



UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL

**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y
NEGOCIOS**

**CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR INTEGRACIÓN
Y ADUANAS**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR, INTEGRACIÓN Y
ADUANAS**

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE
MAQUINAS PARA ETIQUETADO DESDE ESTADOS UNIDOS
HACIA QUITO, ECUADOR”**

AUTOR:

ANDREA ESTEFANÍA CARRILLO ZÚÑIGA

DIRECTOR:

ING. ALFONSO BLANCO

QUITO, ECUADOR - 2013

DECLARACIÓN

Yo **ANDREA ESTEFANÍA CARRILLO ZÚÑIGA**, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

La Universidad Tecnológica Equinoccial puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

(Firma)

(Andrea Estefanía Carrillo Zúñiga)

C.I. 1715419055

CERTIFICACIÓN

Certifico que la tesis titulada “**Proyecto de factibilidad para la importación de máquinas para etiquetado desde Estados Unidos hacia Quito, Ecuador**” fue desarrollada en su totalidad por el señorita Andrea Estefanía Carrillo Zúñiga bajo mi dirección.

Ing. Alfonso Blanco

Responsable Dirección

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por darme la paciencia y fuerza para realizar mi tesis continuando y terminando sobre todo cada una de mis metas, a mis padres por brindarme todo su amor, por animarse e incentivar a ser una mejor persona, hija y ahora profesional, queriendo cada día mi superación personal a mi hermana por ayudarme en el camino y aconsejarme de la mejor manera siempre, a mis amigos cercanos por insistirme para acabar rápido, a mi tutor Alfonso Blanco, a mi profesor Gustavo Bejarano, por su dedicación tiempo y paciencia al guiarme en cada paso de mi tesis, a mis calificadores por tener la paciencia de enseñarme y corregir mis errores para de esta manera tener un buen trabajo y culminar este camino de la mejor manera..

DEDICATORIA

Primero y ante todo dedicarle este pasó más en mi vida a Dios, por todas las bendiciones derramadas sobre mí y sobre mi familia.

A mi padre Carlos, le dedico esta tesis, por su paciencia y con la realización de la misma, por entregarme los recursos necesarios para poder culminar etapa con éxito, porque sé que su objetivo es que sea una persona emprendedora, independiente y que cada día siga creciendo como persona y como profesional, gracias por tus consejos.

A mi madre Martha, le dedico esta tesis, por estar pendiente de mí en cada momento, por ser mi apoyo incondicional, mi primera opción ante todo, por tus consejos por incentivar me de igual forma que mi papi a seguir creciendo profesionalmente y adquirir experiencia laboral.

A mi hermana Carla, también se la dedico pese a no estar tan informada, siempre has estado pendiente para que culmine rápido y pueda continuar con otras metas de mi vida.

A mi sobrino Dre, por tantos días, noches y amanecidas que me acompañaste fielmente, por todas las veces que te dejé por ir a la universidad.

Gracias Familia, porque lo son todo en mi vida, LOS AMO ¡!

ÍNDICE DE CONTENIDO

DECLARACIÓN	ii
CERTIFICACIÓN.....	iii
AGRADECIMIENTO.....	iv
DEDICATORIA.....	v
ÍNDICE DE CUADROS.....	xiii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xvii
CAPITULO I.....	1
1. TEMA.....	1
1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA:	1
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	2
1.3 JUSTIFICACIÓN.....	2
1.4 OBJETIVO.....	3
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	3
1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	3
1.5 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.6 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	3
CAPITULO II.....	4
2. ANTECEDENTES	4
2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS	4
2.2 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR	5
2.3 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO.....	6
2.4 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MÁQUINAS PARA ETIQUETADO	14

2.5 PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MÁQUINAS PARA ETIQUETADO	16
CAPITULO III.....	18
3. ESTUDIO DE MERCADO	18
3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	18
3.2 MERCADO	18
3.2.1 TIPOS DE MERCADO	18
3.3 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO ECUATORIANO	22
3.4 PRINCIPALES PAÍSES DE LOS QUE ECUADOR IMPORTA MÁQUINAS DE ETIQUETADO	24
3.5 BALANZA COMERCIAL	24
3.6 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS.....	26
3.6.1 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA.....	26
3.6.2 CALCULO DE LA MUESTRA.....	27
3.6.3 Tamaño de la muestra.....	27
3.6.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN	29
3.7 OFERTA	38
3.7.1 TIPOS DE OFERTA	38
3.7.2 IMPORTACIÓN DE MÁQUINAS PARA ETIQUETADO	39
3.7.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA	40
3.8 DEMANDA.....	47
3.8.1 TIPOS DE DEMANDA.....	47
3.8.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	48
3.9 MARKETING	52
3.9.1 COMERCIALIZACIÓN DEL BIEN	52
3.9.2 MARKETING MIX.....	52

3.9.2.1 Producto.....	53
3.9.2.2 Precio.....	54
3.9.2.3 Plaza.....	54
3.9.2.4 Promoción.....	55
CAPITULO IV.....	57
4. ESTUDIO TÉCNICO.....	57
4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO.....	57
4.1.1 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO.....	57
4.1.1.1 Demanda.....	57
4.1.1.2 Suministros e Insumos.....	57
4.1.1.3 Tecnología y Equipos.....	58
4.1.1.4 Financiamiento.....	58
4.1.1.5 Organización.....	58
4.2 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA.....	59
4.3 BASE LEGAL.....	59
4.3.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA.....	59
4.3.2 LA EMPRESA.....	62
4.4 ENTIDADES RELACIONADAS.....	63
4.4.1 MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES.....	63
4.4.2 SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS DEL ECUADOR (SENAE).....	63
4.4.3 CONSEJO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES (COMEXI).....	63
4.4.4 INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN (INEN).....	64
4.4.5 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI).....	64
4.5 LEYES CONEXAS.....	65

4.5.1 LEY DE COMPAÑÍAS	65
4.5.1 CÓDIGO TRIBUTARIO	65
4.5.2 CÓDIGO DE TRABAJO	65
4.5.3 CÓDIGO DE COMERCIO	66
4.6 ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL	66
CAPÍTULO V	67
5. LOGÍSTICA DE COMERCIO EXTERIOR.....	67
5.1. REQUISITOS PARA IMPORTAR	67
5.1.1 REQUISITOS PARA CALIFICARSE COMO IMPORTADOR.....	67
5.1.1.1 Obtención Ruc Con La Actividad De Comercio Exterior	67
5.1.1.2 Registro (Senae)	68
5.1.2. DOCUMENTOS PARA LA IMPORTACIÓN	69
5.1.2.1. Factura Comercial.....	69
5.1.2.2. Documentos De Transporte	70
5.1.2.3. Póliza De Seguro	70
5.1.2.4. Autorizaciones.....	71
5.1.2.5. Certificado De Origen.....	72
5.1.2.6. Declaración Aduanera de Importación (DAI).....	72
5.2. IMPORTACIÓN A CONSUMO	72
5.3. TRÁMITE OPERACIONAL DE UNA IMPORTACIÓN	73
5.3.1. DOCUMENTACIÓN	73
5.3.1.1. Nota De Pedido.....	73
5.3.1.2. Autorizaciones Previas.....	74
5.3.1.3. Póliza De Seguro	74
5.3.1.4. Factura Comercial.....	74
5.3.1.5. Guía Aérea.....	74

5.3.1.6. Packing List.....	75
5.3.1.7. Manifiesto De Carga	75
5.3.2. NACIONALIZACIÓN.....	75
5.4. MEDIDAS ARANCELARIAS AL COMERCIO EXTERIOR	78
5.5. MEDIDAS NO ARANCELARIAS DE COMERCIO EXTERIOR	79
5.6. LEGISLACIÓN.....	82
5.6.1. CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES.....	82
5.7. INCOTERMS	83
5.8. OBLIGACIONES DEL VENDEDOR	84
5.9. OBLIGACIONES DEL COMPRADOR	85
5.10. VÍA DE TRASPORTE	85
5.11 SEGURO INTERNACIONAL	87
5.12. FORMA DE PAGO	87
5.13. ARANCELES.....	88
5.13.1. PARTIDA ARANCELARIA.....	88
5.13.2. IMPUESTOS	89
5.13.2.1. Tarifa Advalorem.....	89
5.13.2.2. Fondo De Desarrollo Para La Infancia	90
5.13.2.3. Impuesto Al Valor Agregado (IVA)	90
5.14. ALMACENAJE.....	90
5.15. AGENTE DE ADUANA	91
5.16. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE IMPORTACIÓN.....	92
5.17 PROCESO DE IMPORTACIÓN.....	93
CAPITULO VI	95
6. ESTUDIO FINANCIERO.....	95

6.1. ACTIVOS OPERACIONALES	95
6.1.1 VEHÍCULO	95
6.2 ACTIVOS TANGIBLES.....	95
6.3 ACTIVOS INTANGIBLES	96
6.3.1 PÁGINA WEB.....	96
6.4 CAPITAL DE TRABAJO	97
6.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO	98
6.6 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO.....	99
6.7 CUADRO DE FUENTES Y USO	99
6.8 PLAN DE INVERSIÓN.....	100
6.9 COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO	101
6.9.1 ANÁLISIS SALARIAL	101
6.9.2 DEPRECIACIONES	101
6.9.3 AMORTIZACIONES	102
6.10 COSTOS DE OPERACIÓN	103
6.10.1 COSTO DE LA MERCADERÍA	103
6.10.2 COMBUSTIBLE.....	103
6.10.3 SEGURO.....	104
6.10.3.1 Vehículo	104
6.10.3.2 Total Pago Seguro	104
6.11 RESUMEN COSTOS DE OPERACIÓN	105
6.12 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	105
6.12.1 SUELDOS Y SALARIOS	106
6.12.2 SERVICIOS BÁSICOS	106
6.12.3 INTERNET	106
6.13 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS	107

