

**Congreso Internacional “Ciencia, Sociedad e Investigación Universitaria”  
PUCE Ambato**

**CARACTERIZACIÓN DEL ENTORNO EMPRESARIAL PROVEEDOR DEL  
SECTOR CARROCERO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA**

**Autores: Mg. Nelson Danilo Bombón Orellana  
Mg. Germania Elizabeth Vayas Ortega  
Mg. José Alfredo Villacís Yank  
Mg. Eduardo Javier Gutiérrez Zambrano**

**Pontificia Universidad Católica del Ecuador-Ambato**

## **Resumen**

La presente ponencia resume de forma sintética los resultados de la investigación sobre la caracterización del entorno empresarial proveedor del sector carrocerero en la provincia de Tungurahua, según la Cámara Nacional de Fabricantes de Carrocerías (CANFAC) [1], el 50% de las empresas afiliadas se dedican a esta actividad.

El trabajo se aplica a 73 proveedores de las empresas carroceras de diferentes actividades productivas, comerciales y de servicios, como: metal, hierro, madera, pinturas, vidrios, acabados entre otros. Para lo cual se clasificaron a partir de una base de datos proporcionada por el sector carrocerero y determinar la muestra. Para la obtención de la información se construyó un cuestionario comprendido en aspectos relacionados con: Financiamiento, Inversión, Ahorro, Ventas, Inventarios, Competencia, Relaciones Comerciales y cumplimientos tributarios.

Se determina que las empresas proveedoras trabajan con su propio financiamiento, lo cual no le permite generar un Ahorro, impidiéndole realizar Inversiones de Capital, asume el costo financiero que merma su utilidad, lo cual ha dado lugar a adoptar Políticas de comercialización que generan mayor disponibilidad de capital.

**Palabras Claves:** Caracterización, Proveedor, Carrocerías, Matriz Productiva.

## **Abstrac**

This paper briefly summarizes the results of the research on the characterization of the business environment that provides the bodybuilder sector in the province of Tungurahua, according to the National Chamber of Bodywork Manufacturers (CANFAC) [1], 50% of affiliated companies are engaged in this activity. The work is applied to 73 suppliers of companies bodies of different productive, commercial and service activities, such as: metal, iron, wood, paints, glasses, finishes among others. For this they were classified from a database provided by the bodybuilder sector and determine the sample. In order to obtain the information, a questionnaire was included in aspects related to Financing, Investment, Savings, Sales, Inventories, Competition, Commercial Relationships and tax compliance. It is determined that the supplier companies work with their own financing, which does not allow them to generate a Savings, preventing them from carrying out Capital Investments, assumes the financial cost that reduces their usefulness, which has led to adopt Marketing Policies that generate greater availability Of capital.

**Keywords:** Characterization, Supplier, Bodies, Productive Matrix.

## **I. Introducción**

El entorno de una organización está compuesto por dos factores el interno (accionistas o propietarios y empleados) y externo (competencia, clientes, proveedores, gobierno, sociedad, entidades financieras y otros). En base a esto, se determina realizar la caracterización del entorno empresarial de los proveedores del sector carrocerero, para establecer el comportamiento de las variables influyentes en el desenvolvimiento de los proveedores. Según la CANFAC (2015), el sector carrocerero aglutina a 54 empresas, las cuales producen un promedio de 194 carrocerías mensuales, lo que constituye el 65% del total nacional, con una empleabilidad de 1.348 trabajadores permanentes, 137 trabajadores ocasionales, 53 trabajadores con discapacidad y 889 empleos indirectos, 24% de empresas tienen certificación de calidad ISO 9001, 7% están en proceso de adjudicación, y, existe un 69% que aún no la tiene.

Esta información permite determinar la importancia que ejerce el sector proveedor dentro de la Matriz Productiva y además sus resultados son de interés para un mejor desenvolvimiento entre las partes, ya que, mientras más se conozca el ambiente en el que se desarrollan se puede establecer de mejor manera estrategias para su planificación.

El proveedor al ser el primer eslabón de la cadena productiva del sector carrocerero, es imperante conocer el entorno empresarial en el que desarrolla. Existe información dispersa individualizada de los proveedores, mas no existe información en conjunto de cómo es su desarrollo económico y como consecuencia se desconoce la dinámica entre estos proveedores y el sector carrocerero, lo que a su vez provoca que no se tenga una asociatividad entre ellos y por el mismo hecho, no existen entidades que apoyen el crecimiento y sostenibilidad, muchas de las empresas no fueron creadas para el abastecimiento del sector carrocerero y se adaptaron a las necesidades del mercado y a las circunstancias.

