



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS

ESCUELA DE COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN

**TESIS PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO
EXTERIOR E INTEGRACIÓN**

TEMA:

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACION DE MOSQUITEROS CON
REPELENTE IMPREGNADO DESDE SHANGHAI - CHINA HASTA ECUADOR”**

AUTORA: ADRIANA CRISTINA VANEGAS ALTAMIRANO

DIRECTOR: ING. NELSON CERDA

QUITO-ECUADOR

2015

AUTORÍA

Del contenido del siguiente trabajo se responsabiliza la Autora

CRISTINA VANEGAS A.

C.C. 2100233960

CERTIFICACIÓN

El tribunal de tesis certifica que:

El trabajo de investigación titulado: **“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA IMPORTACION DE MOSQUITEROS CON REPELENTE IMPREGNADO DESDE SHANGHAI - CHINA HASTA ECUADOR”** de responsabilidad de la Sra. ADRIANA CRISTINA VANEGAS ALTAMIRANO, ha sido prolijamente revisado, quedando autorizada su presentación.

TRIBUNAL DE TESIS

Ing. Nelson Cerda

DIRECTOR

Ing. Patricio Andino

MIEMBRO

Ing. Patricia Vargas

MIEMBRO

DEDICATORIA

Los padres son quienes más orgullo sienten por nuestros logros. A ellos, Guillermo Vanegas, Genoveva Altamirano y a mi esposo Esven Chica, por su paciencia, sabiduría y apoyo incondicional está dedicado todo el esfuerzo de este trabajo.

Cristina V.

AGRADECIMIENTO

En esta oportunidad quiero agradecer en primer lugar al *Dios* todo poderoso que nos ha conservado con vida, con salud y por acompañarme siempre en todo momento de dificultad, permitirme terminar satisfactoriamente mis estudios y por cuidar a esas tres personas a quien más quiero y que han sido mis soporte para concluir mis estudios y estén presentes en uno de mis logros, mis padres Guillermo Vanegas, Genoveva Altamirano y a mi esposo Esven Chica y un agradecimiento muy especial a mi familia en general.

Por supuesto, a la UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL y aquellos que forman parte de la Escuela de Comercio Exterior, de sobremanera gracias a mi Director de Tesis, el Ing. Nelson Cerda y a los Miembros del Tribunal.

Finalmente todos los profesores que ayudaron a mi formación.

TABLA DE CONTENIDOS

CARÁTULA	i
AUTORÍA	ii
CERTIFICACIÓN	iii
DEDICATORIA.....	iv
AGRADECIMIENTO.....	v
TABLA DE CONTENIDOS.....	vi
ÍNDICE DE TABLAS	viii
CAPITULO 1	10
INTRODUCCIÓN	10
1.1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	10
1.1.1 Problema a investigar.....	10
1.1.2 Objeto de estudio teórico	10
1.1.3 Objeto de estudio práctico	10
1.1.4 Planteamiento del problema.....	10
1.1.5 Formulación del problema	14
1.1.6 Sistematización del problema	14
1.1.7 Objetivo General.....	15
1.1.8 Objetivos Específicos.....	15
1.1.9 Justificaciones	16
1.2 Marco referencial.....	17
1.2.1 Marco teórico	17
CAPÍTULO 2	30
MÉTODO.....	30
2.1 Metodología general	30
2.1.1 Nivel de estudio	30
2.1.2 Modalidad de investigación	30
2.1.3 Método	30
2.1.4 Población y muestra.....	31
2.1.5 Procesamiento de datos.....	33
2.2 Metodología específica.....	33
LA INGENIERÍA DEL NEGOCIO	34
ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA.....	34
CAPÍTULO 3	36
RESULTADOS	36
3.1. Recolección y tratamiento de datos.	36
3.1.1 Resultados del objetivo específico 1.....	36

3.1.2 Resultado objetivo específico 2.	49
3.1.3 Resultados objetivo específico 3.....	53
3.1.4 Resultado objetivo específico 4.	55
CAPITULO 4.	70
DISCUSIÓN.....	70
CONCLUSIONES:.....	70
RECOMENDACIONES:	71
BIBLIOGRAFÍA.....	72

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Resultados pregunta 1.	38
Tabla 2: Resultados pregunta 2.	39
Tabla 3: Resultados pregunta 3.	39
Tabla 4: Resultados pregunta 4.	40
Tabla 5: Resultados pregunta 5.	41
Tabla 6: Resultados pregunta 6.	42
Tabla 7: Resultados pregunta 7.	42
Tabla 8: Resultados pregunta 8.	43
Tabla 9: Resultados pregunta 9.	44
Tabla 10: Resultados pregunta 10.	44
Tabla 11: Población Provincia de Sucumbíos.	47
Tabla 12: Población Económicamente Activa.	48
Tabla 13: Ficha Técnica.	49
Tabla 14: Descripción de la Carga.	53
Tabla 15: Tiempos.	54
Tabla 16: Inversiones activos tangibles.	56
Tabla 17: Inversiones activos intangibles.	56
Tabla 18: Capital de Trabajo.	57
Tabla 19: Usos y Fuentes.	57
Tabla 20: Gastos Administrativos.	58
Tabla 21: Gastos de Venta.	59
Tabla 22: Costos de Operación.	60
Tabla 23: Tabla de amortizaciones.	61
Tabla 24: Ingresos.	62
Tabla 25: Balance General.	63
Tabla 26: Estado de Resultados.	65
Tabla 27: Flujo de Caja.	66
Tabla 28. Cálculo de costo de oportunidad.	67
Tabla 29: Cálculo del VAN.	67
Tabla 30. VAN Tasa menor.	68
Tabla 31. VAN Tasa mayor.	68
Tabla 32: Cálculo de la TIR.	69

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.

Ilustración 1: Vigilancia epidemiológica.	12
Ilustración 2: Mapa de poblaciones afectadas por el dengue.	12
Ilustración 3: Incoterms.....	28
Ilustración 4: Presentación del producto.	37
Ilustración 5: Resultados pregunta 1.	38
Ilustración 6: Resultados pregunta 2.	39
Ilustración 7: Resultados pregunta 3	40
Ilustración 8: Resultados pregunta 4.	40
Ilustración 9: Resultados pregunta 5.	41
Ilustración 10: Resultados pregunta 6.	42
Ilustración 11: Resultados pregunta 7.	43
Ilustración 12: Resultados pregunta 8.	43
Ilustración 13: Resultados pregunta 9.	44
Ilustración 14: Resultados pregunta 10.	45
Ilustración 15: Población Económicamente Activa	46
Ilustración 16: Información del proveedor.....	50
Ilustración 17: Estructura Organizativa.....	50
Ilustración 18: Flujograma de Importación.....	52
Ilustración 19: Ruta Shanghai - Guayaquil	53
Ilustración 20: Estiba de la mercadería	55

CAPITULO 1

INTRODUCCIÓN

1.1 EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1.1 Problema a investigar

La inexistencia del plan de negocios para la importación de mosquiteros con repelente impregnados desde Shanghái – China hasta Ecuador introducción

1.1.2 Objeto de estudio teórico

Plan de negocios para importación.

1.1.3 Objeto de estudio práctico

Mosquiteros con repelente impregnado traídos de la China

1.1.4 Planteamiento del problema

Uno de los más grandes problemas en el Ecuador es la falta de innovación en la comercialización de nuevos productos que satisfagan la demanda de los mercados.

La tecnología del Ecuador tiene un retraso en comparación a países vecinos como Colombia y Perú que son los más cercanos sin embargo ellos se han destacado en lo que concierne a la fabricación de textiles.

En el Ecuador no hay fábricas grandes, sino más bien extemporáneos porque hace falta preparación; la industria textil ecuatoriana no es tan grande, es grande en volúmenes de empresas, pero no en volumen de producción, es decir que por ejemplo la provincia de Pichincha puede tener 1.200 fábricas y talleres, pero aun unidas las producciones, no puede

cumplir un pedido mensual de 200 mil toldos, porque no hay capacidad por eso mucha de las veces no se puede cubrir el mercado nacional.

El Ecuador para poder ser competitivo y tener una buena tecnología, tiene que actualizarse y esta una dificultad muy grande ya que estamos hablando de mucha inversión en maquinarias de altas tecnología, en las cuales las pequeñas empresas textiles no tienen la capacidad de adquirirlas por sus altos costo.

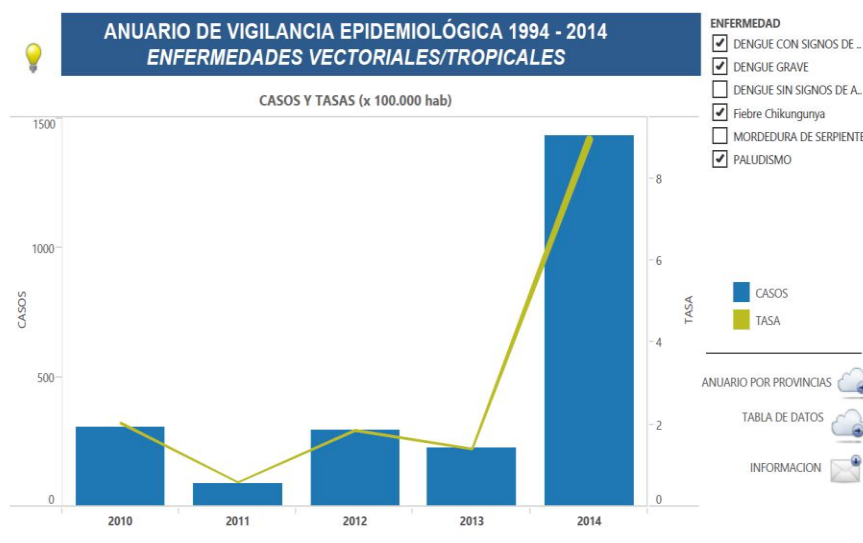
Es por estas razones que las pequeñas y medianas industrias no puedes satisfacer las necesidades del mercado y mucho menos cuando existe una emergencia de salud como la que están pasando los ecuatorianos a nivel nacional.

En el Ecuador ha tenido un problema por muchos años, llamado Dengue y dengue hemorrágico, paludismo ahora en la actualidad la fiebre Chikungunya.

La persistencia de la transmisión de la enfermedad está asociada a determinantes sociales, económicos, ambientales y culturales que en mayor o menor magnitud están presentes en aproximadamente el 70% de la extensión territorial del país, donde se estima habitan 8'220.000 habitantes que están en riesgo de enfermar por esta patología, según el boletín epidemiológico #9 realizado por Dirección Nacional de Vigilancia Epidemiológica y la Coordinación de la Estrategia de Lucha contra el dengue del MSP.

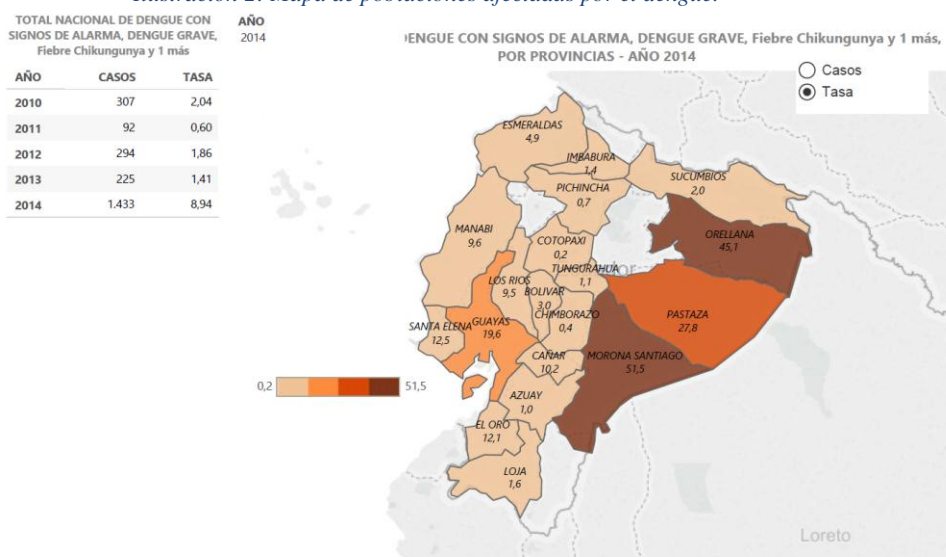
Cuadro de la Dirección Nacional de Vigilancia Epidemiológica y la Coordinación de la Estrategia de Lucha contra el dengue del MSP.

Ilustración 1: Vigilancia epidemiológica.



Fuente: Ministerio de Salud

Ilustración 2: Mapa de poblaciones afectadas por el dengue.



Fuente: Ministerio de Salud

Muestras tomadas a nivel nacional desde los años 2010 al 2014, hay que tomar en cuenta que en la mayoría de la región de la sierra son casos importados y en las regiones de la costa y amazonia son casos propios del lugar.

El **dengue** es una infección vírica transmitida por mosquitos, esta infección causas síntomas gripales y en ocasiones evoluciona hasta convertirse en un cuadro potencialmente mortal

llamado dengue grave o hemorrágico, este virus afecta a todas las persona como bebés, niños pequeños y adultos.

La **fiebre de chikungunya** es una enfermedad transmitida por un virus del mismo nombre, contagiada a través de la picadura de un mosquito infectado, que provoca un cuadro febril agudo, que habitualmente se resuelve sin complicaciones. Fue descrita por primera vez en el año 1953 en Tanzania y poco después se descubrió que se trataba de una enfermedad endémica en África.

En el Ecuador hasta la fecha del 13 de enero del 2015 se han confirmado 43 casos de Chikungunya de los cuales 12 corresponden a casos importados y 31 a casos autóctonos, estos casos se encuentran concentrados en la provincia de Manabí según los datos publicados por el ministerio de salud.

El **paludismo** es causado por parásitos del género Plasmodium, que se transmiten al ser humano por la picadura de mosquitos infectados del género Anopheles.

La enfermedad es caracterizada por síntomas como fiebre, dolor de cabeza y escalofríos que postran al paciente en la cama. Cuando no recibe tratamiento oportuno, ese paciente puede dejar albergado en el organismo el parásito y en una nueva picada de mosquito puede volver a presentar la enfermedad.

A pesar de que el paludismo al 2014 ya hay una disminución del 90% sin embargo el ministerio de salud busca una estrategia para mantener estas estadísticas.

Todas estas enfermedades son transmitidas por los zancudos, estos se reproduce en aguas limpias acumuladas cuando hay recipientes, tanques, llantas que a veces están a la intemperie y cuando llueve se acumula el agua en estos objeto esto hace que la hembra deposite sus huevos en estas aguas y con la humedad se reproduzcan.

En las últimas décadas ha aumentado enormemente la incidencia de dengue, el dengue hemorrágico, la fiebre de Chikungunya en el mundo, Alrededor de la mitad de la población del mundo corre el riesgo de contraer esta enfermedad, estas enfermedades se presenta en los climas tropicales y subtropicales de todo el planeta, sobre todo en las zonas urbanas y semiurbanas en el Ecuador las zonas más afectadas son la región costa o litoral y la región Amazónica.

No hay tratamiento específico del dengue, ni para dengue grave, pero la detección oportuna y el acceso a la asistencia médica adecuada y los proyectos de prevención ayudan a disminuir esta problemática.

Por esta razón el Ministerio de salud todos los años ha emprendido campañas de prevención en contra de estas enfermedades, como “Mi Familia contra el dengue” entre otras en donde capacitan a las personas de cómo vivir sin zancudos.