6.14 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS	107
6.15 CALCULO DE LA UTILIDAD BRUTA	108
6.16 CLASIFICACIÓN DE COSTOS	108
6.17 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	109
6.17.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL.....	109
6.17.2 ESTADO DE RESULTADOS	110
6.17.3 FLUJO DE CAJA	111
6.17.4 TASA DE DESCUENTO.....	112
6.17.5 VALOR ACTUAL NETO (VAN)	114
6.17.6 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)	115
6.17.7 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)....	116
6.17.8 PUNTO DE EQUILIBRIO	116
CAPITULO VIII	118
7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	118
7.1 CONCLUSIONES	118
7.2 RECOMENDACIONES.....	119
BIBLIOGRAFÍA	121
ANEXOS.....	123

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro N° 1. Marcas para etiquetado.....	6
Cuadro N° 2. Marca y modelos de etiquetadoras	14
Cuadro N° 3. Evaluación de las exportaciones Estadounidenses de máquinas para etiquetado	15
Cuadro N° 4. Evolución de las exportaciones Estadounidenses de máquinas para etiquetado (\$).....	16
Cuadro N° 5. Porcentaje de la evolución de las exportaciones Estadounidenses de máquinas para etiquetado	17
Cuadro N° 6. Países con mayor volumen de importaciones	24
Cuadro N° 7. Comercio interno	27
Cuadro N° 8. Pregunta 1.....	29
Cuadro N° 9. Pregunta 2.....	30
Cuadro N° 10. Pregunta 3.....	31
Cuadro N° 11. Pregunta 4.....	32
Cuadro N° 12. Pregunta 5.....	33
Cuadro N° 13. Pregunta 6.....	34
Cuadro N° 14. Pregunta 7.....	35
Cuadro N° 15. Pregunta 8.....	36
Cuadro N° 16. Pregunta 9.....	37
Cuadro N° 17. Partida Arancelaria 9611000000	39
Cuadro N° 18. Partida arancelaria	40

Cuadro N° 19. Proyección partida arancelaria	43
Cuadro N° 20. Partida arancelaria 9611.00.00.00	44
Cuadro N° 21. Partida arancelaria 9611.00.00.00	46
Cuadro N° 22. Comercio interno – (locales comerciales).....	48
Cuadro N° 23. Comercio al por mayor y menor	49
Cuadro N° 24. Proyección comercio interno	51
Cuadro N° 25. Proyección de la demanda	51
Cuadro N° 26. Tabla de valores.....	77
Cuadro N° 27. Tasas para el pago del aforo.....	78
Cuadro N° 28. Transporte aéreo.....	86
Cuadro N° 29. Seguro internacional	87
Cuadro N° 30. Partida arancelaria	89
Cuadro N° 31. Impuesto al valor agregado (IVA).....	90
Cuadro N° 32. Agencia de aduanas.....	91
Cuadro N° 33. Costos de importación.....	92
Cuadro N° 34. Valor unitario de Importación y venta (50%).....	92
Cuadro N° 35. Vehículo	95
Cuadro N° 36. Activos fijos tangibles	96
Cuadro N° 37. Diseño de página Web	96
Cuadro N° 38. Activos.....	97
Cuadro N° 39. Capital de trabajo	97

Cuadro N° 40. Cuadro de fuentes y usos.....	99
Cuadro N° 41. Plan de inversión.....	100
Cuadro N° 42. Sueldos y salarios	101
Cuadro N° 43. Depreciaciones.....	102
Cuadro N° 44. Amortizaciones.....	102
Cuadro N° 45.	103
Cuadro N° 46. Combustible	103
Cuadro N° 47. Seguro vehículo	104
Cuadro N° 48. Total pago seguro	104
Cuadro N° 49. Costo de operaciones	105
Cuadro N° 50. Sueldos y salarios administrativos	106
Cuadro N° 51. Servicios básicos.....	106
Cuadro N° 52. Servicio de internet.....	106
Cuadro N° 53. Gastos de administración y ventas.....	107
Cuadro N° 54. Resumen de costos y gastos	107
Cuadro N° 55. Calculo de la unidad bruta.....	108
Cuadro N° 56. Clasificación de los costos	108
Cuadro N° 57. Estado de situación inicial al 01 de octubre.....	110
Cuadro N° 58.	111
Cuadro N° 59. Flujo de caja.....	112
Cuadro N° 60.	113

Cuadro N° 61. Valor actual neto (VAN).....	115
Cuadro N° 62. Periodo de recuperación	116
Cuadro N° 63. Punto de equilibrio.....	117

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1. Etiquetadora modelo 1110.....	9
Gráfico N° 2. Etiquetas convencionales del modelo 1110	10
Gráfico N° 3. Etiquetadora modelo 1115.....	11
Gráfico N° 4. Etiquetas convencionales del modelo 1115	11
Gráfico N° 5. Etiquetadora modelo 1136.....	12
Gráfico N° 6. Etiquetas convencionales del modelo 1136	12
Gráfico N° 7. Etiquetadora modelo 1155.....	13
Gráfico N° 8. Evaluación de las exportaciones Estadounidenses de máquinas para etiquetado	15
Gráfico N° 9. Periodo 2007 - 2011	25
Gráfico N° 10. Balanza comercial no petrolera Ecuador – Estados Unidos .	25
Gráfico N° 11. Pregunta 1.....	29
Gráfico N° 12. Pregunta 2.....	30
Gráfico N° 13. Pregunta 3.....	31
Gráfico N° 14. Pregunta 4.....	32
Gráfico N° 15. Pregunta 5.....	33
Gráfico N° 16. Pregunta 6.....	34
Gráfico N° 17. Pregunta 7.....	35
Gráfico N° 18. Pregunta 8.....	36
Gráfico N° 19. Pregunta 9.....	37

Gráfico N° 20. Importaciones en toneladas.....	39
Gráfico N° 21. Importaciones en CIF (\$).....	40
Gráfico N° 22. Comercialización del bien.....	52
Gráfico N° 23. Marketing mix (4Ps).....	53
Gráfico N° 24. Clasificación de las reglas Incoterms 2010.....	83
Gráfico N° 25. Tipos de unidades de carga	86
Gráfico N° 26 Punto de Equilibrio.....	117

CAPITULO I

1. TEMA

“Proyecto de factibilidad para la importación de máquinas para etiquetado desde Estados Unidos hacia Quito, Ecuador”

1.1 ENUNCIADO DEL PROBLEMA:

El mundo siempre se ha encontrado en un constante cambio e innovación, cada día sigue creciendo la tecnología, formas de comunicación, de trabajo, desarrollando nuevas formas de mejorar nuestro diario vivir.

Cada día el mundo se encuentra en un constante desarrollo, se busca crecer e innovar en diferentes aspectos, ya sea en tecnología, cultura, política, medio ambiente, economía, en general, lo que se busca es desarrollarse de acuerdo a las necesidades que vamos teniendo como sociedad.

Una de las partes más interesadas y que cumplen un gran papel dentro del desarrollo, son las empresas que con más premura buscan siempre ir desarrollando nuevas formas de complacer a sus clientes para poder obtener con más seguridad y facilidad clientes redituables, que ayuden a crecer su negocio.

Es por esta razón que las empresas, sobre todo empresas que importan y muchas veces comercializan máquinas para etiquetado tienen un gran mercado puesto que éstas facilitan en gran magnitud el trabajo de las empresas que adquieren estos productos, ya sea en la producción, factor tiempo o dinero, y también en cuanto a la imagen del producto debido a que como bien sabemos dentro de nuestra sociedad, la imagen también vende, entonces al obtener etiquetas apropiadas, de buena calidad, va a llamar la atención mucho más de las personas.

1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Frente a esta realidad expuesta, debemos hacernos las siguientes preguntas:

¿Es factible importar máquinas para etiquetado a Ecuador?

¿Cuál es el proceso de importación para traer este producto?

El mercado ecuatoriano, ¿Es el apropiado importar máquinas para etiquetado?

¿Es considerado un producto útil para comercializarlo dentro del país?

1.3 JUSTIFICACIÓN

Hoy en día con la velocidad que avanza la tecnología considero que es imperativo modernizarnos e ir creciendo cada vez más puesto que hay que ir reemplazando procesos y reduciendo tiempo dentro de las empresas, y fuera de ellas tener un producto que cumpla con todas las normas de salud y seguridad y también cubra las necesidades de los clientes.

Es por esta razón que importar las máquinas para etiquetado, se cumple los factores antes mencionados, estas máquinas reemplazan varios procesos y también ahorran bastante tiempo y dinero, dentro de las empresas.

Cada vez en las empresas se busca ir reemplazando la parte humana con máquinas de última tecnología, debido a que se invierte menos que tener trabajando a cierto número de personas que a una máquina.

Otro factor importante es que las máquinas no requieren ningún permiso especial de entidades ecuatorianas para su importación, lo cual agiliza el proceso de importación, nacionalización y comercialización si fuere el caso.

1.4 OBJETIVO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Elaborar un proyecto de factibilidad para la importación de máquinas para etiquetado desde Estados Unidos.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para determinar la demanda, oferta, canales de distribución, estrategias comerciales.
- Realizar un estudio técnico por medio del cual se determina el tamaño, localización e ingeniería del proyecto.
- Realizar un estudio financiero para establecer la inversión, costos, gastos e ingresos del proyecto.
- Determinar la evaluación financiera del proyecto.
- Desarrollar la operación logística del proyecto de importación.

1.5 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Método inductivo: Se analizarán factores económicos, sociales, de consumo, entre otros, mismos que incurran en la importación de las máquinas para etiquetado, para de esta manera poder llegar a conclusiones que ayuden a tomar decisiones, respecto a las normas y poder continuar en la elaboración del proyecto.

1.6 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

Investigación Exploratoria: La técnica que se va a utilizar va a ser de tipo exploratorio ya que no existen investigaciones anteriores, por lo que no se cuenta con información previa para poder realizar la investigación de manera más rápida, realizando encuestas al posible mercado.

CAPITULO II

2. ANTECEDENTES

2.1 ANTECEDENTES HISTÓRICOS

Las etiquetas y el etiquetado tienen una larga historia, junto con la historia de los envases es necesario ahora considerar el desarrollo de las etiquetas. Los fenicios fueron los primeros comerciantes y por ellos fueron los primeros en usar envases y con ellos, etiquetas. Los boticarios romanos se creen que vendían las hierbas en pequeños tarros que llevaban el nombre de la droga y el vendedor.