La investigación resultó pertinente, dado que se enmarcan en diagnosticar el comportamiento del entorno empresarial, proveedor del sector carrocerero de la provincia de Tungurahua, ello a través de la recopilación de la información dispersa existente, Identificando los componentes productivos de las actividades indirectas relacionadas y generando una base de información consolidada.

## II. Desarrollo

### Estado del arte

La investigación fue realizada en el período comprendido entre abril del año 2015 hasta enero del 2016. Se incluye también cifras, cuadros estadísticos e indicadores. El estilo de redacción es científico-técnico, lo que facilita la lectura comprensiva, el pensamiento crítico y el análisis de las conclusiones.

Para Gottret (2007) menciona que “la cadena productiva, involucra un número de etapas interconectadas, a través de la unión entre producción, transformación y consumo. Esta dimensión implica que se considera los distintos procesos productivos y relaciones económicas que se producen entre la oferta y demanda”. Lo cual, corrobora la importancia de los proveedores en el proceso productivo de una empresa.

La cadena productiva por tanto es una secuencia de procesos para llegar al consumidor final. En el caso de la presente investigación, los proveedores son un elemento esencial, se transforman en socios de la empresa, como lo menciona Hartwich (2010) en “*entrepreneur partners*” o “compañeros de emprendimiento”. Las herramientas administrativas, tecnológicas, financieras, legales son importantes para la gestión empresarial. Una adecuada planificación estratégica reviste a la empresa de los elementos necesarios para que ésta sea sustentable en el tiempo.

David (2013), por su parte, conceptúa a la cadena productiva como:

El conjunto de actores involucrados directamente en la producción, transformación, distribución y consumo de un producto. En un contexto más amplio, esta cadena incluye los oferentes de insumos, productores, intermediarios, procesadores, mayoristas, minorista y consumidores, quienes participan en algún eslabón de la cadena a través de la compra o venta de un producto. Incluye también un conjunto de actores que forman parte de su contexto institucional y organizacional.

El entorno empresarial cubre todos los factores, los cuales son externos a la empresa y que tienen un impacto en la competitividad empresarial y las perspectivas de crecimiento. Tales factores, incluyen: políticas gubernamentales, leyes y reglamentos, infraestructura, el estado de la macroeconomía, impuestos, tasa de cambio, la calidad de trabajadores especializados disponibles, la cultura de hacer negocios, acceso a mercados, entre otros (Zevallos, 2007, p. 8).

Según el diccionario de la Real Academia Española (2016), un proveedor se define como “Una persona o una empresa que provee o abastece de todo lo necesario para un fin a grandes grupos, asociaciones o comunidades”, por tanto, el papel que desempeñan los proveedores resulta fundamental para que la aplicación de la calidad llegue a realizarse de forma efectiva. Los proveedores constituyen el primer eslabón de la cadena y sobre ellos se trabaja para generar una base consolidada de información.

Como lo expone Porter (1985), “El poder de negociación de los proveedores impacta en los costos y competitividad de las pymes, que no son, por lo general, compradoras de grandes volúmenes de insumos, mercadería o materias primas”, de tal modo que el proveedor se transforma en un aliado estratégico para lograr una gestión total de la productividad, una mejora continua, lo cual se refleja en calidad, precio, nuevos productos, ergonomía, materiales con mejores características técnicas y de fabricación.

El Latin American Quality Institute (2014), expone que: “Un proveedor eficaz ofrece más de los requerimientos específicos de las empresas, los cuales brindan resultados y beneficios superiores. Una buena relación entre proveedores y clientes mejora la calidad final del producto o servicio”. Es así que, la importancia radica en el grado de empatía, de ningún modo analizada desde el ámbito filial, entre el proveedor y la fábrica, en donde la relación ganar – ganar sea un denominador común.

La importancia que tiene definir estrategias entre proveedores y carroceros como plantea Solarte (2016), es: “Como en el amor, no existen personas perfectas. Lo mismo pasa en los negocios, los proveedores que más se acercan a la excelencia son aquellos que además de asegurarle calidad a precios justos y con el mejor servicio, lo consideran su socio y se lo demuestran con hechos concretos”.

