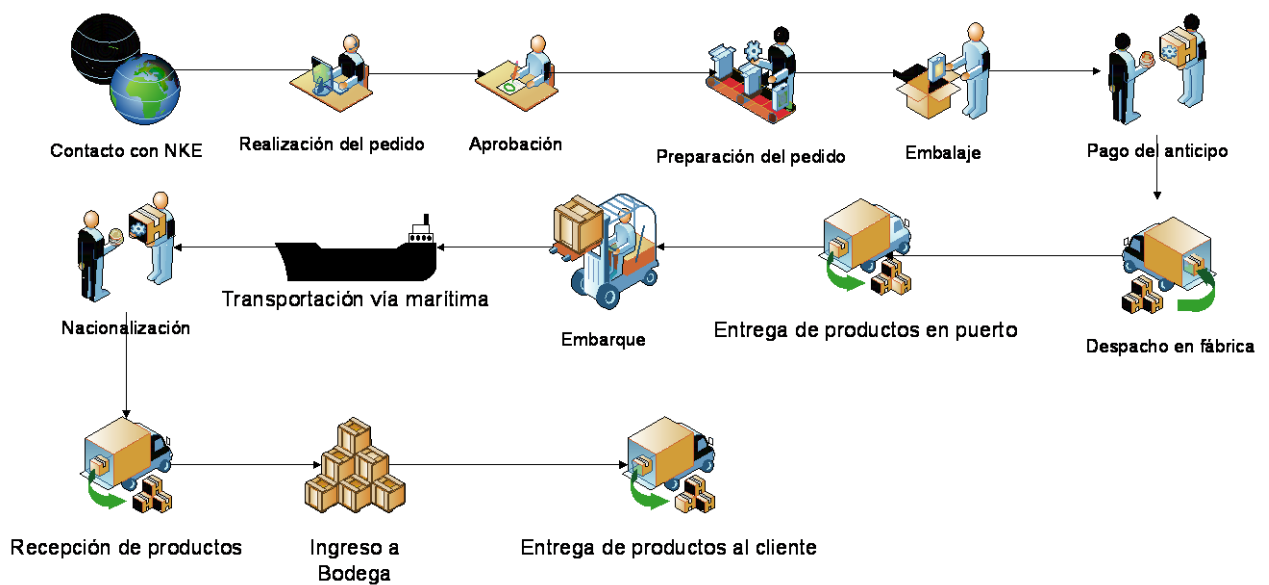
El resto de costos como flete, seguro, agente aduanero, transportación del puerto a bodega etc, bordea el 12% del precio FOB de la mercadería.

5.7. Mantenimiento en bodega

Para preservar de mejor manera los rodamientos se deben almacenar en una bodega con ambiente fresco,

ordenados de manera horizontal, para que la grasa propia del rodamiento no se concentre en un solo lado, sino de manera uniforme; también se las puede colocar una caja encima de la otra con un máximo de 5 unidades en promedio porque el peso puede hacer deformar las cajas.

5.8. Flujo de importación



El proceso de importación dura aproximadamente 3 meses entre la realización del pedido y la entrega de la mercadería.

Preparación del pedido: 2 meses aproximadamente

Transportación al puerto de Hamburgo: 7 Días considerando el embarque en el buque.

Transportación marítima al puerto de Guayaquil: 16 días.

Nacionalización o desaduanización 3 días máximos.

Entrega al cliente 1 día.

6. OPERACIONES

6.1. Riesgos internos

Se puede considerar como riesgo interno el stock disponible en la fábrica, ya que el mismo podría variar por ciertas fases o situaciones a las que enfrenten nuestro proveedor en Austria, lo que podría ocasionar la falta de mercadería para cubrir las necesidades del mercado.

Otro riesgo que podría influir negativamente en el negocio es la cartera vencida, ya que se está trabajando en base a créditos para nuestros clientes y podría ocurrir que los mismos no cumplan con sus obligaciones económicas con nosotros, lo que podría afectar en nuestra liquidez y no se tenga el capital suficiente para importar más mercadería.

6.2. Riesgos externos

El riesgo externo más importante que se podría correr en este negocio, es que los precios de los materiales con que se construyen los rodamientos cambien su precio constantemente, lo que haría que los costos de los mismos varíen al momento de importar la mercadería, y esto influya directamente en el precio de venta que se le dé a los mismos.

Esto se puede deber a la crisis económica que puedan sufrir las grandes potencias mundiales, lo que haría que

se opten otras resoluciones sobre la logística de importación de los rodamientos.