Además el Ministerio de salud por medio de malaria; hace fumigaciones sobre todo en las regiones costa, amazonia; han entregado toldos para proteger a las personas de la picadura del mosquito ya que en horas de la tarde es cuando hay más incidencia de picaduras.

1.1.5 Formulación del problema

¿Cómo se estructurará el plan de negocios para la importación de mosquiteros con repelente impregnado desde Shanghái – China hasta Ecuador?

1.1.6 Sistematización del problema

- ✓ ¿Cuál será la rentabilidad del el plan de negocios para la importación de mosquiteros con repelente impregnado desde Shanghái – China hasta Ecuador?

- ✓ ¿Cuál será el marketing mix para el plan de negocios para la importación de mosquiteros con repelente impregnado desde Shanghái – China hasta Ecuador?
- ✓ ¿Cuál serán las actividades de comercio exterior para el plan de negocios para la importación de mosquiteros con repelente impregnado desde Shanghái – China hasta Ecuador?
- ✓ ¿Cuál son los aspectos legales para el plan de negocios para la importación de mosquiteros con repelente impregnado desde Shanghái – China hasta Ecuador?
- ✓ ¿Cuál serán los acuerdos comerciales entre Ecuador y China que beneficie a la importación de mosquiteros con repelente impregnado desde Shanghái – China hasta Ecuador?

1.1.7 Objetivo General

Elaborar un plan de negocios para la importación de mosquiteros con repelente impregnado desde Shanghái – China hasta Ecuador.

1.1.8 Objetivos Específicos

- Elaborar una investigación de mercado que permita identificar la oferta, demanda, la plaza, los canales de distribución, del producto a importarse.
- Realizar un estudio en el cual se identificara la ingeniería, estructura administrativa y alcances del futuro plan de negocios.
- Identificar el proceso logístico de comercio exterior para la importación de mosquiteros con repelente impregnado desde Shanghái – China hasta Ecuador.
- Realizar un estudio financiero del negocio, que permita identificar las inversiones, costos, gastos e ingresos a través de los cuales se establecerá la respectiva relación financiera.

1.1.9 Justificaciones

El mosquitero con repelente es un producto nuevo para el Ecuador pero consumido en otros países de continentes como: Asia, Europa, África; y ahora en la actualidad a llegado a América del sur, donde si bien es cierto la demanda ha incrementado en estos últimos años por la llegada del dengue Hemorrágico y la fiebre Chikungunya, desfavorablemente el zancudo es un trasmisor de muchas enfermedades, por eso se considera que la oferta seguirá aumentando por esta, causa este producto a tenido buena acogida en otros país. La posibilidad de que el Ecuador se comercialice este producto es muy altas, dado las emergencias de salud que hay en la actualidad en nuestro país.

Este plan de negocios fomentará varios aspectos del campo de la salud y social; como los siguientes: apoyo al Ministerio de salud para prevenir el contagio de estas enfermedades y ayudar así a combatirlas.

Las principales ciudades en donde se presentan es el la región costa y oriente en las provincias de Esmeraldas, Manabí, Guayas, los Ríos, Sto. Domingo de los Tsáchilas, El Oro y en la Región Amazónica: Morona Santiago, Napo, Orellana, Pastaza, Zamora Chinchipe, Sucumbíos.

La necesidad de aprovechar para comercializar este producto debido a la emergencia de salud que existe en el Ecuador puede llegar a ser fuentes de ingresos y alternativas de desarrollo.

Es indiscutible que la balanza comercial del Ecuador es desfavorable, sin embargo hay productos que aquí en el Ecuador no se fabrican por falta de tecnología, y existe una demanda insatisfecha en nuestro país.

Por esta razón nos hemos visto una gran oportunidad de comercializar este producto ya que no hay en el país y ayudara a la prevención de esta nueva enfermedad que nos asechan cada vez más.

1.2 Marco referencial

1.2.1 Marco teórico

Un **plan de negocio** es una declaración formal de un conjunto de objetivos de una idea o iniciativa empresarial, que se constituye como una fase de proyección y evaluación. Se emplea internamente por la administración para la planificación de la empresa y complementariamente, es útil para convencer a terceros, tales como bancos o posibles inversores, para que aporten financiación al negocio.

El plan de negocio puede ser una representación comercial del modelo que se seguirá. Reúne la información verbal y gráfica de lo que el negocio es o tendrá que ser. También se lo considera una síntesis de cómo el dueño de un negocio, administrador, o empresario intentará organizar una labor empresarial y llevar a cabo las actividades necesarias y suficientes para que tenga éxito. El plan es una explicación escrita del modelo de negocio de la compañía a ser puesta en marcha.

El prototipo del plan de negocio es:

1. Tener definido el modelo de negocio y sus acciones estratégicas.
2. Determinar la viabilidad económica- financiera del negocio.
3. Definir la imagen general de la empresa ante terceras personas.

Las principales aplicaciones que presenta un plan de negocio son las siguientes:

- Constituye una herramienta de gran utilidad para el propio equipo de promotores ya que permite detectar errores y planificar adecuadamente la puesta en marcha del negocio con anterioridad al comienzo de la inversión.
- Facilita la obtención de la financiación bancaria, ya que contiene la previsión de estados económicos y financieros del negocio e informa adecuadamente sobre su viabilidad y solvencia.
- Facilita la negociación con proveedores.
- Captación de nuevos socios o colaboradores.
- Definir diversas etapas que faciliten la medición de sus resultados.
- Establecer metas a corto y mediano plazos.
- Definir con claridad los resultados finales esperados.
- Establecer criterios de medición para saber cuáles son sus logros.
- Identificar posibles oportunidades para aprovecharlas en su aplicación.
- Involucrar en su elaboración a los ejecutivos que vayan a participar en su aplicación.
- Nombrar un coordinador o responsable de su aplicación.
- Prever las dificultades que puedan presentarse y las posibles medidas correctivas.
- Tener programas para su realización.
- Ser claro, conciso e informativo.

Beneficios del Plan de Negocios

Objetivos claros

El Plan de negocios es muy útil cuando se comienza o se dirige un negocio pues con él se definen los objetivos concretos de tu empresa, con los objetivos específicos definidos claramente, como el número de visitas a tu sitio web o la cantidad de ventas que se tienen planeadas del producto.

Proyecciones firmes

Con tu plan de negocios puedes ir detallando, puliendo y actualizando datos sobre tus clientes potenciales, la competencia, las ventas, los costos, averiguar los generadores de ventas, las conversiones y los procesos de negocios. Mantener actualizado tu plan también te ayudará a notar los cambios y las tendencias en el mercado.

Mejor manejo de efectivo

Ninguna empresa puede permitirse administrar de manera incorrecta el flujo de efectivo. Tener una sección en **el plan de negocios** dedicada al flujo de efectivo es una excelente forma de enlazar las proyecciones en ventas, los costos, activos, gastos y deudas.

Estarás al tanto de tu negocio

Puedes usar tu Plan de negocios para mantener y establecer fechas y eventos importantes relacionados con tu negocio, aunque esto es muy recomendable para los negocios de una sola persona, lo es todavía más para equipos de trabajo.

Evitas que tu negocio se estanque

No tienes que esperar a que las cosas pasen, lo mejor es planear constantemente las actividades, un buen plan de negocios te permite monitorear y darle seguimiento a tus resultados, para poder corregir los que sean negativos (Servicios planes de negocios, 2014).

Factores del éxito o fracaso

Numerosos estudios han analizado las causas del éxito y el fracaso de los nuevos proyectos empresariales. Las causas del fracaso más mencionadas son:

- Problemas organizativos y de negocio.
- Nivel de ventas insuficiente.
- Problemas financieros.

Los problemas organizativos y de negocio pueden lastrar el desarrollo del proyecto. Si no se establece una organización y unos procesos claros, será más difícil que la organización detecte y resuelva las cuestiones competitivas clave. Tampoco se podrán superar esos obstáculos si la empresa no obtiene unos recursos y personal con las capacidades idóneas, a nivel técnico y directivo, para llevar a cabo con éxito el proyecto.

Unas ventas insuficientes provocarán que la empresa no pueda cubrir sus costes fijos, lo cual creará un problema en la cuenta de resultados que, antes o después, afectará a la tesorería.

Esas menores ventas pueden deberse a que el mercado crezca a unas tasas inferiores a las previstas. Pero también pueden derivarse de que la penetración efectiva del nuevo producto en el mercado sea menor. Esta menor adopción sería el resultado de sobrevalorar la proposición de valor del nuevo producto en relación a sus competidores y sustitutivos.

En cuanto a los problemas financieros pueden deberse a dos causas principales. La primera son las dificultades en la obtención de financiación del proyecto. Y la segunda son los problemas en la gestión del cash flow generado por el mismo.

(Cámara de comercio, industrias y navegación de santa cruz de Tenerife, 2014)

Indicadores de gestión para un plan de negocios.

Se deben basar en:

Economía (manejo adecuado de los recursos financieros),

Eficacia (logro de los objetivos institucionales),

Eficiencia (ejecución de las acciones usando el mínimo de recursos)

Calidad del Servicio (satisfacción de los requerimientos de los usuarios)

1) Seguridad

Las sucesivas mediciones entregan una valiosa información permitiendo reducir la incertidumbre y por lo tanto, desarrollar proyectos más acertados, mejorar costos y satisfacer mejor las necesidades del cliente.

2) Eficiencia

Las mediciones acertadas y en el momento oportuno, evitan costos innecesarios y conducen hacia direcciones más correctas en el desarrollo de las tareas facilitando la toma de decisiones, tanto en el proyecto como durante la marcha de las obras o de los procesos involucrados.

3) Desarrollo

Así como en una empresa el análisis serio y profundo de los datos otorga conocimiento que abren nuevas perspectivas a los dueños, así también el desarrollo de la humanidad está en cierta forma relacionado con los avances en materia de mediciones (muchos fenómenos serían imposibles de analizar y, por consiguiente, de estudiar, si no existiera algún medio para observarlos o medirlos).

(Estrategias empresariales, 2014).

Requisitos legales para la importación de los mosquiteros con repelente

Importación

Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACION al que se haya sido declarado.

Regímenes de Importación

Importación para el Consumo (Art. 147 COPCI)

Admisión Temporal para Reexportación en el mismo estado (Art. 148 COPCI)

Admisión Temporal para Perfeccionamiento Activo (Art. 149 COPCI)

Reposición de Mercancías con Franquicia Arancelaria (Art. 150 COPCI)

Transformación bajo control Aduanero (Art. 151 COPCI)

Depósito Aduanero (Art. 152 COPCI)

Reimportación en el mismo estado (Art. 152 COPCI)

Registro de Importador

Una vez gestionado el RUC en el Servicio de Rentas Internas, se deberá:

Paso 1

Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:

Banco Central del Ecuador

Security Data

Paso 2

Registrarse en el portal de ECUAPASS

- Aquí se podrá:

1. Actualizar base de datos
2. Crear usuario y contraseña
3. Aceptar las políticas de uso
4. Registrar firma electrónica

Revisar el boletín 32-2012, en el cual se encuentra un video demostrativo sobre el registro al portal ECUAPASS.

Las restricciones de un producto a importar

Para conocer si un producto está habilitado para ser importado, visite la página del organismo regulador de Comercio Exterior en el Ecuador COMEX, link: Resoluciones (182, 183, 184, 364) en las cuales se disponen las restricciones y requisitos para la importación de cada producto.

Una vez cumplidos los requisitos y restricciones del producto importado podrá realizar el trámite de DESADUANIZACIÓN DE LA MERCANCÍA.

Nacionalización de la mercancía

Para realizar los trámites de nacionalización de mercancías es necesario la asesoría y servicio de un Agente Acreditado por el SENA. El listado de Agentes de Aduana autorizados se encuentra en nuestra página web.

La declaración aduanera de Importación (DAI) será presentada de manera electrónica, y física en los casos en que determine la Dirección General del Servicio Nacional de Aduana del Ecuador. En los casos de que a la declaración aduanera se le asigne aforo físico o documental, esta deberá completarse el mismo día con la transmisión digital de los documentos de acompañamiento y de soporte, que no se puedan presentar en formato electrónico. Cuando no

se cumpliere con el envío de los documentos indicados en el presente artículo dentro del término de los treinta días calendario, contados a partir de la fecha de arribo de la mercancía, acarreará su abandono tácito según lo establecido en el art. 142 del COPCI sin perjuicio de la imposición de la respectiva multa por falta reglamentaria de acuerdo a lo establecido en el literal d) del art. 193 del COPCI. (Art. 67 Reg. COPCI).

Los documentos digitales que acompañan a la DAI a través del ECUAPASS son:

Documentos de acompañamiento

Se constituyen documentos de acompañamiento aquellos que denominados de control previo, deben tramitarse y aprobarse antes del embarque de la mercancía deben presentarse, física o electrónicamente, en conjunto con la Declaración Aduanera, cuando estos sean exigidos. (Art. 72 Reg. COPCI)

Documentos de soporte

Constituirán la base de la información de la Declaración Aduanera a cualquier régimen. Estos documentos originales, ya sea en físico o electrónico, deberán reposar en el archivo del declarante o su Agente de Aduanas al momento de la presentación o transmisión de la Declaración Aduanera, y estarán bajo su responsabilidad conforme a lo determinado en la Ley. (Art. 73 Reg. COPCI)

Factura Comercial

Certificado de Origen (cuando proceda)

Documentos que el SENA o el Organismo regulador de Comercio Exterior consideren necesarios.

Transmitida la Declaración Aduanera, el Sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el CANAL DE AFORO que corresponda

Canal de aforo

Canal de Aforo Automático (Art. 80 RCOPCI)

Canal de Aforo electrónico (Art. 81 RCOPCI)

Canal de Aforo documental (Art. 82 RCOPCI)

Canal de Aforo Físico Intrusivo (Art. 83 RCOPCI)

Canal de Aforo físico No Intrusivo (Art. 83 RCOPCI)

Previo al pago de LOS TRIBUTOS AL COMERCIO EXTERIOR, ejecutado el aforo asignado y de no existir novedades la Aduana dispondrá el levante o retiro de las mercancías.

Los tributos al comercio exterior

Para determinar el valor a pagar de tributos al comercio Exterior es necesario conocer la clasificación arancelaria del producto importado.

Los tributos al comercio exterior son derechos arancelarios, impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias y tasas por servicios aduaneros.

AD-VALOREM (Arancel Cobrado a las Mercancías)

Impuesto administrado por la Aduana del Ecuador. Porcentaje variable según el tipo de mercancía y se aplica sobre la suma del Costo, Seguro y Flete (base imponible de la Importación).

FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia)

Impuesto que administra el INFA. 0.5% se aplica sobre la base imponible de la Importación.

ICE (Impuesto a los Consumos Especiales)

Administrado por el SRI. Porcentaje variable según los bienes y servicios que se importen.

(Consulte en la página del SRI: www.sri.gob.ec, link: Impuestos)

IVA (Impuesto al Valor Agregado)

Administrado por el SRI. Corresponde al 12% sobre: Base imponible + ADVALOREM + FODINFA + ICE

Base Legal

Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones R. O. 351 del 29 de diciembre 2010

Reglamento al título de la Facilitación aduanera para el Comercio, del libro V del COPCI R.O. 452 19 de mayo de 2011 Resoluciones del Comité de Comercio Exterior.

INEN

Para iniciar el proceso se tiene que llenar la solicitud que se encuentra en la página Web Institucional, en el módulo de inicio- formulario de solicitud. Cabe destacar que cada solicitud ingresada solo hará referencia a un tipo de producto, y debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Formato impreso “Producto No Contemplado en el Alcance del RTE” ingresado en esta página Web.
- Declaración del Fabricante.