Los proveedores entonces, ocupan un lugar estratégico dentro de la cadena de valor de las empresas carroceras de la provincia, toman su lugar dentro de las operaciones de apoyo. Ya que las empresas están conformadas por una serie de actividades, cuya suma constituye en lo que se conoce como la cadena de valor. La cadena de valor es una herramienta de gran utilidad para examinar, en forma sistemática, todas las actividades que la empresa desempeña para diseñar, producir, llevar al mercado y apoyar los productos, en términos de calidad, valor y

garantía, así como también la forma en que interactúan esas actividades. (Hitt, 2012).

Cabrera (2011) por su parte, indica que:

La logística empresarial es una parte fundamental y esencial para mejorar la productividad de la gestión organizacional, garantizará el éxito de la misma en el mundo globalizado de los negocios, permitirá establecer ventajas competitivas de la empresa en aprovisionamiento, producción, distribución y comunicación con la razón de ser de la empresa que es el cliente, para satisfacer sus necesidades y deseos en el primer momento de la verdad.

El autor Pérez (2014), indica a su vez que: “la logística permite incrementar la competitividad a niveles superiores, debido a que se puede controlar el flujo de información que tiene la empresa para revisar las tendencias del mercado”.

La investigación se inicia al trabajar con información útil que proveen las empresas carroceras más importantes de la provincia, entre éstas:

En total existen alrededor de 245 proveedores calificados que trabajan con las fábricas carroceras y proveen aproximadamente 310 ítems que son parte constitutiva del ensamblaje, integrados en grupos como: aluminio, metal o hierro, madera, pinturas, vidrios, entre otros.

### **III. Metodología empleada**

La presente investigación se realizó con una muestra de 73 proveedores que surten al sector carroceros de la provincia de Tungurahua, los cuales un 38% tienen su actividad por más de 21 años, el 37% existen entre 11 y 20 años y un 18% menos de 10 años. Estas se componen en pequeñas empresas con un 28.8%, medianas empresas un 54.8% y 16.4% constituyen las grandes empresas, además que un 67% son naturales y el 33% son jurídicas.

La investigación tiene un enfoque mixto, es cuantitativo ya que se utilizó el análisis estadístico descriptivo, además tiene un enfoque cualitativo puesto que de forma subjetiva se recabaron apreciaciones sobre la situación de las empresas y que factores pueden causar inestabilidad en este sector, y que estrategias manejan para generar beneficios. El principal instrumento de recopilación de información fue la encuesta que está compuesta de tres secciones: la primera parte informativa con datos generales de las organizaciones, la segunda parte que ayuda a apreciar el entorno empresarial que es el objetivo principal de la investigación.

Se realizó un listado de proveedores de los principales miembros de la CANFAC, en el cual se aprecia que los proveedores coincidían o son los únicos proveedores de material para los carroceros de Tungurahua. Se realizó una entrevista al gerente de una empresa carrocera, quien corroboró la información que los proveedores coinciden en mayor parte con su competencia. Se aplica la encuesta a los gerentes y propietarios de los negocios, el cual lleva 15 minutos de aplicación. Con la información recolectada se procede a la tabulación de datos en el programa SPSS versión 20, donde se realiza el estadístico descriptivo y con los resultados se realiza el respectivo análisis.

**IV. Resultados y análisis**

Según el tratamiento de los resultados y el análisis de 73 proveedores, se determina su entorno empresarial como se aprecia en el Gráfico 1, en el centro se encuentra el ambiente interno y en sus extremos aquellos grupos de interés externos que tienen relación con este sector. Se identifican las líneas de negocio como se aprecia en el gráfico siguiente.

Gráfico 1. Entorno sector proveedor carroceros Tungurahua



Fuente: elaboración propia

Tabla 1. Líneas de negocio

<b>Líneas de negocios</b>	<b>Porcentaje</b>
Metal o Hierro	26,0
Madera	5,5
Pinturas	5,5
Vidrios	11,0
Acabados	13,7
Otros	38,4
Total	100

Fuente: elaboración propia

En la línea de Otros se encuentran los accesorios para el terminado o finalización de los buses como son cauchos, espejos, luminarias, herrajes y otros componentes complementarios. A su vez, se identifica que un 38,4% de los proveedores comercializa con el sector carroceros casi la totalidad de sus inventarios. El 23,3% comercializa entre el 34% y el 66% de sus inventarios, y el 38,4% comercializa hasta en un 33% sus inventarios.