Ahora bien, las primeras etiquetas impresas aparecieron en el siglo XVI en Europa, su origen se vincula directamente con los fabricantes papeleros, que fueron los que por primera vez utilizaron diseños. En ese momento se produjo el surgimiento de la gráfica, las etiquetas eran marcas hechas a mano utilizadas para distinguir los productos. Éstos se encontraban en el centro de las fajas con las que envolvían el papel.

En 1798 en Francia, Nicolás Louis Robert invento la máquina de hacer papel, gracias a este avance tecnológico ya para el año 1830 las etiquetas se utilizaban en todo tipo de envases. En 1840 se inventó la impresión a color. Hecho que produjo un nuevo salto cualitativo en la evolución de la gráfica. Desde entonces las etiquetas dejaron de tener una función meramente informativa, para también llamar la atención del público.

Actualmente las etiquetas cumplen un rol, clave para las ventas, dado que permiten atraer al público ante la enorme variedad de productos del mercado. Los consumidores se verán atrapados o no por la etiqueta de un producto según el grado de identificación con ella y según la calidad de ésta respecto a la competencia.

Una máquina etiquetadora es un equipo que efectúa el proceso de identificación con etiquetas, en forma automática o semiautomática. Existen varios tipos de máquinas etiquetadoras, pero entre las más usadas son:

- **Etiquetadoras-Engomadoras:** son equipos de alta velocidad y con frecuencia están en línea formando parte de un proceso que incluye envasadoras, llenadoras, tapadoras y selladoras. Se justifica en líneas de producción cuyo proceso de etiquetado requiere de alta velocidad 5000 a 10000 unidades/hora. La industria de la cerveza, las fábricas de licores o las de aceites comestibles, son ejemplos de ésta.
- **Etiquetadoras- Autoadhesivas:** son mucho más sencillas, ocupan menos espacio y son muy versátiles utilizadas para la identificación de productos de consumo en donde los volúmenes sean medianos o pequeños. La industria farmacéutica, la de productos cosméticos y de tocador, la de detergentes líquidos, son ejemplos de ésta.

Las máquinas para etiquetado han sido creadas con la finalidad de sustituir procesos, ahorrar tiempo, dinero y producción, incorporando con el paso del tiempo, nuevos modelos, funciones, y tecnología, para que de esta manera sea utilizado en un sinnúmero de lugares para los cuales ya, son indispensables.

2.2 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

Existen muchas empresas que fabrican, y comercializan máquinas para etiquetado, alrededor del mundo, pero de entre tantas podemos destacar a las empresas de Estados Unidos y China, que son los países con mejor calidad, precios, y distribución respecto al resto; en este caso hemos cogido a Estados Unidos puesto que su tiempo de entrega es más rápido y se puede así abastecer un stock de manera más eficiente.

Cuadro N° 1. Marcas para etiquetado

NOMBRE	PAÍS	DESCRIPCIÓN
Avery Dennison	USA	Comercializadora
Armor	USA	Comercializadora
Blue Star	USA	Comercializadora
Markem Imaje	USA	Comercializadora
Rotometrics	USA	Comercializadora
Dongri Import	China	Comercializadora
Wenzhou	China	Comercializadora
Zhenjiang	China	Comercializadora
Appleton	USA	Productora
Motorola	USA	Productora
Arconvert	Italia	Productora
Arjobex	Francia	Productora
Arclad	Colombia	Productora
Jiangsu	China	Productora

Elaborado por: Andrea Carrillo

En Ecuador, no existen empresas productoras de estas máquinas pero si hay grandes y pequeñas empresas que se encargan de la importación y comercialización y en otros casos solo de la comercialización, pero como es de total conocimiento cada vez se requiere más de éstas para agilizar procesos, reducir tiempos y costos.

2.3 CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO

Dentro de esta importación nos vamos a concentrar en máquinas precificadoras, codificadoras y computadores móviles, lo cuales se definirán a continuación:

PRECIADORAS: Son máquinas cuya función es la de facilitar la colocación de los precios de los productos de manera rápida, muchas de éstas sin

necesidad de energía ni batería, se pueden imprimir directamente en etiquetas autoadhesivas.

Para lo cual se va a traer marca Monarch, en las series 1110, 1115, 1136, 1155, debido a que son las más comerciales.

Tipos de Máquinas para etiquetado

Dentro del gran mercado de las máquinas para etiquetado existe un sinnúmero de éstas, puesto que cada una de ellas cumple diferentes funciones o a su vez varias funciones juntas.

Entre las cuales podemos nombrar:

- Sistemas computarizados de etiquetado y codificación
- Sistemas de etiquetado informatizados para palés
- Máquinas etiquetadoras manuales
- Máquinas etiquetadoras con etiquetas autoadhesivas
- Máquinas etiquetadoras con etiquetas engomadas
- Máquinas para imprimir y aplicar etiquetas
- Máquinas etiquetadoras en relieve
- Máquinas para engomar etiquetas
- Máquinas para humectar etiquetas
- Máquinas dispensadoras de etiquetas
- Máquinas para sobreimprimir etiquetas
- Máquinas para codificar etiquetas
- Máquinas para marcaje de perforación de etiquetas
- Cortadoras de etiquetas
- Aparatos marcadores de precios
- Máquinas etiquetadoras de botellas, de ampollas, de latas, de tarros
- Etiquetadoras de fruta, quesos, embutidos
- Máquinas etiquetadoras de cartonajes

- Máquinas para rotular ampollas
- Máquinas para marcar y codificar paquetes
- Máquinas marcadoras de latas
- Máquinas marcadoras de cajas de embalajes
- Máquinas codificadoras en costados de cajas
- Máquinas para estampar frascos pequeños
- Máquinas para sobreimprimir bolsas y sacos
- Máquinas para sobreimprimir cartonajes
- Máquinas codificadoras con tinta para envases
- Máquinas de codificación de inyección de tinta para paquetes
- Indicadores de vuelco para embalajes
- Máquinas de sobreimprimir por transferencia térmica en sustratos flexibles para la industria del embalaje
- Máquinas de imprimir para tubos y envases farmacéuticos
- Marcadoras laser para uso industrial
- Máquinas de enrollar y desenrollar etiquetas

Características de los modelos a importar

- **Preciadoras:**

Marca: Monarch (1 línea)

La gama de etiquetadoras de 1 línea permite marcar precios o fechas de un modo profesional, sencillo y más eficiente que utilizando etiquetas escritas a mano. Al igual que todas nuestras etiquetadoras, se caracteriza por sus etiquetas de carga fácil y por su rápido sistema de cambio de rodillos entintadores, por lo que es fácil de usar y permite ahorrar tiempo.

Aplicaciones posibles

Usar este tipo de etiquetadoras, permite:

- Marcado de precios,
- Descuentos y,
- Estrategias promocionales de desarrollo de marcas, son algunos de los ejemplos.

Modelo: 1110



Gráfico N° 1. Etiquetadora modelo 1110

Características del equipo:

Diseñada para pequeños productores los cuales solo necesitan poner el precio a su producto. ----- Una línea de impresión.

- Cabeza de impresión de 8 bandas.
- 1063 etiquetas cada rollo.
- 17 rollos por paquetes.
- Peso 9.5 onzas (270 g).
- Rodillo poroso disponible con tinta.
- Método de funcionamiento apretón.
- Tamaño de Etiqueta 19mm x 10mm

Etiquetas Convencionales:



Gráfico N° 2. Etiquetas convencionales del modelo 1110

Marca: Monarch (2 líneas)

Versatilidad en su máxima expresión: una segunda línea de información permite añadir indicaciones como el código de departamento, el número del empleado o el código de lote. También es útil para fijar precios comparativos o codificar la fecha de caducidad. La gama de etiquetadoras de 2 líneas contribuyen a mejorar la eficacia y aumentar las ventas.

Aplicaciones posibles

Usar este tipo de etiquetadoras, permite:

- Números de lote
- País de origen
- Código de fábrica/departamento
- Código de producto

Modelo: 1115



Gráfico N° 3. Etiquetadora modelo 1115

Características del equipo:

- Diseño aerodinámico de fácil manejo.
- Diseñada para bazares tiendas etc. Que necesitan tener un control acertado de su inventario.
- Dos líneas de impresión.
- Cabeza de impresión de 8 bandas.
- 1500 etiquetas cada rollo.
- 10 rollos por paquetes.
- Peso 18.8 onzas (533 g).
- Rodillo poroso disponible con tinta.
- Método de funcionamiento apretón
- Tamaño de etiqueta: 19 mm x 15 mm.
- La fila superior siempre será numérica.
- La fila inferior puede variar.

Etiquetas Convencionales:



Gráfico N° 4. Etiquetas convencionales del modelo 1115

Modelo: 1136



Gráfico N° 5. Etiquetadora modelo 1136

Características del equipo:

Para un etiquetado rápido y sencillo más ahorro de tiempo y dinero.

- Modelos que imprimen precios comparativos.
- Rodillo entintador fácil de encajar y retirar, que evita mancharse los dedos.
- Sencilla y rápida resolución de problemas.
- Rollo de etiquetas cubierto para mantener las etiquetas limpias.
- Dos líneas de impresión.
- Cabeza de impresión de 8 bandas.
- 1750 etiquetas cada rollo.
- 8 rollos por paquetes.
- Peso 15.1 onzas (428 g).
- Rodillo poroso disponible con tinta.
- Método de funcionamiento apretón.

Etiquetas Convencionales:



Gráfico N° 6. Etiquetas convencionales del modelo 1136

Modelo: 1155



Gráfico N° 7. Etiquetadora modelo 1155

Características del equipo:

- Equipo robusto de fácil manejo.
- Es el equipo más completo del mercado.
- Consta de 2 filas con 12 caracteres en los cuales puede colocar:
 - Fecha de creación
 - Fecha de expedición.
 - Lote.
 - Precio
- Por esta razón cumple con lo estipulado por el INEN.
- No existe contaminación del producto.
- Tamaño de etiqueta: 31 mm x 25 mm.