- Factura Comercial de la importación a la cual usted está haciendo referencia y donde se encuentra el producto mencionado (en caso de que su trámite se encuentre en estado: En tránsito – En puerto – En Demo raje).
- Ficha técnica del producto mencionado.
- Informe de Ensayos.
- En caso de que usted haya llenado la casilla Otros documentos, adjuntar los documentos mencionados.

Luego de haber llenado la solicitud en la página web de la Institución, los interesados tienen que acercarse a las oficinas principales del INEN, en un periodo máximo de 48 horas, junto con los documentos originales, y dejarlos en el Departamento de Archivo General de 08:00 hasta las 17:00 horas.

Logística del producto desde Shanghái – China hasta el puerto de Guayaquil – Ecuador

Se va a negociar con el exportador un valor CIF, es mucho más fácil que él se encargue de la logística del producto en el país de origen.

Los Incoterms:

Los Incoterms también se denominan cláusulas de precio, pues cada término permite determinar los elementos que lo componen. La selección del Incoterm influye sobre el costo del contrato.(businesscol.com, s.f.)

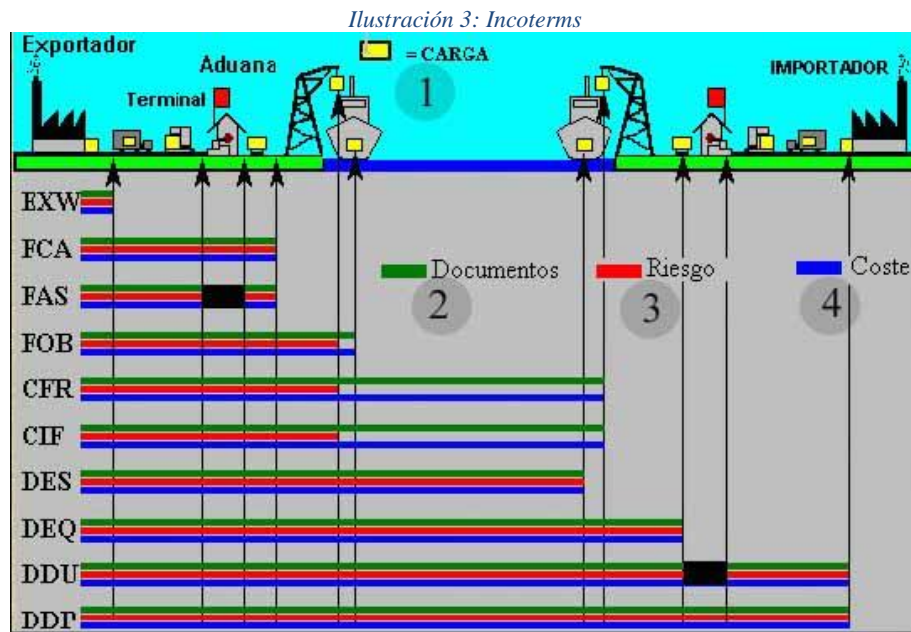
Determinan:

- 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.

Hay diferentes tipos de Incoterms

CFR - CIF - CIP - CPT - DAF - DDP - DDU - DEQ - DES - EXW - FAS - FCA - FOB



(Alberto Estrada,2010)

CIF (Cost, Insurance and Freight) - Costo, Seguro y Flete (puerto de destino convenido)

- Significa que el vendedor entrega la mercadería cuando esta sobrepasa la borda del buque en el puerto de embarque convenido.
- El vendedor debe pagar los costos y el flete necesarios para conducir las mercaderías al puerto de destino convenido.
- En condiciones CIF el vendedor debe también contratar un seguro y pagar la prima correspondiente, a fin de cubrir los riesgos de pérdida o daño que pueda sufrir la mercadería durante el transporte.

- El comprador ha de observar que el vendedor está obligado a conseguir un seguro sólo con cobertura mínima. Si el comprador desea mayor cobertura necesitará acordarlo expresamente con el vendedor o bien concertar su propio seguro adicional.
- El término CIF exige al vendedor despachar las mercaderías para la exportación.
- Este término puede ser utilizado sólo para el transporte por mar o por vías navegables interiores.

Obligaciones del Vendedor.

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)

Obligaciones del Comprador.

- Pago de la mercadería
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

El producto debe ser transportado vía marítima por cuestiones de costo, se transportara desde Shanghái – China hasta el puerto de Guayaquil – Ecuador, la naviera será contratada por el exportador.

CAPÍTULO 2

MÉTODO

2.1 Metodología general

2.1.1 Nivel de estudio

Se realizará un estudio exploratorio sobre el mercado de Ecuador; se hará una segmentación del mercado para los toldos con repelente que se van a importar, considerando que es un producto nuevo en el mercado, se buscará las necesidades y preferencias, cantidad de demanda, oferta, los costos de los principales productos e insumos.

Se realizará un estudio descriptivo sobre el tipo de investigación para definir las regulaciones técnicas de la entrada de nuevos productos a dicho mercado, prohibiciones y requisitos necesarios exigibles para comercializar.

2.1.2 Modalidad de investigación

Se utilizará una investigación de campo para obtener datos directamente del lugar que es objeto de estudio, información necesaria y veras para realizar una investigación de calidad.

Se implementará una investigación Documental para recopilar información, ampliar y profundizar el conocimiento de la investigación, mediante argumentos de registros impresos y electrónicos.

Se realizará una investigación de proyectos para tener una investigación basada en necesidades particulares de organizaciones o grupos sociales, obteniendo como resultado una propuesta práctica de aplicación específica, con viabilidad de ser ejecutado.

2.1.3 Método

Se utilizará un método inductivo – deductivo para solucionar los problemas a partir de lo particular a lo general y de lo general a lo particular, en lo inductivo se observará hechos para su registro, clasificar y estudiarlos para llegar a una generalización; y en lo deductivo se

tomará conclusiones que se halla implícita dentro de las primicias o que son consecuencias de estas, es decir logra inferir algo observado a partir de una ley en general.

Se aplicará un método analítico – sintético este método nos lleva de las causas a los efectos y de los principios a las conclusiones para solucionar los problemas, este método nos permitirá conocer más el objeto de estudio, con lo cual se puede: explicar, hacer analogías, comprender mejor su comportamiento para establecer nuevas teorías. Aquí se observará y examinará minuciosamente de un hecho a lo particular descomponiéndolo para luego volverlo a unir con el fin de reencontrar la individualidad.

2.1.4 Población y muestra

En esta investigación se trabajará sobre una población específica, que se encuentre relacionada con las áreas del objeto de estudio, en este caso nuestra población será las familias de la ciudad de Lago agrio. Para determinar el tamaño de la muestra requerida, se realizará un estudio en esta ciudad ya que es una zona fronteriza y en el país vecino existen altos índices de emergencias de salud a causa del dengue hemorrágico y chikungunya, es por esto que la prevención es un punto esencial para los pobladores de esta ciudad y posibles consumidor del producto.

Para saber cuántas encuestas deberemos realizar, utilizaremos la fórmula para universos finitos.

Biblioteca UTE: http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/6929/1/31361_1.pdf

Formula:

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

Donde:

n = el tamaño de la muestra.

N = tamaño de la población.

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z = Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual) o en relación al 99% de confianza equivale 2,58, valor que queda a criterio del investigador.

e = Límite aceptable de error maestral que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor que varía entre el 1% (0,01) y 9% (0,09), valor que queda a criterio del encuestador.

Datos

N=48 562 hab.

$\sigma = 0,5$

Z=95% O 1,96

e= 0,06

$$n = \frac{(1,96)^2 * (0,5)^2 * 48562}{(0,06)^2 * (48562-1) + (1,96)^2 * (0,5)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 48562}{(0,0036 * 48561) + (3,8416 * 0,25)}$$

$$n = \frac{37311,16}{175,78} = 212,26$$

n= 212 Encuestas

Se realizarán 212 encuestas para determinar la demanda potencial e insatisfecha.

2.1.5 Selección instrumentos de investigación

El instrumento a utilizarse será una encuesta ya que por medio de un conjunto de preguntas previamente validadas serán aplicadas a la muestra respectivamente seleccionada, con la finalidad de extraer la información relevante sobre las opiniones acerca del producto a importar.

La misma que se podrá ver en el anexo 1

2.1.5 Procesamiento de datos

Se procesaran los datos obtenidos en la investigación con la finalidad de generar los resultados que permitirán evaluar el cumplimiento de los objetivos planteados, para ser proyectados mediante barras estadísticas donde se determinara claramente el comportamiento del consumidor ante un producto desconocido, se utilizaran los programas de Excel, Word, entre otros.

2.2 Metodología específica

Se utilizarán diferentes metodologías para el desarrollo de cada uno de los objetivos planteados, las mismas que nos orientarán para la ejecución de plan de negocios a realizar.

Objetivo específico 1.- “Elaborar una investigación de mercado que permita identificar la oferta, demanda, la plaza, los canales de distribución, del producto a importarse”.

Para llegar a determinar resultados de este objetivo se planteará un marketing mix y se usará los resultados de la encuesta como columna vertebral del mismo, ya que los mismos nos permitirán saber el conocimiento, las percepciones y expectativas que tienen sobre el producto que se ofrecerá.

Se implementará esta técnica para elegir los elementos a juicio del investigador y se seleccionará a los encuestados de forma aleatoria para completar la muestra.

Objetivo específico 2.- “Identificar la ingeniería, estructura administrativa y alcances del futuro plan de negocios”.

LA INGENIERÍA DEL NEGOCIO

En la ingeniería del negocio se necesita verificar las características del producto, la ficha técnica y la calidad que se ofrecerá en el mercado, adicionalmente se describirá los datos del proveedor y su capacidad de producción.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

Se estructurará el negocio con un Gerente, Secretaria/recepcionista, Departamento de administrativo/financiero, Departamento de Comercial, Departamento de Distribución.

Gerente: El Gerente del negocio que será la máxima autoridad y sus funciones serán: Dirigir y controlar el funcionamiento del negocio, representar el negocio en todas las negociaciones y contratos con terceros en relación con el objeto del mismo.

Objetivo específico 3.- “Identificar el proceso logístico de comercio exterior para la importación de mosquiteros con repelente impregnado desde Shanghái – China hasta Ecuador”.

1. Se establecerá el incoterm a negociar con el proveedor y se identificará la partida arancelaria del producto con el que ingresará al país, el proveedor enviará una proforma del producto con sus especificaciones y se solicitará una muestra.
2. Se realizará los trámites pertinentes para la respectiva nacionalización del producto en las diferentes instituciones como SRI, INEN, ADUANAS y el sistema Ecuapass.

Objetivo específico 4.- “Realizar un estudio financiero del negocio, que permita identificar las inversiones, costos, gastos e ingresos a través de las cuales se establecerá la respectiva relación financiera”.

Se determinará el monto de la inversión, identificando todos los recursos que se van a utilizar, establecer los costos y en función de dicha información realizar la cuantificación monetaria.

Existen varias inversiones que son vitales para que el negocio entre en funcionamiento, entre estas tenemos activos fijos tangibles e intangibles y el capital de trabajo, con el cálculo de estas se identificará la cuantía de la inversión para el desarrollo de este.

Se establecerán los costos del negocio tomando en cuenta los siguientes gastos y costos: directos, indirectos, importación, mantenimiento y reparación, seguro, depreciación y amortizaciones, distribución o venta, Costos de administración, financieros, etc.

Se realizará una evaluación económica y financiera del negocio, una vez obtenidos los datos sobre costos, inversiones e ingresos, se obtendrá como resultado la rentabilidad o no de este.

La evaluación financiera se realizará para conocer la capacidad económica como la liquidez del negocio mediante los llamados estados financieros, (Estado de situación inicial, al Estado de pérdidas y ganancias o de resultados y al flujo neto de caja).

La evaluación determina el comportamiento o el desempeño del negocio o una de sus partes, comparándolos con los beneficios y costos proyectados en el futuro con el objetivo de medir su valor económico, financiero y social, se utilizarán los indicadores de evaluación.

Se obtendrá primero la tasa de descuento como base para el cálculo de los siguientes indicadores de evaluación: el VAN (Valor actual neto), TIR (Tasa interna de retorno), PRI (Periodo de recuperación de la inversión).

CAPÍTULO 3

RESULTADOS

3.1. Recolección y tratamiento de datos.

En esta sección se presentará los resultados de los datos recolectados y el tratamiento de los mismos para cumplir con todos los objetivos planteados en el inicio del proyecto.

3.1.1 Resultados del objetivo específico 1.

“Elaborar una investigación de mercado que permita identificar la oferta, demanda, proveedores, la plaza, los canales de distribución, del producto a importarse”.

MARKETING MIX

Para cumplir las expectativas de este objetivo se realizó mix de marketing, porque a través de este método se puede analizar detenidamente las variables que influyen en el producto.

PLAZA: Para identificar el lugar adecuado de inicio de las actividades de venta de los productos objeto de este estudio, se tomó en cuenta varios criterios como:

- El producto es exclusivo para zonas con clima tropical, debido a que estas condiciones climáticas son adecuadas para que los mosquitos se reproduzcan, causando varios tipos de enfermedades.
- El producto no se comercializará en la sierra, ya que este tipo de productos no se usan en la región.
- Según una breve investigación de campo que se realizó se determinó que la mayoría de competidores indirectos se encuentran en la región costa, principalmente en las provincias de Guayas, Manabí y El Oro.

- Por otra parte según el censo de población y vivienda del 2010 se determinó que la región amazónica, es una de las que menos servicios básicos dispone, la recolección de basura o alcantarillado son los principales servicios de los que carece esta región, creando por esta razón un ambiente propicio para la propagación de los diferentes tipos de mosquitos.

Uniendo todos estos criterios y tomando en cuenta la cercanía entre Sucumbíos y Quito, se eligió a la provincia de Sucumbíos como la provincia en donde se iniciará las operaciones comerciales de la empresa.

Teniendo como objetivo empresarial el introducir cada dos meses el producto en una nueva provincia, en donde se fija como meta incrementar las ventas en un 10% bimensualmente.

PRODUCTO: El producto como ya se lo manifestó en párrafos anteriores es un toldo que lleva en su tela un repelente impregnado, cuya presentación es:

Ilustración 4: Presentación del producto.



Fuente: Net mosquito, 2015

Con estos argumentos se puede decir que el producto es prácticamente nuevo en el mercado por esa razón se realizó una encuesta con la intención de medir la percepción y el conocimiento de las personas con referencia a este producto, una vez aplicada y procesada la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados:

1.-¿QUÉ TIPO DE PROTECCIÓN USTED UTILIZA PARA PROTEGERSE DE LOS MOSQUITOS CUANDO DUERME?

Tabla 1: Resultados pregunta 1.

TOLDOS	REPELENTE	OTROS
68%	24%	8%

Elaborado por: Cristina Vanegas

Ilustración 5: Resultados pregunta 1.



Elaborado por: Cristina Vanegas

Los resultados de la primera pregunta muestran claramente que, el 68% de las personas encuestadas para protegerse de los mosquitos en la noche usan Toldo, un 24% usa repelente y un 8% usa otro tipo de productos.

Estos resultados nos muestran que el mercado los toldos tienen buena acogida entre los ciudadanos de la Provincia de Sucumbíos y que al vender un toldo con un valor agregado como el repelente impregnado le dará una ventaja competitiva y comparativa importante a los productos. Hay un 24% que usa repelente, este porcentaje también puede ser captado por la empresa ya que se está comercializando el mismo producto que usan aplicado a un toldo el cual brindará mayor protección.