6.3. Planes de contingencia

Podríamos diseñar una estructura de financiamiento para nuestros clientes, dividirlos por categorías, la más importante es su capacidad de cubrir sus deudas, hacer un estudio y análisis profundo de las causas por las cuales caen en mora y proporcionar a cada uno el financiamiento que más se adapte a su potencial económico.

Como segundo punto, refiriéndonos a los riesgos con respecto a los precios de importación, en este negocio es necesario trabajar con un precio ponderado de los precios de venta, ya que si el precio del material llegara a fluctuar por alguna razón, nosotros no tendríamos que sufrir su recaída, si se tratara de una crisis mundial, y no perderíamos nuestro mercado tanto localmente como en el resto del país.

6.4. Provisiones y seguros

Una de las alternativas que tenemos para preservar la vida de nuestro negocio es que a medida que pase el tiempo y nuestros ingresos aumenten, seguir capitalizándonos para que de esta manera contemos con el dinero suficiente para poder afrontar cualquier eventualidad que se presente en el mismo.

Hacer una planificación con nuestros clientes, acerca de sus requerimientos mensuales para hacer una programación anual con nuestro proveedor y así comprometerlos a que nos provean a tiempo en nuestras solicitudes de compra.

7. ESTUDIO FINANCIERO

7.1. Estado de pérdidas y ganancias

El estado de Pérdida y Ganancias muestra desde el primer año de operación utilidades, las mismas que se van incrementando cada año ya que, como se ha mencionado anteriormente, los rodamientos son indispensables para cualquier tipo de maquinaria, y con esto queda demostrado que la marca NKE cumple con todas las expectativas planteadas por los clientes. Podemos observar incrementos anuales de hasta USD \$ 43,000.00 entre el cuarto y quinto año de operación, con lo que demostramos que la marca es de total aceptación dentro del mercado ecuatoriano, y el potencial crecimiento del proyecto.

7.2. Balances

En Activos podemos observar que las cuentas por cobrar son mayores a los siguientes años, ya que como el objetivo es la introducción de la nueva marca de rodamientos, se les otorga a los clientes mayor tiempo de crédito, siendo esta una de las estrategias que se mencionó anteriormente en el desarrollo de este trabajo. A medida que pasa el tiempo las políticas de cobranza del proyecto se intensifican y solo se les otorga a los clientes un periodo de 30 días para la cancelación de sus créditos. Se cuenta con una cuenta de anticipo de proveedores

ya que al momento de hacer el pedido en el exterior, se debe cancelar al proveedor el 50% del total de la mercadería que se va a exportar. Se observa también que se cuenta con activos fijos que son activos que se adquieren para iniciar el negocio, adecuando una oficina para sus operaciones.

Dentro del Pasivo se puede observar que el proyecto tiene obligaciones con el proveedor del material, y toma en cuenta todos los impuestos de ley que debe manejar para la operación del negocio, sin mencionar las obligaciones que tiene con los colaboradores que trabajan dentro del proyecto para que el mismo se desarrolle de una manera exitosa.

7.3. Tasa verdadera de rentabilidad

También conocida como el TIRM nos refleja que el proyecto reutiliza el 66% anualmente para seguir trabajando.

8. ANÁLISIS FINANCIERO DEL PROYECTO

8.1. Requerimiento de capital

Para poder comercializar estos rodamientos es necesario importarlos, y debido a que el objetivo es introducir una nueva marca en el mercado, como en todo negocio al principio se empieza desde abajo, con un monto de inversión relativamente bajo (30.000,00), el dueño debe aportar de su propio capital para proceder a la primera importación, la misma que se recupera en un principio a los 6 meses de operación, los mismos que son invertidos nuevamente para la segunda exportación incluyendo un porcentaje de las ganancias obtenidas en este primer periodo.

8.2. Razones financieras basadas en proyecciones anuales

8.2.1. Índices de liquidez

8.2.1.1. Razón circulante

El resultado de este índice nos indica que el proyecto en cuestión tiene la liquidez suficiente para afrontar sus pasivos, teniendo un porcentaje de 1,03; lo que mejorará en los próximos años cuando el movimiento del negocio incremente.

8.2.1.2. Prueba de liquidez

Podemos concluir que el negocio no posee mucha liquidez en un principio, ya que fue necesario aportar con capital propio para la iniciación del mismo, pero esta situación mejora a medida que el negocio incrementa sus utilidades y se tenga mayor liquidez.

8.2.2. Índice de solvencia

8.2.2.1. Coeficiente de endeudamiento

Se puede observar que este coeficiente es relativamente bajo, ya que no se necesitó adquirir deudas para la iniciación del mismo, lo que nos demuestra que el proyecto puede ser interesante a cualquier persona que desee invertir en él.