Cuadro N° 2. Marca y modelos de etiquetadoras

MARCA	MODELO	PROVEEDOR	IMAGEN
Preciadoras Monarch	1110	Avery Dennison	
	1115	Avery Dennison	
	1136	Avery Dennison	
	1155	Avery Dennison	

Elaborado por: Andrea Carrillo

2.4 EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MÁQUINAS PARA ETIQUETADO

Las evoluciones de las exportaciones de máquinas para etiquetado han tenido un incremento grande desde el 2009 en adelante, sin embargo se puede observar que entre el año 2008 y el 2009 ha habido una baja considerable de un 36,34%.

Cuadro Nº 3. Evaluación de las exportaciones Estadounidenses de máquinas para etiquetado

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MÁQUINAS PARA ETIQUETADO		
AÑOS	MILES DE DÓLARES	% INCREMENTO SOBRE EL AÑO ANTERIOR
2008	\$ 248.879,00	-----
2009	\$ 158.425,00	-36,34%
2010	\$ 180.075,00	13,66%
2011	\$ 200.863,00	11,54%
2012	\$ 212.751,00	5,91%

Fuente: TRADE MAP

Elaborado por: Andrea Carrillo

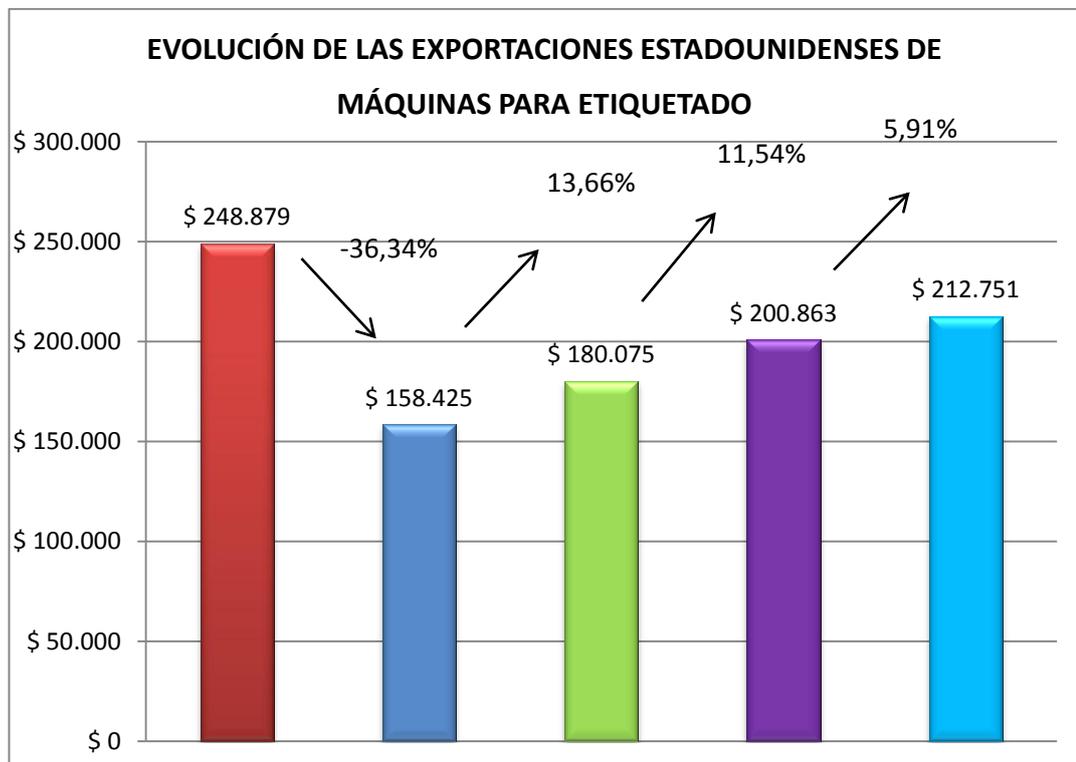


Gráfico Nº 8. Evaluación de las exportaciones Estadounidenses de máquinas para etiquetado

Elaborado: Andrea Carrillo

De acuerdo al gráfico se puede observar que en el año 2008 se ha exportado \$ 248.879 de la partida 961100, que contiene las máquinas a importarse, mientras que para el 2009 se observa una baja considerable a \$158.425 el cual representa una baja de 36,34%; sin embargo del 2009 en adelante se observa un crecimiento bueno que en promedio representa un 10,37%.

2.5 PRINCIPALES DESTINOS DE LAS EXPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MÁQUINAS PARA ETIQUETADO

Cuadro Nº 4. Evolución de las exportaciones Estadounidenses de máquinas para etiquetado (\$)

EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES ESTADOUNIDENSES DE MÁQUINAS PARA ETIQUETADO (\$)						
Nº	PAIS	2008	2009	2010	2011	2012
1	Canadá	\$ 19.177	\$ 16.385	\$ 9.237	\$ 10.437	\$ 11.051
2	Alemania	\$ 1.127	\$ 583	\$ 974	\$ 1.949	\$ 3.220
3	Australia	\$ 3.262	\$ 1.784	\$ 1.374	\$ 1.485	\$ 2.189
4	Reino Unido	\$ 1.331	\$ 959	\$ 963	\$ 953	\$ 1.187
5	México	\$ 675	\$ 636	\$ 927	\$ 826	\$ 982
6	Nigeria	\$ 240	\$ 45	\$ 25	\$ 8	\$ 452
7	China	\$ 332	\$ 140	\$ 251	\$ 155	\$ 418
8	Francia	\$ 344	\$ 981	\$ 460	\$ 355	\$ 332
9	Colombia	\$ 29	\$ 157	\$ 165	\$ 321	\$ 269
10	Singapur	\$ 56	\$ 28	\$ 100	\$ 138	\$ 157
32	Ecuador	\$ 13	\$ 41	\$ 104	\$ 177	\$ 49
	TOTAL	\$ 26.586	\$ 21.739	\$ 14.580	\$ 16.804	\$ 20.306

Fuente: TRADE MAP

Elaborado por: Andrea Carrillo

Cuadro N° 5. Porcentaje de la evolución de las exportaciones
Estadounidenses de máquinas para etiquetado

Nº	PAÍS	TOTAL EXPORTACIONES 2012 MILES (USD)	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN MUNDIAL
1	Canadá	\$ 11.051	48,60%
2	Alemania	\$ 3.220	14,20%
3	Australia	\$ 2.189	9,60%
4	Reino Unido	\$ 1.187	5,20%
5	México	\$ 982	4,30%
6	Nigeria	\$ 452	2,00%
7	China	\$ 418	1,80%
8	Francia	\$ 332	1,50%
9	Colombia	\$ 269	1,20%
10	Singapur	\$ 157	0,70%
32	Ecuador	\$ 49	0,20%

Fuente: TRADE MAP

Elaborado por: Andrea Carrillo

Como podemos observar Canadá es el principal destino de exportación desde Estados Unidos con un porcentaje de participación de 48,60% le sigue Alemania y Australia con exportaciones de \$ 3220 y \$ 2189 dólares y una porcentaje de participación de 14,20% y 9,60% respectivamente y como se puede observar Ecuador se encuentra en el puesto número 32 con apenas \$ 49 dólares de importación desde Estados Unidos y un mínimo porcentaje de participación mundial de un 0,20%.

CAPITULO III

3. ESTUDIO DE MERCADO

3.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

- Ratificar la existencia de una demanda en el mercado, para de esta manera proyectar oferta y demanda del proyecto.
- Determinar la cantidad de productos de un nuevo proveedor que los usuarios estarían dispuesta a adquirir a determinados precios.

3.2 MERCADO

Para entender lo que es el mercado, debemos comenzar por definir el concepto de mercado.

”El mercado son las personas u organizaciones con necesidades las cuales se deben satisfacer, gente o empresas con dinero para gastar y voluntad de gastarlo”¹

“Se entiende por mercado el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”²

3.2.1 TIPOS DE MERCADO

Los tipos de mercado se los clasifica según:

¹ STANTON Etzel y Walter, Fundamentos de Marketing, 2002, Editorial Eduardo Valera, Estados Unidos

² Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Tercera edición, pág. 14

El ámbito geográfico

- **Mercado internacional** o mercado exterior: Es aquel que se encuentra en uno o más países en el extranjero.
- **Mercado nacional:** Es aquel que abarca todo el territorio nacional para el intercambio de bienes y servicios.
- **Mercado regional:** Es una zona geográfica determinada libremente, que no coincide de manera necesaria con los límites políticos.
- **Mercado de Intercambio Comercial al Mayoreo:** Es aquel que se desarrolla en áreas donde las empresas trabajan al mayoreo dentro de una ciudad.
- **Mercado metropolitano:** Se trata de un área dentro y alrededor de una ciudad relativamente grande.
- **Mercado local:** Es el que se desarrolla en las tiendas establecidas o en modernos centros comerciales dentro de un área metropolitana.³

El tipo de cliente

- **Mercado del Consumidor:** En este tipo de mercado los bienes y servicios son adquiridos para un uso personal, por ejemplo, la ama de casa que compra una lavadora para su hogar.
- **Mercado del Productor o Industrial:** Está formado por individuos, empresas u organizaciones que adquieren productos, materias primas y servicios para la producción de otros bienes y servicios.
- **Mercado del Revendedor:** Está conformado por individuos, empresas u organizaciones que obtienen utilidades al revender o rentar bienes y servicios, por ejemplo, los supermercados que revenden una amplia gama de productos.
- **Mercado del Gobierno:** Está formado por las instituciones del gobierno o del sector público que adquieren bienes o servicios para llevar a cabo sus principales funciones, por ejemplo, para la

³ <http://es.wikipedia.org/wiki/Mercado>

administración del estado, para brindar servicios sociales (drenaje, pavimentación, limpieza), para mantener la seguridad y otros.⁴

La competencia establecida

- **Mercado de Competencia Perfecta:** Este tipo de mercado tiene dos características principales: Los bienes y servicios que se ofrecen en venta son todos iguales y los compradores y vendedores son tan numerosos que ningún comprador ni vendedor puede influir en el precio del mercado, por tanto, se dice que son precio-aceptantes.
- **Mercado Monopolista:** Es aquel en el que sólo hay una empresa en la industria. Esta empresa fabrica o comercializa un producto totalmente diferente al de cualquier otra. La causa fundamental del monopolio son las barreras a la entrada; es decir, que otras empresas no pueden ingresar y competir con la empresa que ejerce el monopolio. Las barreras a la entrada tienen tres orígenes: Un recurso clave (por ejemplo, la materia prima) es propiedad de una única empresa; Las autoridades conceden el derecho exclusivo a una única empresa para producir un bien o un servicio y los costes de producción hacen que un único productor sea más eficiente que todo el resto de productores.
- **Mercado de Competencia Imperfecta:** Es aquel que opera entre los dos extremos: El Mercado de Competencia Perfecta y el de Monopolio Puro.