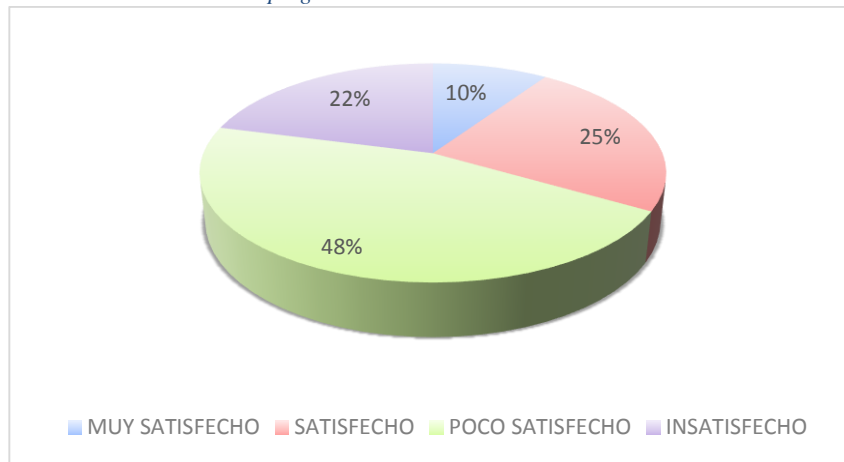
2.- ¿QUÉ NIVEL DE SATISFACCIÓN TIENE CON LOS PRODUCTOS QUE ACTUALMENTE UTILIZA PARA PROTEGERSE DE LOS MOSQUITOS CUANDO DUERME?

Tabla 2: Resultados pregunta 2.

MUY SATISFECHO	SATISFECHO	POCO SATISFECHO	INSATISFECHO
10%	25%	48%	22%

Elaborado por: Cristina Vanegas

Ilustración 6: Resultados pregunta 2.



Elaborado por: Cristina Vanegas

El nivel de satisfacción medido en la segunda pregunta de la encuesta deja aún más clara la oportunidad de entrar en el mercado con el producto, pues, de las personas encuestadas el 22% está insatisfecha del producto que usa actualmente para protegerse de los mosquitos en la noche, mientras el 48% está un poco satisfecho y tan solo el 10% se encuentra satisfecho y el 25% satisfechos. Si unimos las calificaciones positivas y negativas tendríamos que el 35% está conforme con el producto que usa actualmente y el 65% calificó de forma negativa o poco satisfactoria la eficacia de los productos de protección contra mosquitos en la noche.

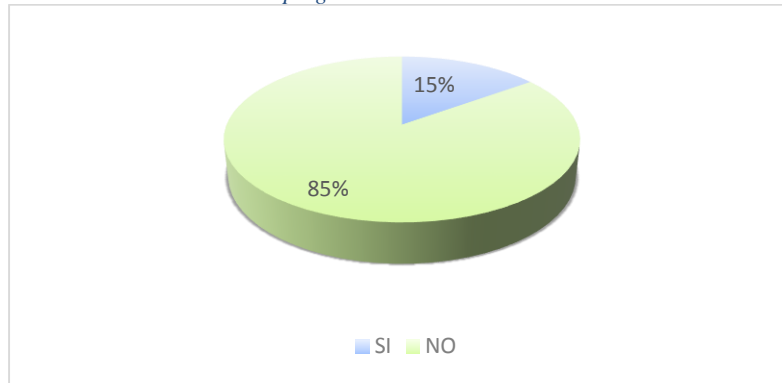
3.- ¿USTED HA VISTO O ESCUCHADO SOBRE LA EXISTENCIA DE TOLDOS CON REPELENTE IMPREGNADO?

Tabla 3: Resultados pregunta 3.

SI	NO
15%	85%

Elaborado por: Cristina Vanegas

Ilustración 7: Resultados pregunta 3



Elaborado por: Cristina Vanegas.

Con esta pregunta se buscaba indagar en las personas el conocimiento de los toldos con repelente impregnado, los cuales son prácticamente desconocidos por la mayoría de personas, ya que de las personas que respondieron esta pregunta el 85% no conoce el producto y tan solo el 15% ha escuchado de él.

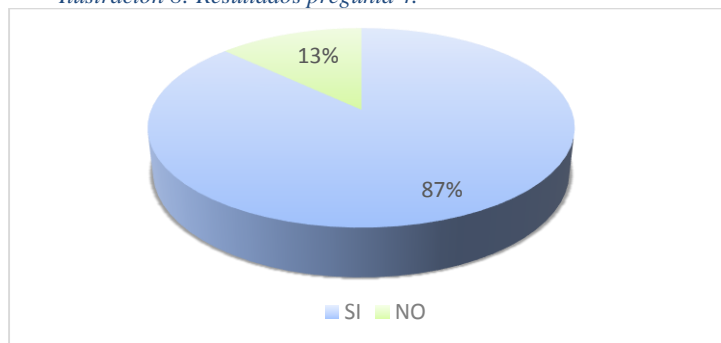
4.-¿LE INTERESARÍA CONOCER ACERCA DE ESTE PRODUCTO Y SUS BENEFICIOS?

Tabla 4: Resultados pregunta 4.

SI	NO
87%	13%

Elaborado por: Cristina Vanegas

Ilustración 8: Resultados pregunta 4.



Elaborado por: Cristina Vanegas

Sabiendo que el producto es desconocido para la mayoría de personas, se consultó a las mismas, si les gustaría conocer más acerca del mismo y sobre todo los beneficios que este producto puede ofrecer en su uso cotidiano. El resultado fue similar a la pregunta anterior en

donde un 87% se mostró interesado por conocer de los beneficios mientras un 13% fue indiferente o no quiere saber de los beneficios del producto.

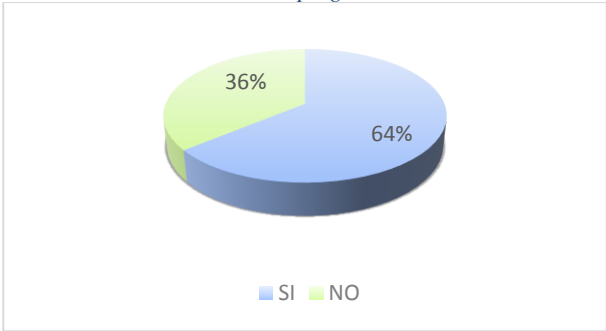
5.-¿CREE USTED QUE EL TIEMPO DE DURACIÓN DEL REPELENTE EN EL TOLDO ES DE GRAN IMPORTANCIA?

Tabla 5: Resultados pregunta 5

SI	NO
64%	36%

Elaborado por: Cristina Vanegas

Ilustración 9: Resultados pregunta 5.



Elaborado por: Cristina Vanegas

El objetivo de esta pregunta es dotar de criterios para que al momento de pormocionar el producto se use el mensaje correcto, en este caso el 64% de personas encuestadas mencionaron que es importante el tiempo de duración del repelente en el toldo y el 36% respondió que esta información no es relevante. Con estos resultados podemos decir que es importante mencionar el tiempo de duración del repelente cuando se haga las operaciones de venta, ya que a la mayoría de los potenciales compradores les parece algo relevante.

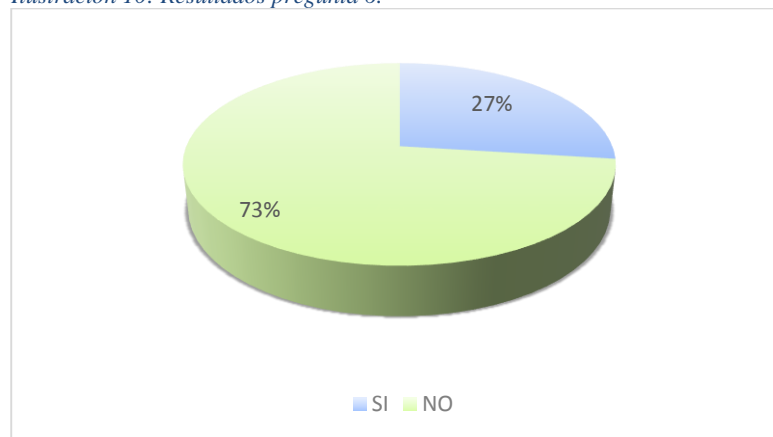
6.-¿CREE USTED QUE EL MODELO DEL TOLDO INFLUIRÍA EN SU COMPRA?

Tabla 6: Resultados pregunta 6.

SI	NO
27%	73%

Elaborado por: Cristina Vanegas

Ilustración 10: Resultados pregunta 6.



Elaborado por: Cristina Vanegas

Lo contrario a la pregunta anterior sucedió con esta pregunta, al indagar a las personas si el modelo del toldo les resulta relevante el 73% mencionó que no es relevante y que el mismo no influiría en la compra y el 27% mencionó que si el modelo si influiría en la compra del toldo. De igual forma esto deja en claro que al momento de realizar la comercialización del producto es necesario enfocarse más en los beneficios y ventajas del producto que en las características físicas del mismo.

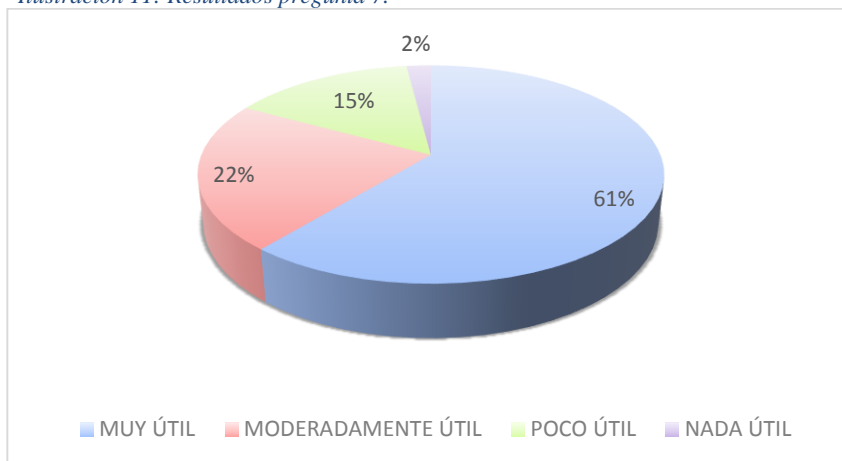
7.- ¿QUÉ TAN ÚTIL CREE USTED QUE PUEDE SER ESTE PRODUCTO PARA SU PROTECCION?

Tabla 7: Resultados pregunta 7.

MUY ÚTIL	MODERADAMENTE ÚTIL	POCO ÚTIL	NADA ÚTIL
61%	22%	15%	2%

Elaborado por: Cristina Vanegas

Ilustración 11: Resultados pregunta 7.



Elaborado por: Cristina Vanegas

Después de indagar los factores que influirían en la compra de los toldos y conocer los niveles de satisfacción de las personas con sus actuales productos, se indagó sobre cuán útil percibe la gente el uso de un producto como los toldos impregnados con repelente. Al hacer esta indagación en las personas obtuvimos que el resultado que el 83% cree es el producto es muy útil o moderadamente útil y un 13% piensa que es poco útil o nada útil, con este resultado se puede clarificar que el impacto en la población para comercializar este producto sería positivo.

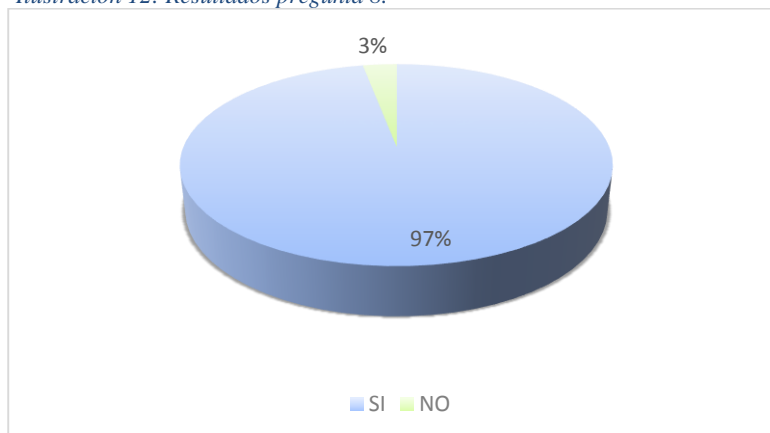
8.- ¿SI PODRIA COMPRAR EL PRODUCTO ESTARÍA USTED DISPUESTO ADQUIRIRLO?

Tabla 8: Resultados pregunta 8.

SI	NO
97%	3%

Elaborado por: Cristina Vanegas

Ilustración 12: Resultados pregunta 8.



Elaborado por: Cristina Vanegas

En esta pregunta se puede corroborar lo que se dijo anteriormente que a las personas encuestadas les parece muy atractivo el producto, es así que el 97% de personas encuestadas respondió que estarían dispuestos a comprar el producto, si este estuviera al alcance de su economía.

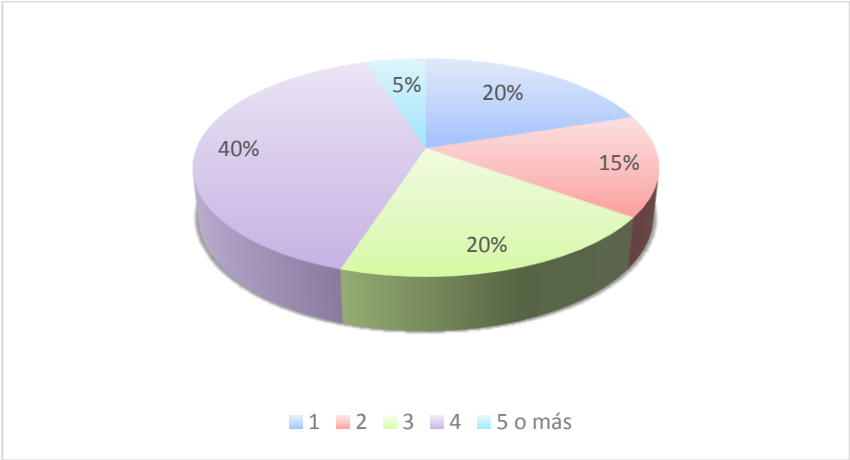
9.- ¿CUÁNTOS TOLDOS NECESITARIA USTED PARA SU CASA?

Tabla 9: Resultados pregunta 9.

1	2	3	4	5 o más
20%	15%	20%	40%	5%

Elaborado por: Cristina Vanegas

Ilustración 13: Resultados pregunta 9.



Elaborado por: Cristina Vanegas

El promedio de toldos que se usa en cada vivienda de la provincia de Sucumbíos es de 4, así el 40% de los encuestados respondió que 4 unidades serían las que necesitarían para su casa, seguido por un 20% que respondió que necesitaría 3 y 1 y un 15% y 5% que respondió que necesitaría 2 o 5 y más respectivamente.

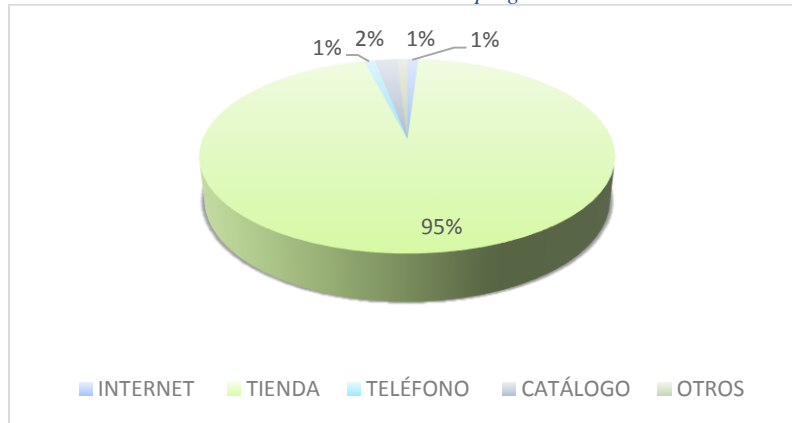
10.- ¿POR QUÉ MEDIO USTED FRECUENTEMENTE REALIZA SUS COMPRAS?