8.2.2.2. Apalancamiento

Por cada dólar que se invirtió en patrimonio tenemos 2,70 en activos en el primer año llegando a tener 1,88 en el quinto año.

8.2.3. Índice de Rentabilidad

8.2.3.1. Margen de utilidad bruta

El resultado obtenido significa que la empresa ha logrado una utilidad del 34% deduciendo a las ventas únicamente los costos de los productos que estamos comercializando.

8.2.3.2. Margen de Utilidad operativa

A medida que el negocio va creciendo se van aumentando los gastos, y esto se ve reflejado en los rubros de utilidad operativa, misma que se encuentra justificada ya que al final del ejercicio se obtienen excelentes beneficios.

8.2.3.3. ROS

La rentabilidad sobre ventas se encuentra estable, este rubro va a seguir en crecimiento ya que debe tener una relación directa entre el aumento de las ventas y las utilidades generadas en el ejercicio.

8.2.4. Índices de Productividad

8.2.4.1. Días de Cobro

Podemos observar que nuestros días de cobro en el primer periodo llegan casi a los 60 días, esta situación se da ya que a estrategias de introducción de la marca, se les otorgó a los clientes mayor tiempo para cancelar su cartera. Este índice va disminuyendo cada año, lo que demuestra la habilidad del proyecto de recuperar su cartera en menos días.

8.2.4.2. Rotación de Activos

En este caso podemos observar que la empresa en su primer periodo de operación tiene una rotación de activos buena, la misma que va mejorando en cada periodo, lo que indica que la empresa está teniendo más movimiento y con esto está creciendo cada vez más.

9. CONCLUSIONES

Gracias a los estudios realizados y en vista de las necesidades del mercado tanto en la ciudad como en otras provincias, podemos notar que el negocio propuesto en este trabajo es de gran viabilidad.

Aunque sea una marca nueva de rodamientos, la introducción al mercado de la misma sería un éxito; sabemos que los consumidores estarían dispuestos a probar una nueva marca que les brindaría una mayor vida útil a sus maquinarias, lo que haría que desde una primera instancia el proyecto tenga un buen movimiento, generando utilidades desde el primer año de operación, que es un tiempo excelente de recuperación dado que otros negocios presentan ganancias desde el segundo o tercer año de operación.

10. RECOMENDACIONES

Este proyecto se desarrollaría dentro de un mercado donde lo principal es que el producto que ellos obtengan sea de calidad a un precio más cómodo comparándose con las marcas de calidad existentes en el mercado ecuatoriano; con el afán de cumplir con las expectativas del mercado, NKE sería la marca que se ajusta a sus requerimientos en la actualidad.

Es importante hacer una clara diferencia en nuestros clientes y para hacer que la marca tenga la lealtad del mercado, los rodamientos deben ser vendidos desde un principio a los distribuidores y fábricas por el precio que se les debe dar a ellos en su condición de intermediarios. Pero la campaña publicitaria si debe ser dirigida al público en general y de esta manera se da apoyo a los distribuidores.

Es necesario poner en cuenta al movimiento de la economía mundial y más aún con los sucesos de los últimos meses. La cotización del euro influye directamente en el precio de venta que tengamos y así mismo el petróleo.

11. BIBLIOGRAFÍA

NKE Austria GbmH
Banco Central del Ecuador
Corporación Aduanera Ecuatoriana
www.skf.com
www.fag.com
www.ntn.co.jp
www.koyolatin.com

ANEXOS

- I. Estado de Resultados proyectados
- II. Justificativos de Costos
- III. Balance General proyectado
- IV. Depreciaciones proyectadas
- V. Nómina proyectada
- VI. Flujo de Caja proyectado
- VII. Índices Financieros proyectados
- VIII. Lista de referencias de clientes OEM
- IX. Sello de Calidad Austria
- X. Certificado ISO 9001
- XI. Certificado ISO 14001

Justificativo de Costos

- Las importaciones para el primer año son de \$95.000,00, lo que representan 42,500 rodamientos distribuidos de la siguiente manera:

Rígidos de bolas	45%
Rodillos Cilíndricos	28%
Otros	27%

Se llegó a este resultado de acuerdo a las estadísticas de las importaciones de rodamientos desde el 2003 al 2007.