Existen dos clases de mercados de competencia imperfecta:

1. Mercado de *Competencia Monopolística*: Es aquel donde existen muchas empresas que venden productos similares pero no idénticos.

⁴ <https://docs.google.com/>

2. *Mercado de Oligopolio:* Es aquel donde existen pocos vendedores y muchos compradores. El oligopolio puede ser: A) Perfecto: Cuando unas pocas empresas venden un producto homogéneo. B) Imperfecto: Cuando unas cuantas empresas venden productos heterogéneos.

- **Mercado de Monopsonio:** Monopsonio viene de las palabras griegas Monos = Solo y Opcion = Idea de compras. Este tipo de mercado se da cuando los compradores ejercen predominio para regular la demanda, en tal forma que les permite intervenir en el precio, fijándolo o, por lo menos, logrando que se cambie como resultado de las decisiones que se tomen. Esto sucede cuando la cantidad demandada por un solo comprador es tan grande en relación con la demanda total, que tiene un elevado poder de negociación. Existen tres clases de Monopsonio:

1. *Duopsonio:* Se produce cuando dos compradores ejercen predominio para regular la demanda
2. *Oligopsonio:* Se da cuando los compradores son tan pocos que cualquiera de ellos puede ejercer influencia sobre el precio.
3. *Competencia Monopsonista:* Se produce cuando los compradores son pocos y compiten entre sí otorgando algunos favores a los vendedores, como: créditos para la producción, consejería técnica, administrativa o legal, publicidad, regalos.

El tipo de producto

- **Mercado de Productos o Bienes:** Está formado por empresas, organizaciones o individuos que requieren de productos tangibles (una computadora, un mueble, un auto).
- **Mercado de Servicios:** Está conformado por empresas, personas u organizaciones que requieren de actividades, beneficios o

satisfacciones que pueden ser objeto de transacción: Por ejemplo, el servicio de limpieza, de seguridad, de lavandería.

- **Mercado de Ideas:** Tanto empresas como organizaciones necesitan constantemente de "buenas ideas" para ser más competitivas en el mercado. Por ello, la mayoría de ellas están dispuestas a pagar una determinada cantidad de dinero por una "buena idea", por ejemplo, para una campaña publicitaria, para el diseño de un nuevo producto o servicio, etc... Por ello, existen ferias de exposición de proyectos en universidades y escuelas, las cuales, tienen el objetivo de atraer empresarios, inversionistas, caza-talentos.
- **Mercado de Lugares:** Está compuesto por empresas, organizaciones y personas que desean adquirir o alquilar un determinado lugar, ya sea para instalar sus oficinas, construir su fábrica o simplemente para vivir. También está compuesto por individuos que desean conocer nuevos lugares, pasar una vacación, recrearse en un determinado lugar.⁵

3.3 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO ECUATORIANO

Nombre oficial: República del Ecuador

Extensión: 256.370 Km²

Capital: Quito

Población: 15.520.973 (diciembre 2012)⁶

Forma de gobierno: Democrático

Gobernante: Economista Rafael Correa (20013-2017)

Ciudades principales: Quito, Guayaquil, Cuenca

Idioma oficial: español

Fiesta de Independencia: 10 de Agosto

Unidad monetaria: Dólar de los Estados Unidos de América

Religión: Libertad de culto, predominio de la religión católica

⁵ <http://www.promonegocios.net/mercado/tipos-de-mercado.html>

⁶ <http://www.supertel.gob.ec/pdf/estadisticas/ESTADISTICAS%20DE%20POBLACION%20DEL%20ECUADOR%202013%20%28SUPERTEL%29.pdf>

Población

De los casi 15.520.973 millones de habitantes, los que habitan la Sierra son principalmente mestizos, una mezcla de extracción Europea y Nativa de América del Sur. Los Indígenas viven principalmente en la sierra Andina y en las regiones Amazónicas. Los habitantes de la costa descienden de Pueblos Nativos de Sudamérica, Europa y África.

Flora

Ecuador tiene un 10 por ciento de todas las especies de plantas que hay en el planeta. De este porcentaje, la mayor cantidad crece en la cordillera de los Andes, en la zona noroccidental, donde se calcula que hay aproximadamente 10 mil especies. En la región amazónica existe también un alto número de especies vegetales, alrededor de 8.200, por ejemplo, solo de orquídeas se han identificado 2.725 especies. En Galápagos, en cambio, hay cerca de 600 especies nativas y otras 250 introducidas por el hombre, aproximadamente. De las doce zonas claves de biodiversidad identificadas por el naturalista Norman Myers, tres se encuentran en el Ecuador continental. La diversidad climática ha dado lugar a más de 25 mil especies de árboles.

Fauna

Ecuador cuenta así mismo con el 8 por ciento de las especies de animales y el 18 por ciento de las de aves del planeta. Cerca de 3.800 especies de vertebrados han sido identificadas, así como 1.550 de mamíferos, 350 de reptiles, 375 de anfibios, 800 especies de peces de agua dulce y 450 de agua salada. Igualmente, tiene cerca del 15 por ciento del total de especies endémicas de aves en el mundo, las cuales habitan en los Andes, la costa y la región amazónica, principalmente. Las especies de insectos sobrepasan el millón, y las mariposas llegan a las 4.500, entre otras.

3.4 PRINCIPALES PAÍSES DE LOS QUE ECUADOR IMPORTA MÁQUINAS DE ETIQUETADO

Podemos observar los 5 países con el mayor volumen de importaciones en los 5 años históricos a la investigación, se detalla en TM y en valores CIF a continuación:

Cuadro Nº 6. Países con mayor volumen de importaciones

PAÍS	2008		2009		2010		2011		2012	
	TM	CIF								
Taiwán	10.44	146.84	18.15	290.93	24.40	467.58	28.37	590.05	23.34	466.92
Colombia	11.35	139.11	13.25	155.29	19.30	226.19	11.93	180.91	14.31	188.60
China	15.48	49.22	13.14	64.89	14.19	60.39	10.43	57.22	13.35	86.46
Austria	6.69	178.12	4.58	88.72	0.87	25.64	1.06	37.04	1.32	29.29
Estados Unidos	1.13	55.78	0.65	61.71	2.10	53.67	1.21	126.86	1.03	74.17

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Carrillo

3.5 BALANZA COMERCIAL

La balanza comercial de un país se encuentra compuesta por compuesta por los productos que el Ecuador exporta hacia los diferentes países y los productos que importa de los distintos países para poder satisfacer la demanda interna.

Para lo cual debemos se restan las exportaciones de un periodo menos las importaciones de esta manera se obtiene el saldo, que puede ser positiva o negativa.

Si es que la balanza comercial llegara a ser positiva se denomina superávit comercial lo cual significa que la cantidad de bienes y servicios que un país exporta es mayor a la cantidad que importa; por el contrario si la balanza

comercial llegara a ser negativa se denomina déficit comercial que significa que la cantidad de bienes y servicios que un país exporta es menor que la cantidad que importa.



Gráfico N° 9. Periodo 2007 - 2011

Elaborado: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración

Fuente: Pro Ecuador

Adaptado: Andrea Carrillo

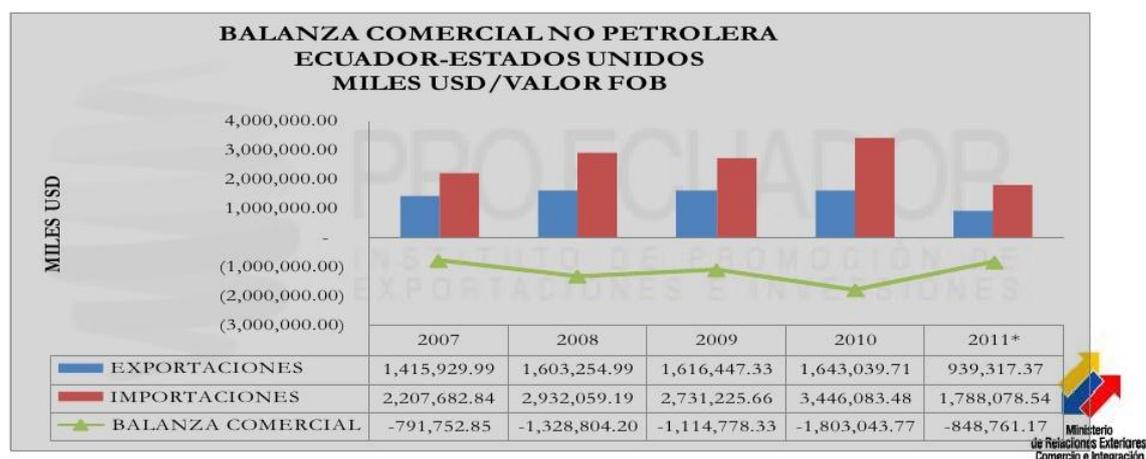


Gráfico N° 10. Balanza comercial no petrolera Ecuador – Estados Unidos

Elaborado: Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración

Fuente: Pro Ecuador

Adaptado: Andrea Carrillo

De acuerdo al cuadro anterior, podemos darnos cuenta que la balanza comercial Ecuador- Estados Unidos es positiva en cuanto a productos en general se refiere, por tanto las exportaciones que se realizan hacia el país

del norte son mayores a las importaciones, representando así el 35% de las exportaciones hacia Estados Unidos, siendo Ecuador su principal socio comercial hasta el 2010; mientras que si se revisa la balanza comercial no petrolera se determina claramente que existe un déficit en la balanza comercial, entendiendo que se realizan mayor cantidad de importaciones que de exportaciones

3.6 SEGMENTACIÓN DE MERCADOS

Se va a considerar las siguientes variables para determinar el segmento de mercado.