Tabla 10: Resultados pregunta 10.

INTERNET	TIENDA	TELEFONO	CATALOGO	OTROS
1%	95%	1%	2%	1%

Elaborado por: Cristina Vanegas

Ilustración 14: Resultados pregunta 10.



Elaborado por: Cristina Vanegas

Con la última pregunta se indagó acerca del canal de distribución más efectivo y más usual en los potenciales consumidores, los resultados muestran que hay un 95% que prefiere comprar en una tienda tradicional, frente a un 5% que compra a través de diversos medios alternativos. Al hacer un análisis global de los resultados de la encuesta podemos afirmar que el producto objeto de este proyecto tendrá una acogida positiva en su entrada al mercado de la provincia de Sucumbíos, puesto que la gente se muestra interesada en el mismo y cataloga al producto como un bien necesario y útil para la protección contra los mosquitos en la noche.

PRECIO.- La estructura en detalle del precio la analizaremos posteriormente, cuando analicemos las variables logísticas, pero en este apartado como información mencionaremos que el PVP es de 8,00 este monto fue analizado en base a los precios en los que se venden actualmente los demás toldos.

PROMOCIÓN.- En los resultados de la encuesta se pudo evidenciar que la gente aún prefiere los canales tradicionales para realizar las compras, por ese motivo el mayor porcentaje de promoción se lo hará a través de los medios tradicionales, es decir, por medio de radio, tv y prensa, pero se usará los medios locales que resultan más directos y más económicos en costos que los medios nacionales. Cabe recalcar que no se dejará de lado medios alternativos como las redes sociales para promocionar el producto.

Con este mix de marketing dejamos claro varios puntos que resultan clave para el desarrollo del producto y se pudo determinar, la plaza en donde el producto se comercializará, el producto, con sus características y percepciones que se pudo tener en base a los resultados de la encuesta, el precio al cual el producto será vendido y la promoción que se hará para captar nuevos clientes interesados en adquirir los toldos.

ESTUDIO DE MERCADO

Segmentación de mercado

El mercado objetivo del producto se segmenta de la siguiente manera:

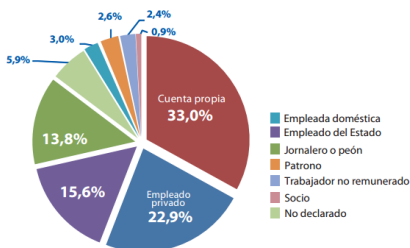
- Consumidores finales (Mercado de consumo).
- Consumidores institucionales (Mercado institucional).

El mercado de consumo o consumidores finales es la población económicamente activa que puede adquirir nuestro producto en un punto de venta o canal de distribución que comercialice nuestro producto.

El mercado institucional es el universo de empresas e instituciones privadas o estatales que deseen comprar en cantidades mayores nuestro producto para el uso interno de sus empleados o, en el caso de entidades públicas, realizar campañas de prevención de enfermedades o campañas sociales benéficas. El empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial ocupa el 15,6% de la población económicamente activa.

Ilustración 15: Población Económicamente Activa

¿EN QUÉ TRABAJAN LOS HABITANTES DE SUCUMBÍOS?

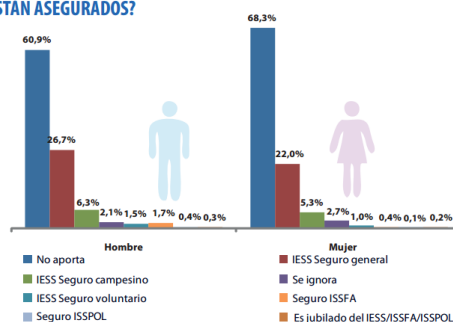


Ocupación*	Hombre	Mujer
Empleado privado	12.398	3.246
Cuenta propia	15.236	7.320
Jornalero o peón	8.727	714
Empleado u obrero del Estado, Municipio o Consejo Provincial	6.965	3.676
No declarado	2.112	1.912
Empleada doméstica	165	1.869
Patrono	1.130	644
Trabajador no remunerado	1.091	546
Socio	398	189
Total	48.222	20.116

¿QUÉ CANTIDAD DE HABITANTES DE SUCUMBÍOS ESTÁN ASEGURADOS?

Aporte o afiliación*	Personas
No aporta	40.479
IESS Seguro general	16.256
IESS Seguro campesino	3.868
Se ignora	1.446
IESS Seguro voluntario	873
Seguro ISSFA	859
Seguro ISSPOL	202
Es jubilado del IESS/ISSFA/ISSPOL	195

*Personas ocupadas de 18 años y más.



Fuente: INEC- Censo 2010

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Nivel de Ingresos y Población.- El nivel de ingresos promedio de un ecuatoriano es equivalente al sueldo básico de \$354,00 más compensaciones salariales.

Tabla 11: Población Provincia de Sucumbíos

POBLACION PROVINCIA SUCUMBIOS			
Grandes grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
De 0 a 14 años	32,67	31,842	64,512
De 15 a 64 años	56,449	48,958	105,407
De 65 años y más	3,729	2,824	6,553
Total	92,848	83,624	176,472

(Fuente: Municipio de Lago Agrio.2010)

Hábitos de consumo.- Nuestro mercado objetivo, actualmente, tiene una tendencia de crecimiento a consumir toda clase de productos disponibles en el mercado que prevengan la Chikungunya y con especial énfasis en la compra de productos de calidad a precios accesibles.

Estacionalidad.- La demanda de los toldos va a tener picos estadísticos en los meses de invierno en la región Amazónica, en los cuales existe una proliferación mayor de mosquitos; pero esto no quiere decir que el resto del año la demanda no exista demanda del producto, ya que los mosquitos proliferan en lugares húmedos sin necesidad de que sea temporada invernal.

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Para analizar y determinar la oferta debemos considerar que nuestro producto es un bien de consumo masivo proveniente de la importación y, por lo tanto, debemos analizar factores externos como disponibilidad de productos del proveedor, situaciones arancelarias internacionales y políticas de restricción de importación a nivel gubernamental. Dentro de nuestra investigación de mercado hemos realizado encuestas a consumidores de toldos con repelentes impregnados y se determinó que el 97% de las personas encuestadas comprarían el producto y estaría dispuesto a usar utilizar los toldos para protegerse de los mosquitos. Este dato que se debe considerar en el momento de realizar los pedidos al proveedor internacional para temas de stock.

Tabla 12: Población Económicamente Activa

Población Económicamente Activa (P.E.A)	
Ocupación(Provincia Sucumbíos)	Personas
Empleado privado	15.644,00
Cuenta propia	22.556,00
Jornalero o peón	9.441,00
Empleado u obrero del Estado, Municipio o consejo provincial	10.641,00
No declarado	4.024,00
Empleada doméstica	2.034,00
Patrono	1.774,00
Trabajador no remunerado	1.637,00
Socio	587,00
TOTAL	68.338,00

Fuente: INEC- Censo 2010

Una vez conocida la población económicamente activa de la provincia de Sucumbíos y la segmentación del mercado realizada, hemos determinado que vamos a cubrir con nuestro producto al 29% de la P.E.A, es decir que en stock en el primer año debemos tener alrededor de 20.000 productos.


3.1.2 Resultado objetivo específico 2.

“Realizar un estudio en el cual se identificara la ingeniería, estructura administrativa y alcances del futuro plan de negocios”.

INGENIERIA DEL PROYECTO

En el mix de marketing se analizó el producto de una forma general y enfocada desde el punto comercial, en esta etapa analizaremos el producto de forma técnica con el objetivo, por esa razón iniciaremos armando una ficha técnica la misma que se detalla a continuación:

Tabla 13: Ficha Técnica

FICHA TECNICA NET MOSQUITOS		
FOTO	DESCRIPCION	
	PRODUCTO:	TOLDO CON REPELENTE IMPREGNADO
	NOMBRE COMERCIAL:	NET MOSQUITOS
	TIPO DE TELA:	100% POLYESTER
	TIPO DE REPELENTE:	DELTAMENHTRIT
	MATERIAL DEL EMPAQUE:	PVC
	MEDIDAS DEL PRODUCTO:	180 Lx130 Wx150
	CERTIFICACIONES:	ISO-9001-2008
	CERTIFICADORA:	CGS
	DURACION DEL INSECTICIDA:	4 AÑOS
	COLORES:	BLANCO, AZUL Y GRIS

Elaborado por: Cristina Venegas

Como se puede apreciar la ficha técnica es muy completa ya que nos proporciona todos los datos importantes del producto, es importante señalar también que a más de la ISO 9001 el producto cuenta con una certificación de la OMS (organización Mundial de la Salud), la cual certifica que el producto no es tóxico.

El proveedor ideal para abastecer a la empresa del producto se encuentra en la ciudad de Shanghai en China y sus contactos son:

Ilustración 16: Información del proveedor

浙江凯喜雅同创进出口有限公司
ZHEJIANG CATHAYA TRANSTRA CO.,LTD.
117 TIYUCHANG ROAD HANGZHOU CHINA
TEL: +0086-15268294210 FA: +86-572-2269398
TAX ID: 24567812

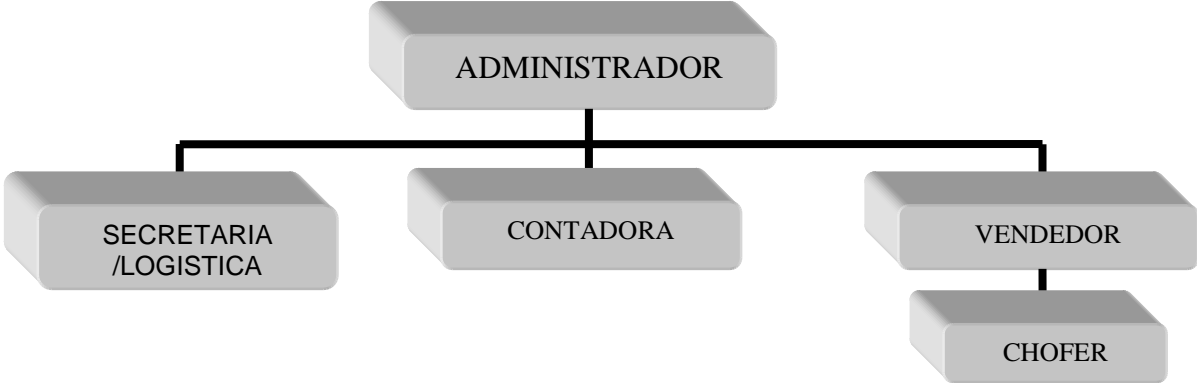
El proveedor se escogió en base a criterios como, capacidad de producción, costos, facilidades de pago, cercanía a un puerto de operaciones, tiempo en el mercado y experiencia en exportaciones.

Forma de pago: por transferencia bancaria el 30% al inicio del pedido y el 70% al momento de embarcar la mercadería.

ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA:

Una vez seleccionado el producto y el proveedor, es necesario hacer el diagrama de cómo funcionará la empresa a través de él organigrama de la misma.

Ilustración 17: Estructura Organizativa



Para entender de mejor forma la organización de la empresa hay que señalar que la misma tendrá domicilio en la ciudad de Quito, sin embargo el centro de Distribución funcionarán en

Sucumbíos que es la primera provincia por donde se iniciará las operaciones comerciales. El resto de la empresa operará desde Quito, ya que se tiene mejor logística operativa al estar más cerca de las instituciones públicas que regulan al Comercio Exterior, es decir se seguirá un modelo similar a las empresas petroleras, las cuales tienen la parte administrativa en Quito y la Operativa en los diferentes campos.

En el organigrama se puede apreciar que somos una empresa muy pequeña:

El nivel Administrativo.- Hace referencia al nivel donde se encuentra la cabeza de la empresa es decir, quien estará a cargo de toda la responsabilidad.

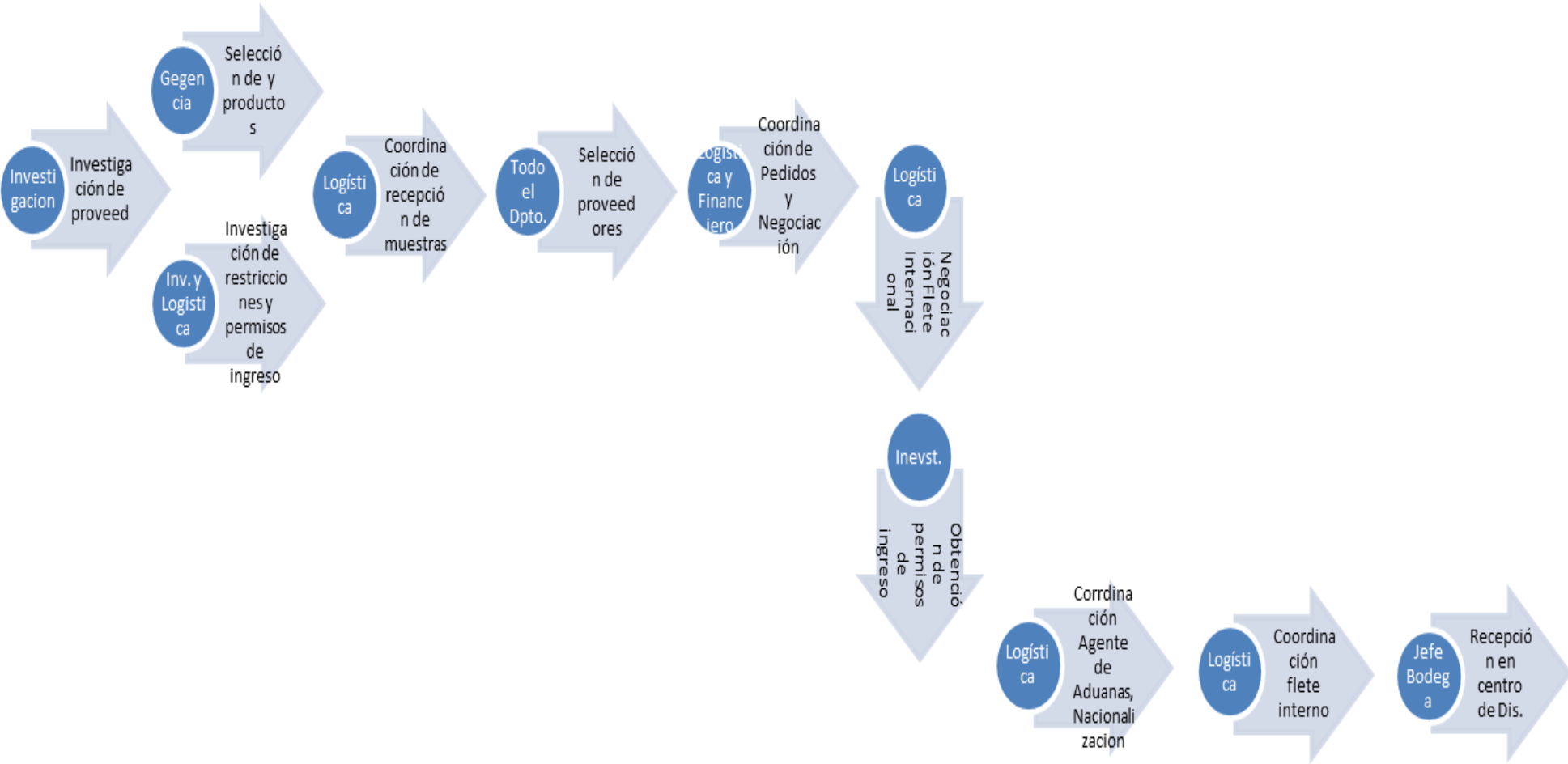
El nivel Financiero.- es quien estará a cargo de todo lo que corresponde al área contable y financiera.