- Los costos de importación son del 12% del valor FOB considerando los siguientes rubros:

Flete
Seguro
Desconsolidación
Fodinfra
Corpei
Almacenaje
Agente aduanero
Transportación del puerto a la bodega
Apertura DUI

- El rubro de publicidad y promoción para el primer año lo hemos dividido de la siguiente manera:

Ferías	\$4500
Cuñas radiales	\$1500
Folletos, banners y afiches	\$2800
Muestras de rodamientos	\$1600
Propaganda móvil	\$ 600

- En los servicios básicos contamos:

Agua	\$ 20,00
Luz	\$ 30,00
Teléfono	\$110,00



Certificate AT06/0082

The management system of

NKE AUSTRIA GmbH

Ennsner Straße 41a
A- 4407 Steyr



has been assessed and certified as meeting the requirements of

ISO 9001:2000

For the following activities

Design, Development, Manufacturing and Distribution of Bearings

Further clarifications regarding the scope of this certificate and the applicability of ISO 9001:2000 requirements may be obtained by consulting the organization

This certificate is valid from 9. October 2006 until 10. October 2009
Issue 1. Certified since May 2000

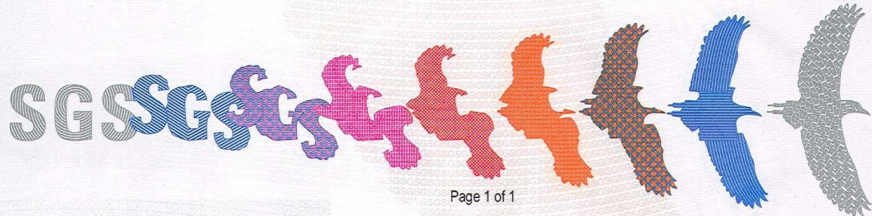
Authorised by



Accreditation No. 017

SGS Société Générale de Surveillance SA Systems & Services Certification
Technoparkstrasse 1 8005 Zurich Switzerland

durchgeführt von
SGS Austria Control-Co GmbH Diefenbachgasse 35 A-1150 Wien Austria
t +43 (0)1512 25 67-0 f +43 (0)1 512 25 67-9 e sgs.austria@sgs.com
www.sgs.com



Page 1 of 1



Certificate AT06/0083

The management system of

NKE AUSTRIA GmbH

Ennser Straße 41a
A- 4407 Steyr



has been assessed and certified as meeting the requirements of

ISO 14001:2004

For the following activities

Design, Development, Manufacturing and Distribution of Bearings

This certificate is valid from 9. October 2006 until 10. October 2009
Issue 1. Certified since May 2000

Authorised by



Accreditation No. 024

SGS Société Générale de Surveillance SA Systems & Services Certification
Technoparkstrasse 1 8005 Zurich Switzerland

durchgeführt von
SGS Austria Control-Co GmbH Diefenbachgasse 35 A-1150 Wien Austria
t +43 (0)1512 25 67-0 f +43 (0)1 512 25 67-9 e sgs.austria@sgs.com
www.sgs.com



Page 1 of 1

graphic design atelier roger pfund printed by orfell füssli security printing ltd switzerland

Reference list (Key customers)

More possibilities!

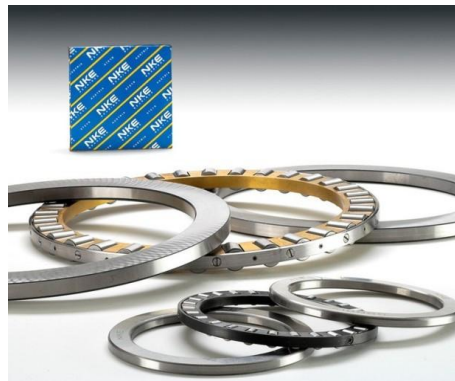
(Excerpt June 2007)