Para explicar las variables que afectan el entorno empresarial, se toma en primer lugar la parte interna con referencia a las decisiones que deben adoptar sus propietarios con respecto a: operaciones y políticas comerciales de las cual se encontró que los pagos que reciben de las empresas carroceras equivalen al 33,71% de Contado y el 66.22% a Crédito, lo que demuestra cierta flexibilidad para los dos sectores y permite nuevas oportunidades de negociación al manejar políticas de crédito adecuadas.

Se establece en lo referente al comportamiento de las ventas hacia el sector carroceros las variaciones que se han originado en el periodo 2013 al 2015, según se muestra en la Tabla 2.

Tabla 2. Variaciones de ventas con el sector carrocero período 2013 al 2015

Año	Incremento			Disminución			% Sin variación	% Total
	% Total empresas	Rango de variación	% de Variación	% Total empresas	Rango de variación	% de Variación		
2013	46,60	1-26	67,65	16,4	1-26	66,7	37,0	100
		27-54	26,5		27-54	16,7		
		55-80	5,9		55-80	16,7		
2014	46,6	1-26	70,6	16,40	1-26	91,67	37	100
		27-54	20,6		27-54	8,33		
		55-80	8,8		55-80	0,00		
2015	34,2	1-26	72,0	24,70	1-26	66,67	41,1	100
		27-54	4,0		27-54	22,2		
		55-80	24,0		55-80	11,1		

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la información en los años 2013 al 2014 para los proveedores existió un incremento en las Ventas entre el 1 y 26%, mientras que en el 2015 se aprecia una variación con los dos años anteriores el cual decrece del 46,60% al 34,2% que indica que las Ventas incrementaron en un 72%.

Entre las Políticas de Negociación que el sector proveedor ha implementado como estrategias para mejorar sus ingresos los datos indican que el 37% de los encuestados han aplicado descuentos y promociones, el 33% incurrieron en el otorgamiento de créditos a los clientes, el 30% optaron por realizar sus Ventas en forma directa. Se debe indicar, que la aplicación de estas estrategias, el 10% indican que mucho han contribuido hacia el cumplimiento de los objetivos, el 40% que han contribuido bastante, el 32% poco, el 14% casi nada y el 4% nada, por lo que se deduce que las políticas de negociación adoptadas en parte han resultado beneficiosas para cumplir sus expectativas operativas, que son sus ventas.

En los resultados obtenidos sobre el comportamiento de la cartera de clientes se puede mencionar que para otorgar un Crédito al cliente del sector carrocero, el 64% indican que necesariamente sí realizan una Calificación o Nivel de confianza, en cambio el 36% considera que nos es necesaria una calificación de cartera. Esto tiene relación, por cuanto se considera que la calidad de la cartera del sector carrocero es buena, así lo confirma el 56% de los encuestados y el 37% considera que es regular o mala, consecuencia de no aplicar una calificación a los clientes,

esto se reafirma al realizar la correlación de Pearson entre las dos preguntas con un resultado de 0,945.

En lo que respecta a la recuperación de cartera del sector carrocero el 36% de las personas indican que es a corto plazo (hasta 30 días), mientras que el 52% lo hace en un mediano plazo (hasta 90 días); esto radica porque el sector carrocero también trabaja con políticas de crédito para sus clientes, por lo que en ocasiones la cartera a favor de los proveedores se convierte en incobrables en un 34%, mientras que el 66% recupera su cartera en su totalidad, efecto que surte por los mecanismos adecuados de manejo en la concesión de los créditos.

En lo que respecta al manejo de los inventarios por parte de los proveedores para abastecer o satisfacer las necesidades del sector carrocero, se tiene que un 84,6% manifiesta que sus inventarios sí permiten la atención a este sector, mientras que el 16,4% expresan que su stock de inventarios no cubre la totalidad de las necesidades del sector carrocero.

Se debe indicar también que las mercaderías adquiridas para sus negociaciones, al realizar el promedio de las respuestas del sector encuestado se obtiene que el 50,32% es importado, y el 49,68% de sus mercaderías son nacionales.