El nivel Operativo.- Son las demás dependencias, estas estarán en contacto directo y frecuente con los clientes, esta es la razón para decir que es el nivel más esencial dentro de la empresa, pues se constituyen en la primera imagen que reciben los clientes de la empresa. El nivel operativo estará dividido de la siguiente forma.

- Secretaría General / logística: se encargara de toda la coordinación del transporte.
- El personal de Ventas estarán a cargo del Centro de Distribución Bodega y Despacho, en conjunto con el chofer.

Con esta organización el flujo grama de procesos que se seguirá en cada importación será:

Ilustración 18: Flujograma de Importación

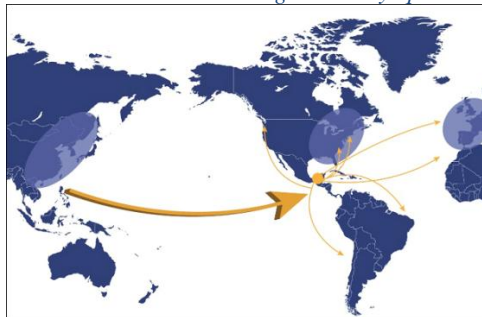


3.1.3 Resultados objetivo específico 3.

“Identificar el proceso logístico de comercio exterior para la importación de mosquiteros con repelente impregnado desde Shanghái – China hasta Ecuador”.

Para identificar el proceso logístico es necesario tener claro el punto de partida y el punto de llegada de la mercadería, con eso se puede calcular los tiempos y costos de la importación.

Ilustración 19: Ruta Shanghái - Guayaquil



Al establecer contacto con el productor se pudo caer en cuenta que el INCOTERM que más le convenía a la empresa era trabajar con el término CIF, así la logística Internacional quedaría bajo la responsabilidad del productor y la empresa asumiría el desarrollo de la logística interna, junto con el procedimiento de Aduanas.

De esta forma la ficha logística del producto quedaría de la siguiente forma:

Tabla 14: Descripción de la Carga.

DESCRIPCION DE LA CARGA	
POL:	SHANGHAI
POD:	GUAYAQUIL
U. DE CARGA	TEU X 20' GP
T. DE TRANSITO	28 - 32 DIAS
PESO BRUTO:	4440 KG
VOLUMEN:	22 CBM

Elaborado por: Cristina Vanegas

Para ampliar la información de la tabla de arriba se muestra que, el puerto de embarque es Shanghái, el puerto de destino es Guayaquil, la unidad de carga que se pretende mover es un contenedor de 20', el peso bruto de la mercadería es de 4.440 Kg y el volumen total de la importación será de 22 metros cúbicos.

El tiempo en que se podrá contar con los productos en Guayaquil para su nacionalización esta dividido en:

Tabla 15: Tiempos

TIEMPO DE PRODUCCIÓN:	10 DIAS
LOGISTICA INTERNA CHINA:	5 DIAS
T. DE TRANSITO SHANGAI – GYE:	32 DÍA:
TOTAL:	47 DIAS

Elaborado por: Cristina Vanegas

Es decir que en 47 días aproximadamente durará el tiempo de producción y traslado de los productos desde Shanghái hasta Guayaquil y la mercadería estará lista para entrar al trámite de aduanas.

PLAN DE ESTIBA:

Para iniciar operaciones en el mercado se hará un pedido de un contenedor de 20' lleno en un 75% de su capacidad de carga por volumen, este pedido se lo hará para poder trabajar bajo el INTERM deseado que es CIF, ya que si se trabaja como carga suelta necesitaremos la intervención de un consolidador de carga y los costos locales saldrán más altos.

Este contenedor estará cargado con 20.000 unidades de toldos, las cuales vendrán en paquetes de 100 unidades, lo que da 200 paquetes cargados en el contenedor. La carga se estibaré como se muestra en la siguiente Imagen:

Ilustración 20: Estiba de la mercadería



En la Imagen anterior se muestra los paquetes que contienen 100 unidades cada uno.

3.1.4 Resultado objetivo específico 4.

“Realizar un estudio financiero del negocio, que permita identificar las inversiones, costos, gastos e ingresos a través de las cuales se establecerá la respectiva relación financiera”.

INVERSIONES.

El objetivo del estudio de la inversión es el de mostrar cuál será el capital requerido para poner en funcionamiento el negocio, en qué se usará dicho capital, y cómo se obtendrá o pretenderá obtener. En las inversiones para el plan de negocios se ha clasificado en activos fijos tangibles e intangibles.

Inversiones en activos tangibles.

Tabla 16: Inversiones activos tangibles.

INVERSIONES TANGIBLES			
DETALLE	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
Inversiones tangibles - Activos Fijos			11.781,00
Inversiones tangibles - Activos Fijos - Centro de Distribución		3.825,00	
Perchas Metálicas	3.825,00		
Inversiones tangibles - Activos Fijos – Administración		5.967,00	
Muebles y enseres - por estación de trabajo	1.377,00		
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	4.590,00		
Inversiones tangibles - Activos Fijos – VENTAS		1.989,00	
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	1.530,00		
Muebles y enseres - por estación de trabajo	459,00		
TOTAL INVERSIONES TANGIBLES			11.781,00

Elaborado por: Cristina Vanegas.

Los activos fijos tangibles son bienes que serán adquiridos para el funcionamiento del negocio esto fueron asignados de la siguiente manera: los centros de distribución un valor de \$3.835,00, para el área administrativa con 5.967,00 y en ventas con \$1.989,00 teniendo una inversión total de activos fijos tangibles de \$11.781,00.

Inversiones en activos fijos intangibles.

Tabla 17: Inversiones activos intangibles

INVERSIONES INTANGIBLES			
DETALLE	PARCIAL	SUBTOTAL	TOTAL
Inversiones Intangibles - Activos Diferidos			6.018,00
Software	4.080,00		
Publicación	153,00		
Estudios (por una sola vez)	1.530,00		
Permisos y patentes costo anual	255,00		
TOTAL DE INVERSIONES INTANGIBLES			\$ 6.018,00

Elaborado por: Cristina Vanegas.

Los activos fijos intangibles son inversiones en servicios o derechos que serán adquiridos para la puesta en marcha del plan de negocios y así mismo esta sujetas a amortizaciones, se ha asignado una inversión de \$ 6.018,00.

CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 18: Capital de Trabajo

DETERMINACION DE CAPITAL DE TRABAJO			
DETALLE	VALOR ANUAL	VALOR DIA	CAPITAL DE TRABAJO
COSTOS DE OPERACIONES	102.416,18	284,49	17.069,36
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	25.823,95	71,73	4.303,99
GASTOS DE VENTAS	15.926,59	44,24	2.654,43
TOTAL	144.166,72	115,97	24.027,79

Elaborado por: Cristina Vanegas.

El capital de trabajo es el dinero necesario para el funcionamiento del negocio durante el primer año de operación, los elementos que conforman el capital de trabajo son los costos de operaciones con un valor de 17.069,36, gastos de administración con 4.303,99 y gastos de ventas con 2.654,43.

USOS Y FUENTES

Tabla 19: Usos y Fuentes

USOS Y FUENTES			
DETALLE	TOTAL DE LA INVERSION	APORTE ACCIONISTAS	CREDITO
Inversiones tangibles - Activos Fijos	\$ 11.781,00	\$ 4.712,40	\$ 7.068,60
Inversiones Intangibles - Activos Diferidos	\$ 6.018,00	\$ 6.018,00	\$ 0,00
Capital de Trabajo	\$ 24.027,79	\$ 24.027,79	\$ 0,00
TOTAL DE INVERSIONES	\$ 41.826,79	\$ 34.758,19	\$ 7.068,60

Elaborado por: Cristina Vanegas.

En esta tabla de uso y fuentes se señala si el proyecto será financiado en su totalidad o con capital propio, para este negocio el total de la inversión de 41.826,79, el aporte de los

accionistas es un valor en dólares de \$34.758,19, y con un crédito que representa el 60% del total de la inversión de activos fijos con un valor en dólares de \$7.068,60.

COSTOS Y GASTOS

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 20: Gastos Administrativos

DETERMINACIÓN DE GASTOS DE ADMINISTRACION										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos y salarios	18.057,60	19.857,60	19.857,60	19.857,60	19.857,60	19.857,60	19.857,60	19.857,60	19.857,60	19.857,60
Útiles de oficina	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00	2.160,00
Arriendo de oficinas	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
Luz, agua, teléfono	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00	1.080,00
Permisos y patentes costo anual		250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Trámites (anual)		250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Servicios de Internet	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00	420,00
Subtotal	25.317,60	27.617,60	27.617,60	27.617,60	27.617,60	27.617,60	27.617,60	27.617,60	27.617,60	27.617,60
Imprevistos	506,35	552,35	552,35	552,35	552,35	552,35	552,35	552,35	552,35	552,35
Gasto depreciación	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08
Gastos amortización	12.030,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total gastos administrativos	41.671,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04

Elaborado por: Cristina Vanegas.

Son todos los gastos relacionados directamente con la administración del negocio están considerados rublos netamente necesarios para la ejecución del mismo dando un gasto total administrativo en el primer año de \$41.671,04 con su respectiva depreciación y amortización y en el segundo año de \$31.987,04 con su depreciación.

GASTOS DE VENTA

Tabla 21: Gastos de Venta

DETERMINACION DE GASTOS DE VENTAS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Sueldos y salarios	5414,3	5.939,30	5.939,30	5.939,30	5.939,30	5.939,30	5.939,30	5.939,30	5.939,30	5.939,30
Arriendo de bodega Lago agrio	4200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00	4.200,00
Alquiler de vehículo	6000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Subtotal gastos de ventas	15.614,30	16.139,30	16.139,30	16.139,30	16.139,30	16.139,30	16.139,30	16.139,30	16.139,30	16.139,30
Imprevistos	312,29	322,79	322,79	322,79	322,79	322,79	322,79	322,79	322,79	322,79
Gasto depreciaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL GASTOS DE VENTA	15.926,59	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09

Elaborado por: Cristina Vanegas.

Estos gastos son relacionados con la preparación y almacenamiento de los artículos para la venta, la promoción y distribución. Para el plan de negocios se asignó el primer año un valor de 15.926,59 y al segundo año un valor de 16.462,09.

COSTO DE OPERACIÓN

Tabla 22: Costos de Operación

DETERMINACION DE COSTOS DE OPERACIONES										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
COSTOS DE OPERACIONES										
Mercadería	44.000,00	47.300,00	50.600,00	55.000,00	59.400,00	59.400,00	59.400,00	59.400,00	59.400,00	59.400,00
Transporte desde China	2.385,00	2.385,00	2.385,00	2.385,00	2.385,00	2.385,00	2.385,00	2.385,00	2.385,00	2.385,00
Seguro de transporte en China	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00	65,00
Total Costos de Operaciones	46.450,00	49.750,00	53.050,00	57.450,00	61.850,00	61.850,00	61.850,00	61.850,00	61.850,00	61.850,00
Gastos de Importación y operaciones										
Gastos de Importación										
sueños y salarios	12.274,40	13.474,40	13.474,40	13.474,40	13.474,40	13.474,40	13.474,40	13.474,40	13.474,40	13.474,40
Seguro de Mercadería 1% del valor CIF	464,50	464,50	464,50	464,50	464,50	464,50	464,50	464,50	464,50	464,50
Advalorem 10% del valor CIF	4.645,00	4.645,00	4.645,00	4.645,00	4.645,00	4.645,00	4.645,00	4.645,00	4.645,00	4.645,00
Salvaguardia 25% del valor CIF	11.612,50	11.612,50	11.612,50	11.612,50	11.612,50	11.612,50	11.612,50	11.612,50	11.612,50	11.612,50
Fodinfra 0,50% del valor CIF	232,25	232,25	232,25	232,25	232,25	232,25	232,25	232,25	232,25	232,25
Arancel Especifico 5,5 por c/kilo	24.090,00	24.090,00	24.090,00	24.090,00	24.090,00	24.090,00	24.090,00	24.090,00	24.090,00	24.090,00
Iva 12%	10.443,57	10.443,57	10.443,57	10.443,57	10.443,57	10.443,57	10.443,57	10.443,57	10.443,57	10.443,57
Total gastos de importación	51.487,82	51.487,82	51.487,82	51.487,82	51.487,82	51.487,82	51.487,82	51.487,82	51.487,82	51.487,82
Gastos operaciones										
Costos locales Naviera	193,20	193,20	193,20	193,20	193,20	193,20	193,20	193,20	193,20	193,20
THC	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00
Garantía del Contenedor reembolsable	400,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Transporte interno GYE hasta Lago Agrio	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Costo servicios Agentes de Aduanas	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00	230,00
Bodegaje (5días)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Inen	247,00	247,00	247,00	247,00	247,00	247,00	247,00	247,00	247,00	247,00
Registro de Importador	350,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total gastos de Importación	2.470,20	1.720,20	1.720,20	1.720,20	1.720,20	1.720,20	1.720,20	1.720,20	1.720,20	1.720,20
Subtotal costos de operación y gastos de Importación	100.408,02	102.958,02	106.258,02	110.658,02	115.058,02	115.058,02	115.058,02	115.058,02	115.058,02	115.058,02
Imprevistos	2.008,16	2.059,16	2.125,16	2.213,16	2.301,16	2.301,16	2.301,16	2.301,16	2.301,16	2.301,16
TOTAL DE COSTOS DE OPERACIONES	102.416,18	105.017,18	108.383,18	112.871,18	117.359,18	117.359,18	117.359,18	117.359,18	117.359,18	117.359,18

Elaborado por: Cristina Vanegas.

Con esta tabla se determina costos y gastos operativos desde que el producto sale de Shanghai hasta que llegue a bodegas del centro de distribución ubicado en la provincia de Sucumbíos, en el primer año se obtendrá un costo de 102.416,18 y en el segundo año un 105.017,18.

GASTO FINANCIERO

Tabla 23: Tabla de amortizaciones.

GASTOS FINANCIEROS	
MONTO:	\$ 7.068,60
PLAZO:	5
PERIODO DE GRACIA:	0
PERIODO DE AMORTIZACIÓN:	5
INTERÉS:	10,70%

PERIODO	SALDO	INTERES	PRINCIPAL	CUOTA
0	\$ 7.068,60			
1	\$ 5.654,88	\$ 756,34	\$ 1.413,72	\$ 2.170,06
2	\$ 4.241,16	\$ 605,07	\$ 1.413,72	\$ 2.018,79
3	\$ 2.827,44	\$ 453,80	\$ 1.413,72	\$ 1.867,52
4	\$ 1.413,72	\$ 302,54	\$ 1.413,72	\$ 1.716,26
5	\$ 0,00	\$ 151,27	\$ 1.413,72	\$ 1.564,99

Elaborado por: Cristina Vanegas.