Company	Website	Country	Industry
ALSTOM Power Boiler	www.alstrom.de	Germany	Energy
Ammann Verdichtung	www.ammann-hennef.de	Germany	Heavy machinery
Arcelor Group	www.arcelor.com	Spain/Germany	Iron & steel
AUMA Riester	www.auma.com	Germany	Pumps
AvK Deutschland / Cummins	www.cumminsgeneratortechnologies.com	Germany/Romania	Electrical machinery
BHS Sonthofen	www.bhs-sonthofen.de	Germany	Heavy machinery
Bombardier Transportation	www.bombardier.com	UK	Railway vehicles
Bruderer Maschinenfabrik	www.e-bruderer.ch	Switzerland	General machinery
CASE EUROPE/CNH	www.cnh.com	Germany	Agricultural machinery
Eickhoff	www.eickhoff-bochum.de	Germany	Gearboxes
Elecon Engineering	www.elecon.com	India	Gearboxes
ELIN EBG Motoren	www.elinebgmotoren.at	Austria	Electrical machinery
ESW Röhrenwerk	www.esw-roehre.de	Germany	Iron & steel
Flowserve Pumps	www.flowserve.com	Austria	Pumps
GHH RAND	www.ghh-rand.com	Germany	General machinery
Grantham Engineering	www.invictavibrators.co.uk	UK	Material handling
Hitec Power Protection	www.hitecups.com	UK/USA	Electrical machinery
IG Wateeuw CR	www.wateeuw.be	Czech. Rep.	Gearboxes
Jahnel Kestermann	www.jake-gear.com	Germany	Wind energy
Lemken	www.lemken.de	Germany	Agricultural machinery
Lindauer DORNIER	www.lindauer-dornier.com	Germany	General machinery
Magna Auteca	www.magna.com	Austria	Automotive systems
Meurer Verpackungssysteme	www.meurer-gruppe.de	Germany	Material handling
Monforts Textilmaschinen	www.monforts.de	Germany	Textile machinery
Moventas Wind	www.moventas.com	Finland	Wind energy
NEWAG	www.newag.de	Germany	Railway vehicles
ÖBB-Technische Services	www.ts.oebb.at	Austria	Railway vehicles
Pöttinger	www.poettinger.at	Austria	Agricultural machinery
Reformwerke Bauer	www.reform-werke.at	Austria	Agricultural machinery
Sandvik Mining & Construction	www.miningandconstruction.sandvik.com	Austria	Heavy machinery
Schindler	www.schindler.com	Switzerland	Material handling
Schuler Pressen	www.schulergroup.com	Germany	General machinery
Siemens Automation & Drives	www.siemens.de	Germany	Railway vehicles
Siemens VAI	www.vai.at	Austria	Iron & steel
SKET Verseilmaschinenbau	www.sketymb.de	Germany	Iron & steel
SMS-DEMAG	www.sms-demag.com	Germany	Iron & steel
Storck Townsend	www.townsendeng.com	USA	General machinery
Terex Demag	www.terex-demag.com	Germany	Material handling
Tetra Pak	www.tetrapak.com	Sweden	Packaging machinery
voestalpine Stahl	www.voestalpine.com	Austria	Iron & steel
Weir Group	www.weir.co.uk	UK	Pumps
Welser Profile	www.welser.com	Austria	Iron & steel
Wiener Linien	www.wienerlinien.at	Austria	Railway vehicles
Voith Paper Rolls	www.voithpaper.com	Austria	Paper
ZF	www.zf.com	Austria/Germany	Gearboxes
ZOLLERN Dorstener	www.zollem.de	Germany	Gearboxes/Windenergy

GAMA DE PRODUCTOS NKE AUSTRIA



AXIALES DE BOLAS



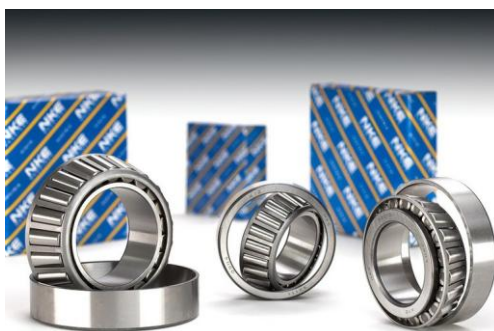
AXIALES DE RODILLOS CILÍNDRICOS



BOLAS A RÓTULA



CONTACTO ANGULAR



RODILLOS CÓNICOS



RÍGIDOS DE BOLAS



RODILLOS A RÓTULA



RODILLOS CILÍNDRICOS



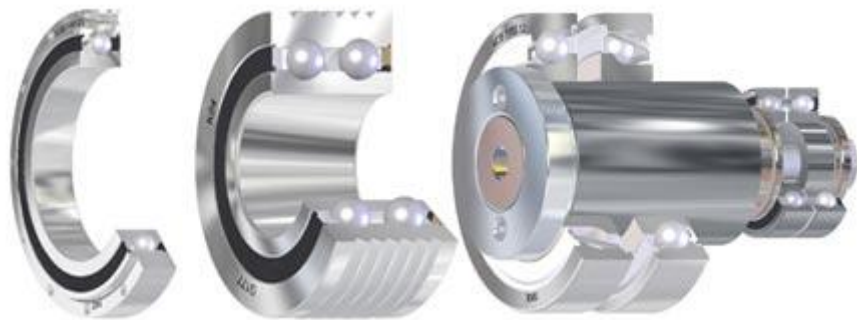
RODILLOS DE APOYO



RODILLOS DE LEVA



UNIDADES DE RODAMIENTOS



ESPECIALES

Los Nuevos Rodamientos de Europa

NKE
BEARINGS

More possibilities!