Se relacionaron las variables Ahorro frente a Inversión y Retorno Económico como se puede apreciar en la Tabla 3

Tabla 3. Ahorro, Inversión y Retorno Económico

	<b>Ahorro</b>	<b>Inversiones últimos cinco años</b>	<b>Retorno económico</b>
Mucho	28,80%	49,30%	35,60%
Poco	56,20%	34,20%	49,40%
Nada	15,00%	16,50%	15%

Fuente: elaboración propia a partir de resultados

Se determina que el 71,2% no permite el Ahorro, así como el 64,4% de los proveedores del sector carrocero no tiene un Retorno Económico con respecto a la Inversión realizada.

Tabla 4. Correlación de Pearson entre Ahorro, Inversión y Retorno Económico

Correlación de Pearson	Ahorro	Inversiones últimos cinco años
Retorno Económico	0,397**	0,453**

Fuente: elaboración propia a partir de resultados

No existe un nivel representativo de correlación entre las variables, pero existe un alto nivel de significancia. A continuación, se analizan los factores externos que también surten efecto en el comportamiento y desarrollo de las actividades económicas de los proveedores del sector carrocerero.

### **Financiamiento**

En cuanto al financiamiento de las empresas para sus operaciones comerciales en los últimos dos años, se desprende que un 59% no ha realizado créditos a diferencia de un 41% que indica que sí, los mismos que han sido realizados por falta de liquidez o por crecimiento empresarial, con plazos mayores a un año debido a las políticas entregadas por las instituciones financieras. Se debe recalcar, que el financiamiento generalmente lo realizan con recursos propios en un 40% por parte de los proveedores, un 12% lo solicitan a instituciones financieras, por lo que sí se relaciona con los indicadores mencionados anteriormente al no incurrir en financiamientos por medio de instituciones financieras, teniendo en cuenta que un 75% considera que las tasas de interés son las adecuadas y sin embargo no han hecho uso de dichos financiamientos.

Así mismo, se observa que el capital de trabajo de éste sector está supeditado al cumplimiento de sus obligaciones, así lo demuestra que el 27% de los encuestados responden que de sus recursos el 50% se destina primero al pago de sus créditos en las instituciones financieras, luego a los proveedores y terceros; el 26% de los encuestados destina un 50% de sus recursos para pago proveedores y luego a terceros.

### **Políticas de gobierno**

De acuerdo a las medidas adoptadas por el gobierno que inciden directamente en la situación financiera y económica de los proveedores, se observa que existe un efecto en los movimientos de los inventarios mantenidos en las bodegas, al tener su origen importado o producto nacional con relación a los recargos que sufren dichos productos, y es así que el 38% de los encuestados indica que la imposiciones de

aranceles y salvaguardas afecta mucho en los precios, el 33% indica que afecta bastante, el 25% que poco afecta y el 4% indica que casi nada o nada afecta estos impuestos en los precios de las mercaderías.

### **Número de colaboradores en el año (empleabilidad)**

En lo que respecta a la empleabilidad, el comportamiento de la rotación del personal en las empresas se ha mantenido con un promedio de 28 empleados en el año 2013 y 2014, al contrario del año 2015 que existe una disminución en promedio de 27 empleados esto representa la disminución de un empleado por empresa, considerando la población se estaría hablando de una disminución de 72 personas en todo el sector al pasar a ser parte de la población desempleada.

### **Competencia**

Se observa, que en el sector existe la apreciación de un incremento de negocios similares del 66%. Esto se debe a las políticas de protección e incentivo a la producción nacional.

### **Tributación**

Tabla 5. ¿Cómo fue el comportamiento del pago de sus obligaciones tributarias?

Año	Proveedores	Incremento	Proveedores	Disminuyo	Proveedores	No Vario	No respondió
2013	48%	15,63	11%	13,75	33%	0	8%
2014	44%	15,91	12%	23,33	36%	0	8%
2015	44%	23,94	12%	18,11	36%	0	8%

Fuente: elaboración propia a partir de resultados

En lo referente al comportamiento de las obligaciones tributarias, el 48% de los proveedores consideran un incremento de 15,63% en el año 2013 que llega a un 23,94% en el 2015. Esto se debe a las imposiciones del 2015 como fueron el incremento en las salvaguardias, que origina un efecto en las importaciones, se debe tomar en cuenta que el 50% de las mercaderías que este sector comercializa es importado.