Variable Geográfica

- **País:** Ecuador
- **Región:** Sierra
- **Provincia:** Pichincha
- **Cantón:** Quito

3.6.1 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

Para la cuantificación de la demanda, debemos tomar en cuenta que las maquinas a importarse están enfocadas al Comercio Interno, quiere decir al comercio de venta al por mayor como al comercio de venta al por menor (empresas, compañías, tiendas, micro mercados, bazares, etc.)

Cuadro N° 7. Comercio interno

COMERCIO INTERNO	
Descripción	Número de compañías
- Comercio al por mayor	783
- Comercio al por menor.	525
Total	1308

Fuente: INEC, Superintendencia de Compañías, Investigación propia

Elaborado: Andrea Carrillo

De acuerdo a la información recopilada, existen 1308 establecimientos en los cuales el proyecto va a tomar para el estudio de mercado.

3.6.2 CALCULO DE LA MUESTRA

De acuerdo al tamaño de la población, que es menor a 39000 personas, vamos a utilizar la fórmula finita para cálculo de la muestra.

3.6.3 TAMAÑO DE LA MUESTRA

Fórmula:

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

Simbología:

Z= 1.96 = 95% nivel de confianza

P= 50% Probabilidad que el evento ocurra (Variabilidad positiva)

Q= 50% Probabilidad que el evento no ocurra (Variabilidad negativa)

e= 5% = Nivel de error

n= Tamaño de la muestra

N= Tamaño del Universo

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

$$n = \frac{1,96^2 \cdot (1308) \cdot (0,50) \cdot (0,50)}{0,05^2(1308-1) + (1,96^2)(0.50)(0.50)}$$

$$n = \frac{1256,20}{4.23}$$

n= 297 encuestas

3.6.4 ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

1. ¿Qué instrumento usa actualmente para etiquetar sus productos?

Cuadro N° 8. Pregunta 1.

Pregunta 1		
Opción	Porcentajes	# Respuestas
Preciadora Manual	38,05%	113
Preciadora de Pistola	31,65%	94
Ninguno	11,11%	33
Otros	19,19%	57
Total	100%	297

Elaborado por: Andrea Carrillo

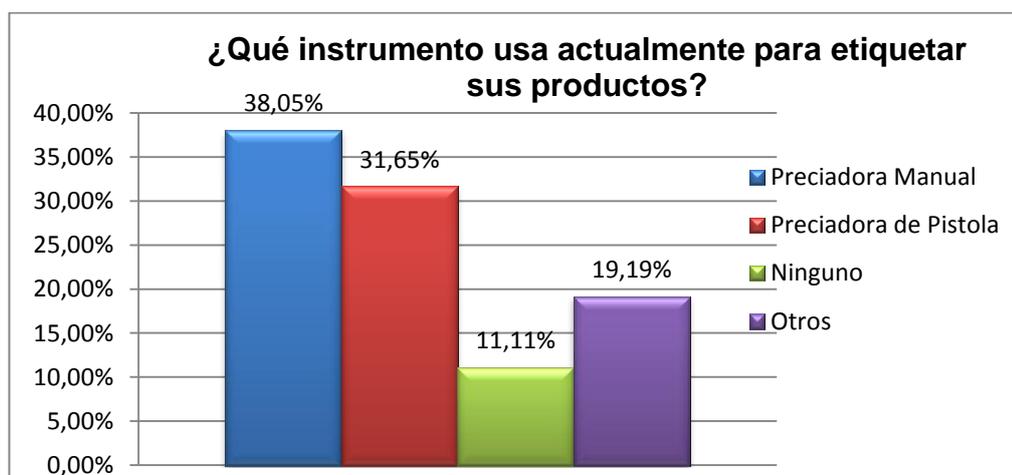


Gráfico N° 11. Pregunta 1.

Elaborado por: Andrea Carrillo

Interpretación: De las 297 encuestas realizadas a comercio interno, tanto ventas al por mayor como al por menor, tenemos que el 38,05% utiliza una preciadora manual, un 31,65% una preciadora de pistola, el 11,11% no utiliza ningún implemento para etiquetar sus productos, mientras que el 19,19% utiliza otros métodos para etiquetar los productos ya sean papeles adhesivos, una lista de precio entre otros.

2. ¿De acuerdo al negocio que maneja, estaría dispuesto a adquirir una preciadora manual para que agilite procesos dentro de su negocio?

Cuadro N° 9. Pregunta 2.

Pregunta 2		
Opción	Porcentajes	# Respuestas
Si	86,87%	258
No	13,13%	39
Total	100%	297

Elaborado por: Andrea Carrillo

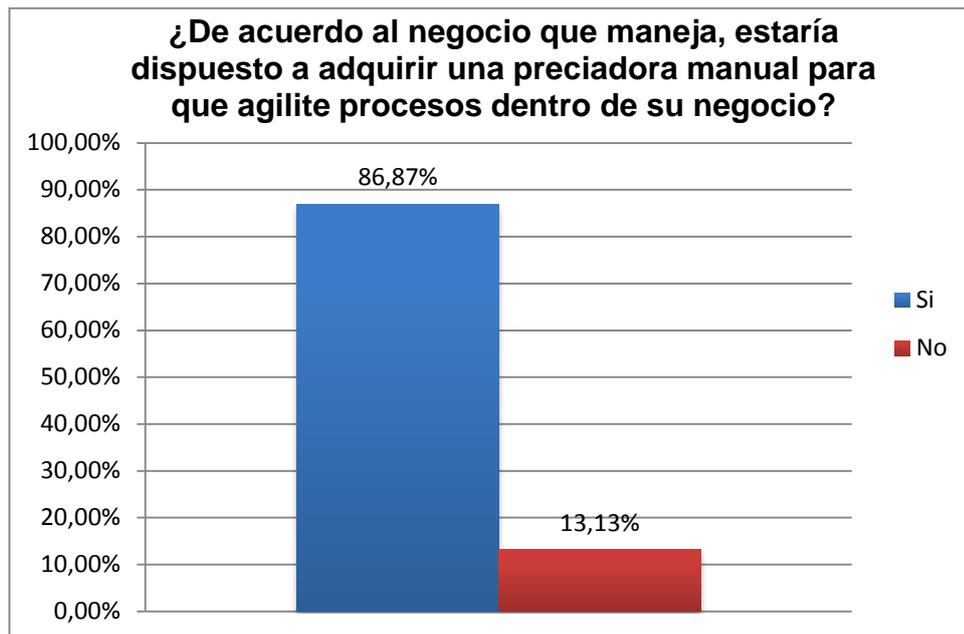


Gráfico N° 12. Pregunta 2.

Elaborado por: Andrea Carrillo

Interpretación: De las 297 encuestas realizadas a comercio interno, tanto ventas al por mayor como al por menor, tenemos que el 86,87% si considera apropiado usar un a máquina para que agilite procesos, mientras que el 13,13% piensa que no es necesario.

3. ¿Cuántas máquinas podría requerir en un año?

Cuadro Nº 10. Pregunta 3.

Pregunta 3		
Opción (por año)	Porcentajes	# Respuestas
1 máquina	13,13%	39
2 máquinas	15,83%	47
3 máquinas	71,04%	211
Total	100%	297

Elaborado por: Andrea Carrillo



Gráfico Nº 13. Pregunta 3.

Elaborado por: Andrea Carrillo

Interpretación:

De las 297 encuestas realizadas a comercio interno, tanto ventas al por mayor como al por menor, tenemos que el 13,13% no les interesa comprar alguna máquina de etiquetado, el 15,83% indicó que adquiriría dos o tres al año de acuerdo vaya creciendo su negocio, mientras que el 71,04% que representan 211 encuestados consideran que una al año adquirirán para su negocio.

4. Si nos referimos a las marcas ¿Qué marca le resulta conocida?

Cuadro Nº 11. Pregunta 4.

Pregunta 4		
Opción	Porcentajes	# Respuestas
Zebra	9,43%	28
Markem Imaje	4,04%	12
Monarch	66,67%	198
Ninguna	19,86%	59
Total	100%	297

Elaborado por: Andrea Carrillo



Gráfico Nº 14. Pregunta 4.

Elaborado por: Andrea Carrillo

Interpretación:

De las 297 encuestas realizadas a comercio interno, tanto ventas al por mayor como al por menor, tenemos que el 66.67% conoce la marca Monarch, el 19,86% no se le hace conocida ninguna marca, un 9,43% ha escuchado la marca Zebra, mientras que solo el 4,04% conoce la marca Markem Imaje.

5. Si usa preciadora ¿Qué marca ocupa?

Cuadro Nº 12. Pregunta 5.