Para el financiamiento de los activos fijos de este plan de negocios se va a obtener un préstamo del banco, por un monto de 7.068,60 con un plazo de 5 años y con una tasa de interés del 10.70%, la cuota en el primer año es de \$2.170,06 y al segundo año cambia por lo que se deduce que es un préstamo con una tasa de interés variable.

PRECIO E INGRESO

.Ingresos

Tabla 24: Ingresos

CALCULO DE INGRESOS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Volumen de ventas Importado	20.000,00	21.500,00	23.000,00	25.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00	27.000,00
Precio en el mercado local	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00
Total Ingresos	160.000,00	172.000,00	184.000,00	200.000,00	216.000,00	216.000,00	216.000,00	216.000,00	216.000,00	216.000,00

Elaborado por: Cristina Vanegas

El tiempo en que se ha proyectado el plan de negocios es de 10 años con un volumen de ventas de 20.000 unidades con un precio del mercado local de \$8.00 con un total de ingresos obtenidos en el primer año de \$160.000 y al segundo año de \$172.000.

Balance General

Tabla 25: Balance General.

BALANCE GENERAL										
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
ACTIVO	41.826,79	43.918,13	46.114,03	48.419,73	50.840,72	53.382,76	56.051,89	58.854,49	61.797,21	64.887,07
ACTIVO CORRIENTE	24.027,79	25.229,18	26.490,63	27.815,17	29.205,92	30.666,22	32.199,53	33.809,51	35.499,98	37.274,98
Caja Bancos	24.027,79	25.229,18	26.490,63	27.815,17	29.205,92	30.666,22	32.199,53	33.809,51	35.499,98	37.274,98
ACTIVOS FIJOS	11.781,00	12.370,05	12.988,55	13.637,98	14.319,88	15.035,87	15.787,67	16.577,05	17.405,90	18.276,20
Activos Fijos - Centro de Distribución	3.825,00	4.016,25	4.217,06	4.427,92	4.649,31	4.881,78	5.125,87	5.382,16	5.651,27	5.933,83
Perchas Metálicas	3.825,00	4.016,25	4.217,06	4.427,92	4.649,31	4.881,78	5.125,87	5.382,16	5.651,27	5.933,83
Activos Fijos – Administración	5.967,00	6.265,35	6.578,62	6.907,55	7.252,93	7.615,57	7.996,35	8.396,17	8.815,98	9.256,78
Muebles y enseres - por estación de trabajo	1.377,00	1.445,85	1.518,14	1.594,05	1.673,75	1.757,44	1.845,31	1.937,58	2.034,46	2.136,18
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	4.590,00	4.819,50	5.060,48	5.313,50	5.579,17	5.858,13	6.151,04	6.458,59	6.781,52	7.120,60
Activos Fijos – Comercial	1.989,00	2.088,45	2.192,87	2.302,52	2.417,64	2.538,52	2.665,45	2.798,72	2.938,66	3.085,59
Equipos de Computación - Por estación de trabajo	1.530,00	1.606,50	1.686,83	1.771,17	1.859,72	1.952,71	2.050,35	2.152,86	2.260,51	2.373,53
Muebles y enseres - por estación de trabajo	459,00	481,95	506,05	531,35	557,92	585,81	615,10	645,86	678,15	712,06
ACTIVOS NO CORRIENTES	6.018,00	6.318,90	6.634,85	6.966,59	7.314,92	7.680,66	8.064,70	8.467,93	8.891,33	9.335,89
Software	4.080,00	4.284,00	4.498,20	4.723,11	4.959,27	5.207,23	5.467,59	5.740,97	6.028,02	6.329,42
Publicidad	153,00	160,65	168,68	177,12	185,97	195,27	205,03	215,29	226,05	237,35
Estudios (por una sola vez)	1.530,00	1.606,50	1.686,83	1.771,17	1.859,72	1.952,71	2.050,35	2.152,86	2.260,51	2.373,53
Permisos y patentes costo anual	255,00	267,75	281,14	295,19	309,95	325,45	341,72	358,81	376,75	395,59
PASIVO	7.068,60	7.422,03	7.793,13	8.182,79	8.591,93	9.021,52	9.472,60	9.946,23	10.443,54	10.965,72
PASIVO LARGO PLAZO	7.068,60	7.422,03	7.793,13	8.182,79	8.591,93	9.021,52	9.472,60	9.946,23	10.443,54	10.965,72
Crédito bancario	7.068,60	7.422,03	7.793,13	8.182,79	8.591,93	9.021,52	9.472,60	9.946,23	10.443,54	10.965,72
PATROMONIO	34.758,19	36.496,10	38.320,90	40.236,95	42.248,79	44.361,23	46.579,29	48.908,26	51.353,67	53.921,36
Capital Social	34.758,19	36.496,10	38.320,90	40.236,95	42.248,79	44.361,23	46.579,29	48.908,26	51.353,67	53.921,36
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	41.826,79	43.918,13	46.114,03	48.419,73	50.840,72	53.382,76	56.051,89	58.854,49	61.797,21	64.887,07

Elaborado por: Cristina Vanegas

Balance General

Por ello, se tiene como propósito fundamental indicar la situación financiera de una negociación, mostrando en determinada fecha el inventario del activo y del pasivo de la empresa; correspondiente al año al primer año total activos \$41.826,79 y total pasivos \$7.068,60.

El negocio presenta en sus activos fijos un valor de \$11.780 y en los pasivos se tiene un crédito bancario de \$7.068,60 y un patrimonio con capital social de \$34.758,19 al iniciar la empresa.

Estado de Resultados

Tabla 26: Estado de Resultados.

ESTADO DE RESULTADOS										
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
VENTAS	160.000,00	172.000,00	184.000,00	200.000,00	216.000,00	216.000,00	216.000,00	216.000,00	216.000,00	216.000,00
(-) COSTO DE VENTAS	102.416,18	105.017,18	108.383,18	112.871,18	117.359,18	117.359,18	117.359,18	117.359,18	117.359,18	117.359,18
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	57.583,82	66.982,82	75.616,82	87.128,82	98.640,82	98.640,82	98.640,82	98.640,82	98.640,82	98.640,82
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	41.671,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04	31.987,04
(-) GASTO DE VENTAS	15.926,59	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09	16.462,09
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	-13,80	18.533,70	27.167,70	38.679,70	50.191,70	50.191,70	50.191,70	50.191,70	50.191,70	50.191,70
(-) GASTO FINANCIERO	756,34	605,07	453,80	302,54	151,27	-	-	-	-	-
(=) UTIL. ANTES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS	-770,14	17.928,63	26.713,89	38.377,16	50.040,43	50.191,70	50.191,70	50.191,70	50.191,70	50.191,70
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-115,52	2.689,29	4.007,08	5.756,57	7.506,06	7.528,75	7.528,75	7.528,75	7.528,75	7.528,75
(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	-654,62	15.239,33	22.706,81	32.620,59	42.534,37	42.662,94	42.662,94	42.662,94	42.662,94	42.662,94
(-) IMPUESTO A LA RENTA 22%	-144,02	3.352,65	4.995,50	7.176,53	9.357,56	9.385,85	9.385,85	9.385,85	9.385,85	9.385,85
(=) UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	-510,60	11.886,68	17.711,31	25.444,06	33.176,81	33.277,10	33.277,10	33.277,10	33.277,10	33.277,10

Elaborado por: Cristina Vanegas.

Estado de Pérdidas y Ganancias.- Podemos observar la proyección es muy alentadora, Como era de esperarse en el primer año la empresa al por ser nueva en el mercado tiene una pérdida de \$510,60 pero al año 2, la empresa se recupera obteniendo una ganancia de 11.886,638 y así va creciendo su rentabilidad a un ritmo de crecimiento promedio anual del 12,12% hasta el año 5 y desde el año 6 obteniendo una utilidad de 33.277,10 hasta el año 10 por lo que es un proyecto factible que a través de los años se logra obtener una gran rentabilidad.

Flujo de Caja

Tabla 27: Flujo de Caja.

FLUJO DE CAJA PROYECTADO USD											
DETALLE	PREOPERACIONAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Utilidad Neta		-510,60	11.886,68	17.711,31	25.444,06	33.176,81	33.277,10	33.277,10	33.277,10	33.277,10	33.277,10
(-) Inversiones	-41.826,79	-	-	-	-6.120,00	-	-	6.120,00	-	-	-6.120,00
(+) Depreciaciones		3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08	3.817,08
(+) Amortizaciones		12.030,00	-	-	-	-					
(+) Crédito	7.068,60										
(-) Pago de deuda		2.170,06	2.018,79	1.867,52	1.716,26	1.564,99					
(+) Recuperación de Capital de Trabajo											24.027,79
(+) Recuperación de Activos Fijos											6.821,67
Flujo de Caja Neto	-34.758,19	17.506,54	17.722,55	23.395,92	24.857,40	38.558,88	37.094,18	30.974,18	37.094,18	37.094,18	61.823,63

Elaborado por: Cristina Vanegas.

En este plan de negocios en el pre operacional tiene un valor negativo de \$-41.826,79 ya que se inicia y se constituye la empresa y por los gastos que genera para constitución e instalación de la misma y un crédito de \$7.068,60. En el primer año vamos a tener un flujo de caja neto de \$17.506,5. El ingreso por depreciaciones de \$ 3.817,08 a la empresa hace que cada año el flujo de caja se incremente si se va obtenido una utilidad mayor que el año anterior. Con respecto al pago de la deuda la empresa logrará pagar satisfactoriamente ya que las entradas de efectivo superan a las salidas de efectivo.

COSTOS DE OPORTUNIDAD

Tabla 28. Cálculo de costo de oportunidad

CALCULO DE COSTO DE OPORTUNIDAD	
% Aporte Accionistas	40%
%TPR	4,53%
% Aporte Recursos Ajenos	60%
% TAR	11%
(1-T)	66,30%
TLR	8,95%

COSTO DE OPORTUNIDAD =	(%RP*%TPR)+(%RA*%TAR*(1-T))+TLR
COSTO DE OPORTUNIDAD =	15,0185%

El Costo de oportunidad es aquel valor o utilidad que se sacrifica por elegir una alternativa A y despreciar una alternativa B. Tomar un camino significa que se renuncia al beneficio que ofrece el camino descartado. El costo de oportunidad es de 15,02% que servirá de base para tomar la tasa menor del VAN.

EL VAN La fórmula para calcular el VAN que se aplico fue:

$$VAN = -I_0 + \sum \frac{F.N.C}{(1+i)^n}$$

Tabla 29: Cálculo del VAN

CALCULO DEL VAN											
DETALLE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	PREOPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Flujos de Caja Netos Generados	-34.758,19	17.506,54	17.722,55	23.395,92	24.857,40	38.558,88	37.094,18	30.974,18	37.094,18	37.094,18	61.823,63
FSA	1,00	0,87	0,76	0,66	0,57	0,50	0,43	0,38	0,33	0,28	0,25
Flujos de Caja Netos Generados Actualizados	-34.758,19	15.220,63	13.396,50	15.375,79	14.203,18	19.155,20	16.021,40	11.631,27	12.110,59	10.529,26	15.257,35
VAN	108.142,97										
VAN EXCEL	108.142,97										

Elaborado por: Cristina Vanegas

VAN= 108.142,87

El VAN es un índice financiero que nos permite saber si al final del proyecto, el mismo dejará una utilidad o pérdida. El VAN consiste en traer los valores futuros a valores presentes mediante una tasa de descuento, en este caso es la TMAR. De acuerdo a la teoría el VAN debe ser positivo. Entonces para calcular el VAN, se debe ponderar una Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.

En el caso de este proyecto al calcular el VAN el resultado es de \$ 108.142,97, lo que indica que al finalizar el proyecto los inversionistas tendrán rentabilidad si decide invertir en el proyecto.

VAN de la Tasa menor (Tm)

Tasa inferior / tasa menor de 13,02%

Tabla 30. VAN Tasa menor

DETALLE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	PREOPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Flujos de Caja Netos Generados	-34.758,19	17.506,54	17.722,55	23.395,92	24.857,40	38.558,88	37.094,18	30.974,18	37.094,18	37.094,18	61.823,63
FSA	1,00	0,88	0,78	0,69	0,61	0,54	0,48	0,42	0,38	0,33	0,29
Flujos de Caja Netos Generados Actualizados	-34.758,19	15.489,98	13.874,83	16.206,60	15.235,55	20.911,13	17.799,57	13.150,86	13.935,12	12.329,95	18.182,80
VAN SUPERIOR / VAN DE LA TASA MENOR	122.358,19										

Elaborado por: Cristina Vanegas.

VAN Tm = 122.358.19

VAN de la Tasa mayor (TM)

Tabla 31. VAN Tasa mayor

DETALLE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
	PREOPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Flujos de Caja Netos Generados	-34.758,19	17.506,54	17.722,55	23.395,92	24.857,40	38.558,88	37.094,18	30.974,18	37.094,18	37.094,18	61.823,63
FSA	1,00	0,62	0,38	0,23	0,14	0,09	0,05	0,03	0,02	0,01	0,01
Flujos de Caja Netos Generados Actualizados	-34.758,19	10.782,19	6.722,63	5.465,88	3.576,69	3.417,10	2.024,63	1.041,23	767,99	473,00	485,53
VAN SUPERIOR / VAN DE LA TASA MAYOR	-1,31										

Elaborado por: Cristina Vanegas.

VAN TM = -1.31

Aplicando una tasa menor del 13,02% nos da el VAN de la tasa menor de \$122.358,19 y al aplicar una tasa mayor del 62% nos da el VAN de la tasa mayor de \$ -1,3, que es el valor negativo que más se acerca a cero.

El VAN es positivo porque la sumatoria de los valores actuales es mayor a la inversión y al ser positivo se concluye que el proyecto es factible y que se va obtener una rentabilidad.

Tasa de Retorno (TIR).- Este índice nos muestra el rendimiento que tendrá la inversión durante la ejecución del proyecto.

La TIR que se prevé obtener en este proyecto una vez aplicada la fórmula fue del 62%, lo que quiere decir que el dinero que se invierta en el proyecto tendrá un rendimiento positivo del 62%.

La fórmula para calcular la TIR fue:

$$TIR = tm + (TM - tm) \left[\frac{VANtm}{VANtm - VAN TM} \right]$$

Tabla 32: Cálculo de la TIR

KI (tm)	13,02%
KS (TM)	62%
VANS (VAN Tm)	122.358,19
VANI (VAN TM)	-1,314488173

TIR = 62%

Al aplicar esta fórmula a los datos obtenidos en el estudio, tenemos una tasa menor de 13,02% y la tasa mayor del 62% y el VAN de la tasa menor de \$122.358,19 y el VAN de la tasa mayor de -1,314.

Usando las fórmulas de cálculo y los datos obtendremos un 62% de Rentabilidad del Proyecto. La Empresa es rentable para que inviertan dinero los accionistas.

Comparando la Tasa Interna de Retorno con la Tasa Mínima Aceptable de Rentabilidad cubrimos las obligaciones del proyecto.

La TIR con el 62% es superior al costo de oportunidad que es del 15,02% así garantiza que el proyecto genera mayor rentabilidad que una inversión alternativa.

CAPITULO 4.