**Tabla 6. Relación comercial**

<b>Año</b>	<b>Proveedores</b>	<b>Incremento</b>	<b>Proveedores</b>	<b>Disminuyo</b>	<b>Proveedores</b>	<b>No Vario</b>	<b>No responde</b>
2013	49%	24,67	11%	18,13	34%	0	5%
2014	47%	19,41	18%	16,54	32%	0	4%
2015	38%	25,07	22%	20,88	36%	0	4%

Fuente: elaboración propia a partir de resultados

La relación comercial que ha tenido el sector proveedor con el sector carroceros se establece que el 49% de la población indica que se ha incrementado su relación comercial en promedio en el año 2013 en 24,67%, mientras que el 11% de la población sufrió una disminución del 18,13% y el 39 % no vario o no contesto.

## **V. Conclusiones**

- De acuerdo a las variaciones de ventas se establece que las políticas económicas implementadas por el gobierno sí han incidido en los ingresos de los proveedores, lo que ha obligado a este sector también adopte políticas restrictivas con los carroceros y estrategias para poder controlar y manejar las negociaciones.
- Las empresas proveedoras del sector carroceros al realizar una calificación de confianza, reducen la incobrabilidad y sobre todo conocen el tiempo en el que se recobrara estos créditos, esto es un efecto que surge por los mecanismos adecuados de manejo en la concesión de los créditos.
- Buscar que, en las operaciones comerciales exista un buen margen de utilidad para ambos.
- Mantener un sistema de crédito confiable, ya que pueden existir, como sucede en la actualidad, momentos de alta y baja producción. En cualquiera de ambos casos el mantener un flujo de caja responsable es prioridad para evitar problemas financieros.
- Una buena capacidad de respuesta, es decir lograr atender los requerimientos de la fábrica en cantidad, calidad y tiempo. La comunicación entre carroceros y proveedor es necesaria para no romper, de ninguna manera, el lazo comercial.
- Ir más allá del precio, calidad y servicio, en donde las relaciones personales generan un vínculo intrínseco que permiten lograr tratos comerciales en el largo plazo.

- Innovación, lo cual se traduce en nuevos procesos, materiales, tecnología, optimización de recursos, que deben adaptarse a las necesidades de los clientes y a la mejora de la productividad.
- El proveedor debe estar completamente integrado a la cadena productiva de la fábrica y siempre mantener un alto índice de eficiencia para lograr el crecimiento, de esta simbiosis empresarial.

## **V. Referencias bibliográficas**

Cabrera, A., *Transporte internacional de mercancías*. ICEX España Exportación e Inversiones. (2011).

Cámara Nacional de Fabricantes de Carrocerías (CANFAC) (2015).

David, F., *Conceptos de Administración Estratégica*, 9th ed. México: PEARSON Prentice Hall, 2013.

Gottret, M., *Gestión de cadenas productivas*. Bolivia: Centro Internacional de Agricultura Tropical CIAT, 2007.

Hartwich, F., *Gobernabilidad de los sistemas de innovación en Bolivia: Lecciones para las políticas de Innovación Agrícola*. USA: Instituto Internacional de Investigación sobre políticas alimentarias, 2007.

Hitt, M. *Administración*. México: PEARSON Education, 2006.

Pérez, M. J. *Logística de almacenamiento*. Ediciones Paraninfo, S.A. (2014).

Sánchez, G., *Cuantificación de valor en la cadena de suministro extendida*. España: Del Blanco Editores, 2008.

Zevallos V, Emilio. 2007. Restricciones del entorno a la competitividad empresarial en América Latina. Edit. Buen diseño Comunicación Visual. Bolivia.