Pregunta 5		
Opción	Porcentajes	# Respuestas
Zebra	9,09%	27
Markem Imaje	2,69%	8
Monarch	68,35%	203
Ninguna	19,87%	59
Total	100%	297

Elaborado por: Andrea Carrillo

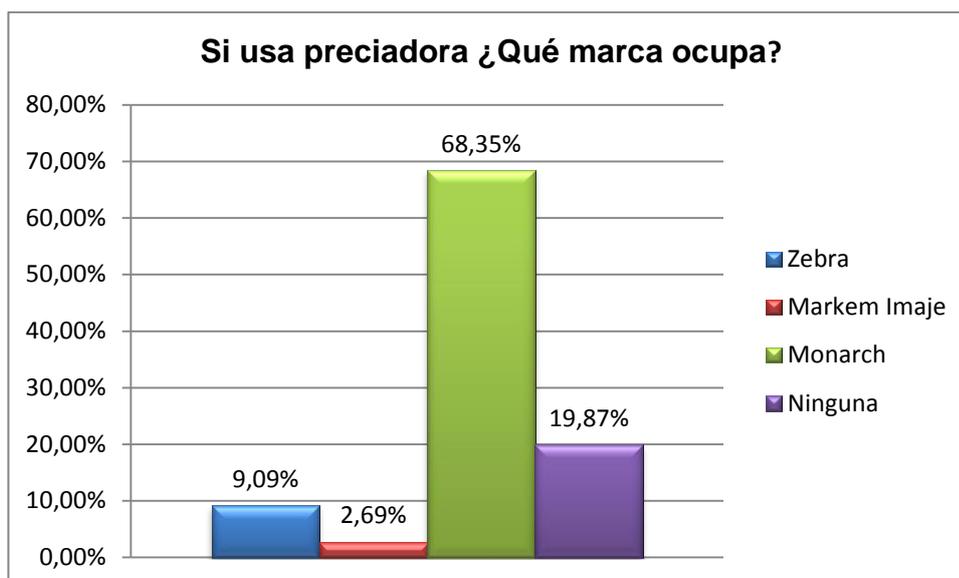


Gráfico Nº 15. Pregunta 5.

Elaborado por: Andrea Carrillo

Interpretación: De las 297 encuestas realizadas a comercio interno, tanto ventas al por mayor como al por menor, y los locales o empresas que usan preciadora tenemos que el 68,35% utiliza una preciadora marca Monarch, un 19,87% no utiliza ningún instrumento en su negocio, el 9,09% una preciadora de pistola, y solo el 2,69% utiliza marca Markem Imaje.

6. ¿Qué precio está dispuesto a pagar por una preciadora manual?

Cuadro Nº 13. Pregunta 6.

Pregunta 6		
Opción	Porcentajes	# Respuestas
30\$-50\$	31,65%	94
51\$-80\$	33,33%	99
80\$- En Adelante	35,02%	104
Total	100%	297

Elaborado por: Andrea Carrillo



Gráfico Nº 16. Pregunta 6.

Elaborado por: Andrea Carrillo

Interpretación: De las 297 encuestas realizadas a comercio interno, tanto ventas al por mayor como al por menor, tenemos que el 31,65% está dispuesto a pagar en un rango de \$30 a \$50 dólares por máquina, un 33,33% de los encuestados están dispuestos a pagar en un rango de \$51 a \$80 dólares por máquina, mientras que un 35,02% pagará en un rango de \$81 en adelante por máquina

7. ¿Le gustaría que su proveedor le ofreciera garantía/ servicio técnico?

Cuadro Nº 14. Pregunta 7.

Pregunta 7		
Opción	Porcentajes	# Respuestas
Si	73,06%	217
No	26,94%	80
Total	100%	297

Elaborado por: Andrea Carrillo

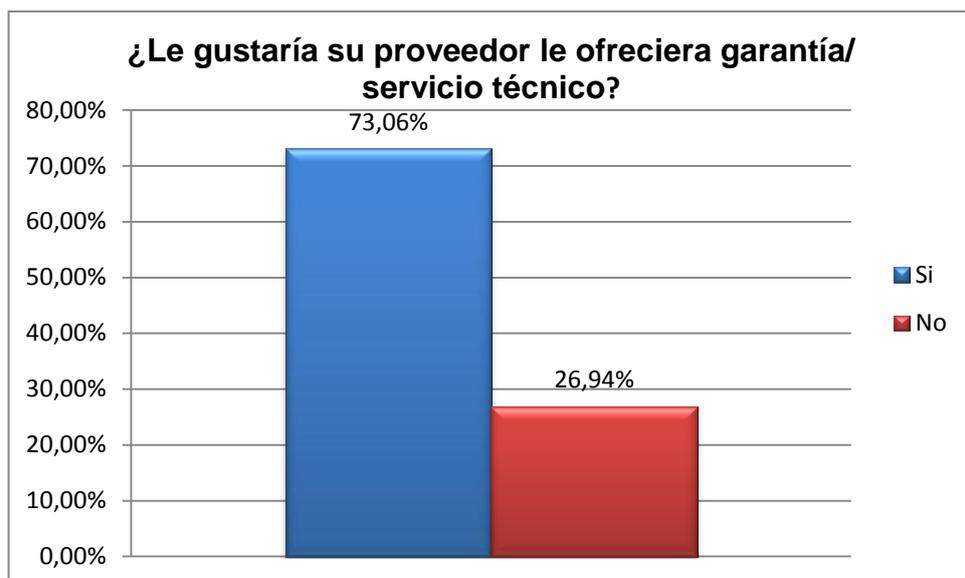


Gráfico Nº 17. Pregunta 7.

Elaborado por: Andrea Carrillo

Interpretación: De las 297 encuestas realizadas a comercio interno, tanto ventas al por mayor como al por menor, tenemos que el 73,06% le gustaría que su proveedor de precificadoras le ofreciera servicio técnico y garantía, mientras que el 26,94% no les gustaría que ofrecieran este servicio debido a que no usan estas máquinas ni requieren hacerlo.

8. ¿Le parece importante que existan repuestos/insumos en el mercado para su preciadora?

Cuadro Nº 15. Pregunta 8.

Pregunta 8		
Opción	Porcentajes	# Respuestas
Si	68,35%	203
No	31,65%	94
Total	100%	297

Elaborado por: Andrea Carrillo

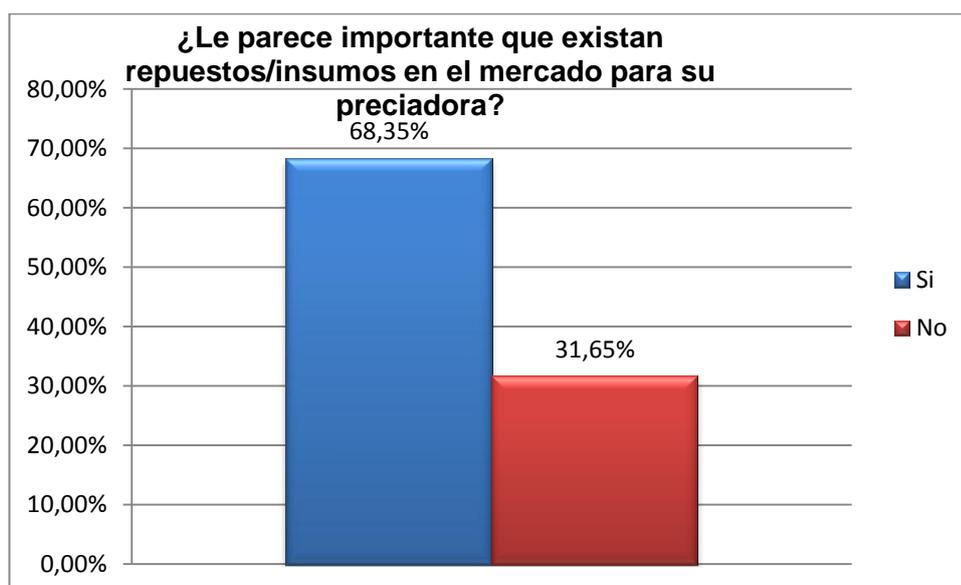


Gráfico Nº 18. Pregunta 8.

Elaborado por: Andrea Carrillo

Interpretación: De las 297 encuestas realizadas a comercio interno, tanto ventas al por mayor como al por menor, tenemos que el 68,35% le parece importante que existan repuestos/insumos para estas máquinas, mientras que el 31,65% no lo considera debido a que no utilizan máquinas de este tipo.

9. ¿Qué busca principalmente en las precificadoras manuales?

Cuadro Nº 16. Pregunta 9.

Pregunta 9		
Opción	Porcentajes	# Respuestas
Precio	36,36%	108
Calidad	8,08%	24
Funcionalidad	18,52%	55
Diseño	3,70%	11
Repuestos	19,53%	58
Comodidad	13,81%	41
Total	100%	297

Elaborado por: Andrea Carrillo

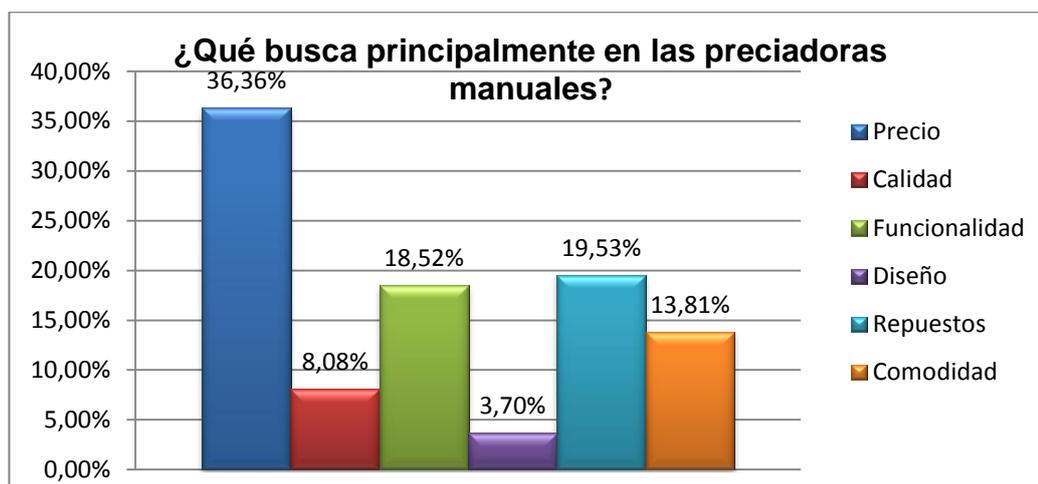


Gráfico Nº 19. Pregunta 9.

Elaborado por: Andrea Carrillo

Interpretación: De las 297 encuestas realizadas a comercio interno, tanto ventas al por mayor como al por menor, tenemos que el 36,36% busca que tenga un buen precio, un 19,53% que exista repuestos en el mercado, el 18,52% busca que sea funcional que cumpla con las necesidades de su local, el 13,81% considera importante la comodidad de la máquina para maniobrar con los productos, el 8,08% le parece que es importante que sea de buena calidad, mientras que un 3,70% considera importante el diseño físico de la máquina, es decir tamaño, color, peso.