DISCUSIÓN

CONCLUSIONES:

Después de analizar una por una las etapas del plan de negocios se puede concluir que:

- El estudio de mercado de este plan de negocios determinó que importar toldos con repelente impregnado es técnicamente factible y financieramente rentable.
- Los toldos con repelente impregnado a importar no presenta mayores inconvenientes, ya que el marco legal previsto en nuestras leyes permite el ingreso y su comercialización.
- China es una potencia mundial con un alto crecimiento económico y capacidad de producción y con precios competitivos para el mercado nacional.
- La localización de centro de distribución está ubicado en una zona estratégica, por estar en un clima cálido - húmedo en donde encontramos gran incidencia de enfermedades a causa de los mosquitos.
- El Plan de Negocio es factible con un estado de resultados favorable que cada año va obteniendo rentabilidad, con una proyección de crecimiento en las ventas y en los índices financieros, con un VAN positivo que se determina que es conveniente invertir en el plan de negocios porque al final, se recupera la inversión.

RECOMENDACIONES:

Para llevar a cabo el presente Plan de Negocios de manera efectiva se recomienda:

- Se recomienda la ejecución de este plan de negocio para la importación de los toldos con repelente impregnado, tomando en cuenta todos los análisis financieros y los resultados obtenidos en los estudios.

- Al iniciar una importación a consumo, se debe estar capacitado y actualizados en todo lo que respecta a las leyes de comercio exterior, tomando en cuenta sus contantes cambio e incremento de aranceles y salvaguardias.

- Es óptimo negociar con un país como Chica, por su capacidad de producción y sus precios competitivos, es también recomendable tener una cartera de proveedores para evitar la dependencia de una sola empresa.

- Es recomendable que el centro de distribución se establezca en la ciudad de Lago Agrio por su ventaja de localización tomando en cuenta el crecimiento futuro hacia toda la región amazónica.

BIBLIOGRAFÍA

Servicio de Panes de Negocio (2014) recuperado de:

<http://www.100plandenegocios.com/beneficios-del-plan-de-negocios>.

Creación de empresas (2014) recuperado de:

<http://www.creacionempresas.com/index.php/planteamientos-previos-a-la-eleccion-de-negocio/factores-de-exito-y-fracaso>

Cómo Gerenciar, recuperado de:

<http://www.iue.edu.co/documents/emp/comoGerenciar.pdf>

Requisitos para Importar, recuperado de:

<http://www.aduana.gob.ec/importacion>

Índices Nacionales, recuperado de:

<https://www.bce.fin.ec/indicesnacionales>

Requisitos para registro de importador, recuperado de:

<https://www.securitydata.net.ec/requisitos>

Solicitud de registro de importador, recuperado de:

<https://ecuapass.aduana.gob.ec>

Los Incoterms, recuperado de:

<http://www.businesscol.com/comex/incoterms.htm#incoterms>

Datos del Censo de Población y Vivienda 2010.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/datosdemograficos>

Baca Urbina, G. (2006). Evaluación de proyectos México: Editorial Mc Graw Hill

Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Fundamentals de Marketing (6ta. Ed). México DF: Prentice Hall México.

Canelos, R. (2010). Elaboración y Evaluación de proyectos. Quito: UIDE. Preparación y elaboración de proyectos

ANEXOS 1

ENCUESTA

La siguiente encuesta tiene como objetivo realizar un estudio acerca de la presentación de un nuevo producto llamado NET MOSQUITO, es un toldo con repelente impregnado, su efecto tiene una duración de 5 años.

Agradezco su participación

Encuesta No.....

1.-¿QUÉ TIPO DE PROTECCIÓN USTED UTILIZA PARA PROTEGERSE DE LOS MOSQUITO CUANDO DUERME?

- TOLDOS
- REPELENTE
- OTROS, CUÁLES ?.....

2.- ¿QUÉ NIVEL DE SATISFACCIÓN TIENE CON LOS PRODUCTOS QUE ACTUALMENTE UTILIZA PARA PROTEGERSE DE LOS MOSQUITOS CUANDO DUERME?

- MUY SATISFECHO
- SATISFECHO
- POCO SATISFECHO
- INSATISFECHO, POR QUÉ ?.....

3.- ¿USTED HA VISTO O ESCUCHADO SOBRE LA EXISTENCIA DE TOLDOS CON REPELENTE IMPREGNADO?

- SI
- NO

4.-¿LE INTERESARÍA CONOCER ACERCA DE ESTE PRODUCTO Y SUS BENEFICIOS?

- SI
- NO, POR QUÉ?.....

5.-¿CREE USTED QUE EL TIEMPO DE DURACIÓN DEL REPELENTE EN EL TOLDO ES DE GRAN IMPORTANCIA?

- SI
- NO,

6.-¿CREE USTED QUE EL MODELO DEL TOLDO INFLUIRÍA EN SU COMPRA?

SI

NO, POR QUÉ?.....

7.- ¿QUÉ TAN ÚTIL CREE USTED QUE PUEDE SER ESTE PRODUCTO PARA SU PROTECCION?

MUY ÚTIL

MODERADAMENTE ÚTIL

POCO ÚTIL

NADA ÚTIL, POR QUÉ?.....

8.- ¿SI PODRIA COMPRAR EL PRODUCTO ESTARÍA USTED DISPUESTO ADQUIRIRLO?

SI

NO, POR QUÉ?.....

9.- ¿CUÁNTOS TOLDOS NECESITARIA USTED PARA SU CASA?

1

2

3

4

5 O MÁS

10.- ¿POR QUÉ MEDIO USTED FRECUENTEMENTE REALIZA SUS COMPRAS?

POR INTERNET
EN LA TIENDA

POR TELÉFONO

POR CATÁLOGO

OTROS, CUÁLES ?.....

GRACIAS.....

ANEXO 2 LISTA DE ENVIO

浙江凯喜雅同创进出口有限公司
ZHEJIANG CATHAYA TRANSTRA CO.,LTD.
 105 TIYUCHANG ROAD HANGZHOU CHINA

装 箱 单
PACKING LIST

装运口岸 From SHANGHAI,CHINA	目的港 To GUAYAQUIL,ECUADOR	发票编号 Invoice No. RS13GTD180137
信用证号码 Letter of credit No.		合约号码 S/C No. RS13GTD180137
		日期 Date NOV.04,2013

唛头号码 Marks and Number	数量与品名 Quantities and Descriptions	毛重 G.W.	净重 N.W.	尺码(立方米) Measurmnt
N/M	MOSQUITO NETS 120BAGS/12000PCS	4440KGS	4380KGS	22CBM
	Total: 120BAGS/12000PCS (境内货源地: 湖州)	4440KGS	4380KGS	22CBM

ANEXO 3 FACTURA COMERCIAL

浙江凯喜雅同创进出口有限公司
ZHEJIANG CATHAYA TRANSTRA CO.,LTD
 117 TIYUCHANG ROAD HANGZHOU CHINA

商业发票

COMMERCIAL INVOICE

To:
 N1573 Ave Gran Colombia and Queseras del medio
 edificio medex 1st floor sector el dorado frente al
 military hospital in Quito, Ecuador
 Gabriel Daniel Vanegas Almirano

发票编号
 Invoice No. _____
 合约号码
 S/C NO. _____
 日期
 Date 04-Nov-13
 信用证号码
 Letter of credit No. _____

装运口岸 目的港
 From SHANGHAI,CHINA To GUAYAQUIL,ECUADOR

唛头号码 Marks and Number	数量与品名 Quantities and Descriptions	单价 Unit Price/PC	总价 Amount
N/M	MOSQUITO NETS	CIF Guayaquil,Ecuador	
	120BAGS/12000PCS	WHITE: USD1.97 BLUE: USD2.02	USD23890
	TTL: 120BAGS/12000PCS		USD23890
	(境内货源地: 湖州)		

ANEXO 4 ORDEN DE PAGO INEN



Ventanilla Única Ecuatoriana
Punto de Contacto Único

Orden de pago de tasas

INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACION

Orden de Pago No. **A0061209**

Por favor, Introduzca

Telfs. 000000000 / Fax. 000000000

RUC 1768046530001

HTTP://WWW.INEN.GOB.EC

Número de Solicitud : 16941275201400000001P

Nombre de Ciudad de Institución : Quito

Fecha de Vencimiento de Orden de Pago : 05-04-2014

Nombre de Documento : Solicitud del Certificado de Reconocimiento - INEN

Banco Pichincha : 3245330504 Cuenta Corriente Sublínea 140399

-

Número de Identificación de Beneficiario(RUC o CI o Pasaporte) : 2100369863001

Nombre de Beneficiario : VANEGAS ALTAMIRANO GABRIEL DANIEL

Teléfono de Beneficiario : 097881057

No.	Concepto de Orden de Pago	Cantidad	P.Unitario	Monto de Exoneración	IVA	TOTAL
1	ejemplo	1	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$247.00
Monto total de orden de pago					\$0.00	\$247.00
Monto de deducción de nota de crédito						\$0.00
Monto de pago de orden de pago						\$247.00

ANEXO 5

LIQUIDACION ADUANERA



Fecha: 03/10/2014

liquidación

CONTRIBUYENTE:

Numero de la liquidacion	32131242	Tipo de Identificacion	RUC	Numero de Identificacion	2100369963001
Nombre o Razon Social	VANEGAS ALTAMIRANO GABRIEL DANIEL	Ciudad	LAGO AGRIO	TELEFONO	0995825892
Direccion	CARCHI SN Y ESPEJO SUCUMBIOS LAGO AGRIO				

LIQUIDACION ADUANERA:

CONCEPTO		Liquidacion de Aduana	Valor liberado	Valor a Pagar	Valor Garantizado	Diferencia a pagar no garantizada
A.	Derechos arancelarios					
	ARANCEL ADVALOREM	2,412.820	0	2,412.820		
	ARANCEL ESPECIFICO	24,090.000	0	24,090.000		
	ANTIDUMPING	0	0	0		
B.	Impuestos					
	FONDIRFA	120.630	0	120.630		
	ICE ADVALOREM	0	0	0		
	ICE ESPECIFICO	0	0	0		
	IVA	6,090.190	0	6,090.190		
C.	Tasas					
	Tasa de Vigilancia Aduanera	0	0	0		
D.	Recargos Arancelarios					
	SALVAGUARDIA	0	0	0		
	SALVAGUARDIA ESPECIFICA	0	0	0		
E.	Intereses					
F.	Multas					
G.	Otros					
	IMPUESTO REDIMIBLE A LAS BOTELLAS PLÁSTICAS NO RETORNABLES	0	0	0		
	INCREMENTO ICE	0	0	0		
	TOTAL:	32,713.640	0	32,713.640	0	32,713.640

Fecha/Hora de liquidacion	10/03/2014	Fecha maxima de pago	12/03/2014	Banco	
Numero de Garantia		Valor cobrado	32,713.640		

Observación:

ANEXOS 6

V/L

SHIPPER (NAME AND FULL ADDRESS) ZHEJIANG CATHAYA TRANSTRA CO.,LTD 105 TIYUZHANG ROAD HANGZHOU CHINA TEL: 86-571-85098140		BOOKING NBR VLAHXF800	SERVICE AGA1	BL NUMBER VLAHXF800
		EXPORT REFERENCES CNSWBV61316		
CONSIGNEE (NAME AND FULL ADDRESS) GABRIEL DANIEL VANEGAS ALTAMIRANO GABRIEL DANIEL VANEGAS ALTAMIRANO N# 540 VIA QUITO Y FRANCISCO DE ORELLANA DIAGONAL AL HOTEL LA POSADA, LAGO AGRIO - SUCUMBIOS - ECUADOR. TAX ID:210036963001*		NOT NEGOTIABLE UNLESS "TO ORDER OF" FORWARDING AGENT - REFERENCES (NAME AND FULL ADDRESS / F.M.C.)		
NOTIFY (NAME AND FULL ADDRESS) SAME AS CONSIGNEE		POINT AND COUNTRY OF ORIGIN OF GOODS DOMESTIC ROUTING / EXPORT INSTRUCTIONS / ONWARD INLAND ROUTING		
PRECARRIAGE BY (Mode) (*)	PLACE OF RECEIPT BY PRECARRIER (*) SHANGHAI, CHINA			
PORT OF LOADING SHANGHAI, CHINA	OCEAN VESSEL (Vessel/voyageflag) SANTA FELAGIA (ML REP)/MAT23/E			
PORT OF DISCHARGE GUAYAQUIL	PLACE OF FINAL DELIVERY BY ONCARRIER (*) GUAYAQUIL			

PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER - CARRIER NOT RESPONSIBLE

MARKS AND NUMBERS	N° OF PKGS./CNTRS.	DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS	GROSS WEIGHT	MEASUREMEN
-------------------	--------------------	-----------------------------------	--------------	------------

N/M TTNU1986523 SH:W0075858 QTY:120 PIER / PIER FCL/FCL TW:2,300.000KGS GW:4,440.000KGS M3:22.000CBM	1	STANDARD 20' CONTAINER SAID TO CONTAIN 120 BAGS MOSQUITO NETS	4,440.000KGS	22.000CBM
--	---	--	--------------	-----------

SHIPPER'S LOAD, STOW, COUNT AND SEALED

FREIGHT PREPAID

SHIPPED ON BOARD JAN.15,2014

CARRIER DEMURRAGE RULES FORM AN INTEGRAL PART OF THIS B/L AND ARE DEEMED TO BE INCORPORATE HEREIN, EMPTY CONTAINERS HAVE TO BE RETURNED BY THE CONSIGNEE (S) IN GOOD AND CLEAN CONDITION TO THE PLACE DESIGNATED BY THE CARRIER OR HIS LOCAL AGENT.

THE DAYS OF DEMURRAGE WILL START AFTER THE FREE TIME AGREED WITH THE LINE UNTIL THE DATE OF THE RETURN OF THE EQUIPMENT AT THE DESIGNATED PLACE.

***** END OF BILL OF LADING *****
 Service Coverage PIER in SHANGHAI, CHINA PIER in GUAYAQUIL, ECUADOR

SHIPPER'S DECLARED VALUE \$ (IF NOT DECLARED, LIABILITY LIMIT APPLIES AS PER CLAUSE 16.):

TOTAL No. OF CONTAINERS OR PACKAGES RECEIVED BY THE CARRIER :

The number of containers or packages shown in the "TOTAL NO OF CONTAINERS OR PACKAGES RECEIVED BY THE CARRIER" box which are said by the Shipper to hold or contain the Goods described in the "PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER - CARRIER NOT RESPONSIBLE" box have been received by COMPAÑIA SUD AMERICANA DE VAPORES S.A. from the Shipper in apparent good order and condition except as otherwise indicated hereon - weight, measure, marks, numbers, quality, quantity, description, contents and value unknown - for Carriage from the Place of Receipt or the Port of Loading (whichever is applicable) to the Port of Discharge or the Place of Delivery (whichever is applicable) on the terms and conditions hereof INCLUDING THE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE SIDE HEREOF, THE CARRIER'S APPLICABLE TARIFF AND THE TERMS AND CONDITIONS OF THE PRECARRIER AND ONCARRIER AS APPLICABLE IN ACCORDANCE WITH THE TERMS AND CONDITIONS ON THE REVERSE SIDE HEREOF.

IN WITNESS WHEREOF THREE (3) ORIGINAL BILLS OF LADING (unless otherwise stated above) HAVE BEEN SIGNED ALL OF THE SAME TENOR AND DATE, ONE OF WHICH BEING ACCOMPLISHED THE OTHERS TO STAND VOID.

COMPAÑIA SUD AMERICANA DE VAPORES S.A.
 as Carrier

FREIGHT CHARGES	RATE	PREPAID	COLLECT	PAYABLE AT
AS PER AGREEMENT				
Place issued:	Shanghai, China			
Date issued:	Jan/15/14			

(*) Applicable only when used as Intermodal Bill of Lading (see clause 10 on the reverse hereof)

SHEET : 1 of 1