## ANEXOS

### Anexo 1. Empresas carroceras más importantes de la provincia

<b>EMPRESAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• ALME.</li><li>• ALTAMIRANO.</li><li>• CEPEDA CIA. LTDA.</li><li>• CEPESA.</li><li>• DAVMOTOR CIA. LTDA.</li><li>• FIALLOS.</li><li>• IMCE.</li><li>• IMPEDSA.</li><li>• JÁCOME.</li><li>• MIRAL.</li><li>• PAPERS.</li><li>• PATRICIO CEPEDA CIA. LTDA.</li><li>• PICOSA S.A.</li><li>• PILLAPA.</li><li>• SANABRIA.</li><li>• SOLÍS.</li><li>• VALENCIA.</li><li>• VARMA S.A.</li></ul>

## Anexo 2. Proveedores calificados que trabajan con las fábricas carroceras

ITEMS
<ul style="list-style-type: none"><li>• Alerón posterior (en Fibra de vidrio).</li><li>• Asientos fijos importados.</li><li>• Asientos tapizados confortables, inclinación cojín y espaldar.</li><li>• Baño químico.</li><li>• Cabina divisoria (conductor y salón de pasajeros)</li><li>• Cajuelas laterales amplias tipo túnel.</li><li>• Espejos exteriores e interiores.</li><li>• Espejos exteriores e interiores.</li><li>• Interior completamente tapizado.</li><li>• Interior de Fibra de vidrio.</li><li>• Luces de Lectura importadas.</li><li>• Mascarilla neumática.</li><li>• Monitor de pantalla plana 17 " (Incluyen control remoto).</li><li>• Monitor de pantalla plana 5" (conductor).</li><li>• Parabrisas delantero curvo laminado. Norma INEN.</li><li>• Piso de aluminio antideslizante.</li><li>• Portamaletas interior superior.</li><li>• Portamaletas interior superior.</li><li>• Portamaletas superior.</li><li>• Puerta de acceso a pasajeros basculante y neumáticas</li><li>• Puerta de acceso a pasajeros basculante y neumáticas.</li><li>• Puertas de acceso basculante y neumática.</li><li>• Sistema alterno de electricidad.</li><li>• Sistema de Aire acondicionado.</li><li>• Sistema de Audio MP3 con parlantes.</li><li>• Sistema de calefacción.</li><li>• Sistema de calefacción. Alerón posterior (en Fibra de vidrio).</li><li>• Sistema de Iluminación fluorescente.</li></ul>

- Sistema de monitoreo con cámara de vigilancia.
- Sistema de Ventilación con escape.
- Sistema de Ventilación.
- Sistema de Video. Televisor de 20" y DVD.
- Tarjetero de ruta electrónico.

En total, existen alrededor de 245 proveedores calificados que trabajan con las fábricas carroceras y proveen aproximadamente 310 *ítems* que son parte constitutiva del ensamblaje.

### Anexo 3. Encuestas

#### DIAGNÓSTICO DE LOS PROVEEDORES DEL SECTOR CARROCERO DE LA PROVINCIA DE TUNGURAHUA.

*Encuesta dirigida a los representantes legales de los proveedores de autopartes para empresas fabricantes de carrocerías (buses) de la provincia de Tungurahua.*

La Pontificia Universidad Católica del Ecuador sede Ambato (PUCESA) se encuentra trabajando en un proyecto de investigación para formalizar el desarrollo económico del sector proveedor de las empresas fabricantes de carrocerías (buses), cuyo objetivo es consolidar la información del sector en la provincia de Tungurahua.

Solicitamos su colaboración para que conteste el siguiente cuestionario con la mayor sinceridad posible, cuyas respuestas serán tratadas con confidencialidad y anonimato y serán consideradas en forma agregada e impersonal.

#### Objetivo General.

Diagnosticar el comportamiento económico del entorno empresarial proveedor del sector carrocerero de la provincia de Tungurahua.

#### Datos generales.

- Años de la actividad de la empresa \_\_\_\_\_.
- Tipo de empresa Pequeña  Mediana  Grande
- Naturaleza de la empresa Natural  Jurídica
- Señale cuál es su línea de productos o servicios, en que proceso sus productos son utilizados. Marque con una x  
Metal o hierro   
Madera   
Pinturas   
Vidrios   
Acabados   
Otros  ¿Cuál? \_\_\_\_\_
- En sus operaciones comerciales con las empresas carroceras, ¿en qué porcentaje son los pagos?:  
Efectivo   
Crédito

- La utilidad generada de su actividad, ¿le permite el ahorro?

Mucho	Bastante	Poco	Casi Nada	Nada

- Las relaciones comerciales con el sector carrocerero le han motivado a realizar inversiones de capital en su empresa en los últimos cinco años.

Mucho	Bastante	Poco	Casi Nada	Nada

- 7.1. De acuerdo a la pregunta anterior las inversiones realizadas hasta la fecha han originado el retorno económico esperado.

Mucho	Bastante	Poco	Casi Nada	Nada

- Ha realizado créditos en los últimos dos años para financiar los negocios con el sector carrocerero.  
SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

9. (Conteste, solo si marco SI en la pregunta anterior).

- ¿El crédito realizado fue por falta de?: Liquidez \_\_\_\_\_ Crecimiento \_\_\_\_\_
- Este crédito realizado fue a un plazo de : 1 a 12 meses \_\_\_\_\_ mas de un año \_\_\_\_\_

10. El financiamiento para su negocio se compone de:

- Recursos propios \_\_\_\_\_%
- Institución financiera \_\_\_\_\_%
- Terceros \_\_\_\_\_% Indique cual \_\_\_\_\_

11. ¿Usted considera que las tasas de interés que ofrece el sistema financiero son las adecuadas para incentivar el crecimiento de su negocio?  
 SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_  
 ¿Por qué?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

12. Los componentes de su capital de trabajo para el desempeño de sus operaciones comerciales están en función de:

- Recuperación de cartera \_\_\_\_\_%
- Venta de inventarios \_\_\_\_\_%

13. Su capital de trabajo están en función de sus obligaciones por pagar con:  
 Instituciones financieras \_\_\_\_\_ Proveedores \_\_\_\_\_ Otros \_\_\_\_\_ ¿Cuál ? \_\_\_\_\_

14. ¿Al momento de realizar un crédito al sector carrocerero, usted realiza algún tipo de calificación o nivel de confianza para otorgar los mismos?  
 SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_  
 ¿Cuál? \_\_\_\_\_

15. ¿Cómo considera la calidad de la cartera de clientes del sector carrocerero?  
 Buena  Regular  Mala

16. ¿La recuperación de cartera del sector carrocerero, en qué plazo se realiza?  
 Corto Plazo  Mediano Plazo  Largo Plazo

17. ¿En el sector carrocerero tiene cuentas que se han transformado en incobrables?  
 SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

18. ¿Qué porcentaje de sus ventas de su negocio está dirigido al sector carrocerero? \_\_\_\_\_%

19. En los últimos 3 años cuál fue el comportamiento o variación en sus ventas con el sector carrocerero:

Período	Incrementaron %	Disminuyeron %	No variaron %
2013			
2014			
2015			

20. ¿Qué políticas de negociación considera importantes para el cumplimiento de sus ventas?  
 \_\_\_\_\_  
 \_\_\_\_\_

21. ¿Las políticas de negociación con el sector carrocerero, han contribuido al cumplimiento de los objetivos de su negocio?

Mucho	Bastante	Poco	Casi Nada	Nada

22. ¿Del total de inventario que usted mantiene en stock abastece o satisface las necesidades del sector carrocerero?  
 SI \_\_\_\_\_  
 NO \_\_\_\_\_  
 ¿Por qué? \_\_\_\_\_

23. ¿Del total de su inventario que porcentaje es importado y que porcentaje es de producción nacional?

Importado \_\_\_%

Nacional \_\_\_\_\_%

24. ¿Cómo afecta la variación de aranceles y salvaguardas a su negocio?

Mucho	Bastante	Poco	Casi Nada	Nada

25. ¿Número de colaboradores en los 3 últimos años?

Período	Cantidad
2013	
2014	
2015	

26. ¿Cree usted que los negocios similares al suyo, se han incrementado?

SI \_\_\_\_\_ NO \_\_\_\_\_

27. ¿Cómo fue el comportamiento del pago de sus obligaciones tributarias, en los siguientes periodos?

Período	Incrementaron %	Disminuyeron%	No variaron
2013			
2014			
2015			

28. ¿Considera que la relación comercial de su negocio con el sector carroceros?

Período	Incremento %	Disminuyo%	No vario
2013			
2014			
2015			

29. ¿Qué factores considera que podrían afectar la estabilidad de su negocio en el futuro con el sector carroceros?

- a) \_\_\_\_\_
- b) \_\_\_\_\_
- c) \_\_\_\_\_
- d) \_\_\_\_\_

30. ¿Qué estrategias sugiere para mantener una relación adecuada con el sector carroceros y generar y proporcionar un beneficio mutuo entre las partes?

---

---