3.7 OFERTA

3.7.1 TIPOS DE OFERTA

Oferta competitiva: o de mercado libre. Es en la que los productores se encuentran en circunstancias de libre competencia, sobre todo debido a que son la cantidad de productores del mismo artículo, que la participación en el mercado está determinada por la calidad, el precio y el servicio que ofrecen al consumidor. También se caracteriza porque generalmente ningún productor domina el mercado.

Oferta oligopólica: se caracteriza porque el mercado se encuentra dominado por unos cuantos productores. El ejemplo clásico es el mercado de automóviles nuevos. Ellos determinan la oferta, los precios y normalmente tienen acaparada una gran cantidad de materia prima para su industria. Trata de penetrar en ese tipo de mercados es no solo riesgoso sino en ocasiones hasta imposible.

Oferta monopolística: es en la que existe un solo productor del bien o servicio, y por tal motivo, domina totalmente el mercado imponiendo calidad, precio y cantidad. Un monopolista no es necesariamente productor único. Si el productor domina o posee más del 95% del mercado siempre impondrá precio y calidad.⁷

⁷ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Tercera edición, pág. 37

3.7.2 IMPORTACIÓN DE MÁQUINAS PARA ETIQUETADO

Cuadro Nº 17. Partida Arancelaria 9611000000

AÑO	TONELADAS	FOB - \$	CIF - \$	TOTAL FOB - \$
2008	1.13	52.49	55.78	7.98%
2009	0.65	59.71	61.71	6.53%
2010	2.10	49.79	53.67	5.45%
2011	1.21	122.39	126.86	10.92%
2012	1.03	70.48	74.17	7.54%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Andrea Carrillo

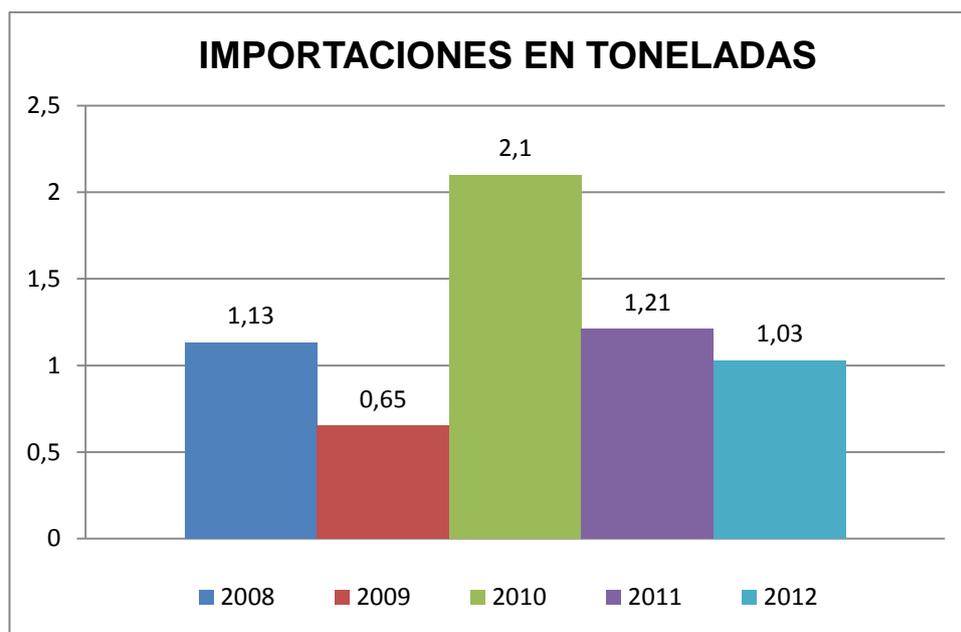


Gráfico Nº 20. Importaciones en toneladas

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Carrillo



Gráfico N° 21. Importaciones en CIF (\$)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Carrillo

En el cuadro anterior se puede notar que tanto en Toneladas como en Valor CIF (Dólares) las importaciones de las máquinas fueron variando, han tenido subidas y bajadas, siendo el 2011 el mejor año con 128,86 dólares, si se revisa el valor CIF en dólares es el más alto.

3.7.3 PROYECCIÓN DE LA OFERTA

Cuadro N° 18. Partida arancelaria

PARTIDA ARANCELARIA				
9611.00.00.00				
AÑO	X	OFERTA TM (Y)	X ²	XY
2008	-2	1,13	4	-2,26
2009	-1	0,65	1	-0,65
2010	0	2,1	0	0
2011	1	1,21	1	1,21
2012	2	1,03	4	2,06
TOTAL	0	6,12	10	0,36

Elaborado: Andrea Carrillo

CONSTANTE

$$a = \frac{\Sigma y}{n}$$
$$a = \frac{6,12}{5}$$
$$a = 1,224$$

PENDIENTE

$$b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$$
$$b = \frac{0,36}{10}$$
$$b = 0,036$$

REGRESIÓN LINEAL

$$y = a + bx$$

Reemplazamos los datos, para los siguientes cinco años:

AÑO 2013

$$Y = a + b(x)$$

$$Y = 1,224 + (0,036)(3)$$

$$Y = 1,33$$

AÑO 2014

$$Y = a + b(x)$$

$$Y = 1,224 + (0,036) (4)$$

$$Y = 1,37$$

AÑO 2015

$$Y = a + b (x)$$

$$Y = 1,224 + (0,036) (5)$$

$$Y = 1,40$$

AÑO 2016

$$Y = a + b (x)$$

$$Y = 1,224 + (0,036) (6)$$

$$Y = 1,44$$

AÑO 2017

$$Y = a + b (x)$$

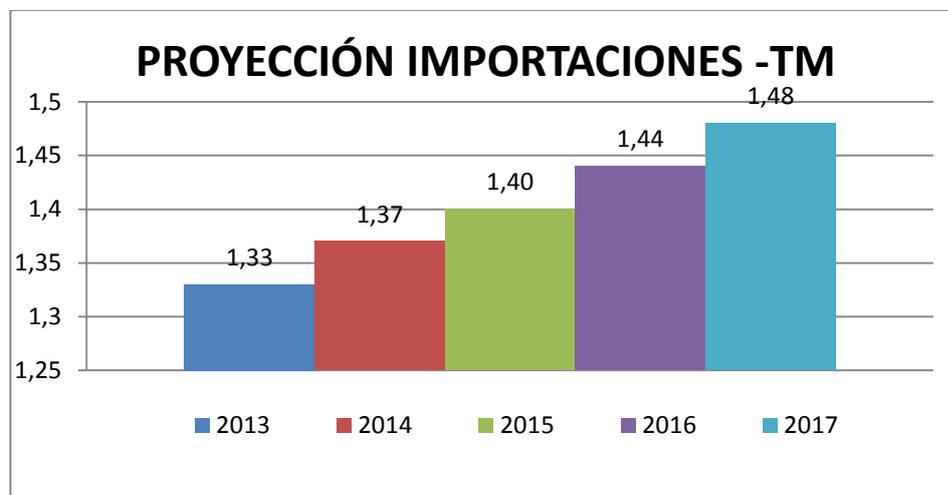
$$Y = 1,224 + (0,036) (7)$$

$$Y = 1,48$$

Cuadro N° 19. Proyección partida arancelaria

PROYECCIÓN PARTIDA ARANCELARIA	
9611.00.00.00	
AÑO	TONELADAS
2008	1,13
2009	0,65
2010	2,1
2011	1,21
2012	1,03
2013	1,33
2014	1,37
2015	1,40
2016	1,44
2017	1,48

Elaborado: Andrea Carrillo



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Carrillo

Para efectos de cálculo en la demanda insatisfecha se ha transformado las toneladas en kilogramos y de esta manera con un peso promedio de las máquinas, siendo este 0,44 kg, se ha procedido a proyectar el número de unidades durante los cinco años posteriores, por lo que obtenemos lo siguiente:

Cuadro Nº 20. Partida arancelaria 9611.00.00.00

PARTIDA ARANCELARIA					
9611.00.00.00					
AÑO	TONELADAS	FOB - \$	CIF - \$	TOTAL FOB - \$	*P.U. – UNIDADES
2008	1.13	52.49	55.78	7.98%	2.568,18
2009	0.65	59.71	61.71	6.53%	1477,27
2010	2.10	49.79	53.67	5.45%	4772,73
2011	1.21	122.39	126.86	10.92%	2750
2012	1.03	70.48	74.17	7.54%	2340,91

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Carrillo

* Peso Unitario: 0,44 kg.

Cabe mencionar que para efectos de cálculos, se realizó la transformación de TM a Kg, teniendo en cuenta que cada TM tiene 1000 kg, y el peso promedio de las máquinas a importar es de 0,44 kg, teniendo como resultado el número de máquinas importadas durante el período 2008-2012.

Para poder calcular el valor de las proyecciones de unidades que se va a importar en los 5 años siguientes (Período 2013-2017), se debe realizar el siguiente proceso con las diferentes fórmulas.

CONSTANTE

$$a = \frac{\Sigma y}{n}$$
$$a = \frac{13909,09}{5}$$
$$a = 2781,818$$

PENDIENTE

$$b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$$

$$b = \frac{818,19}{10}$$

$$b = 81,819$$

REGRESIÓN LINEAL

$$y = a + bx$$

Para obtener las proyecciones reemplazamos:

AÑO 2013

$$Y = a + b(x)$$

$$2781,818 + 81,819$$

$$Y = (3)$$

$$Y = \mathbf{3027,28}$$

AÑO 2014

$$Y = a + b(x)$$

$$2781,818 + 81,819$$

$$Y = (4)$$

$$Y = \mathbf{3109,1}$$

AÑO 2015

$$Y = a + b(x)$$

$$2781,818 + 81,819$$

$$Y = (5)$$

$$Y = 3190,92$$

AÑO 2016

$$Y = a + b(x)$$

$$2781,818 + 81,819$$

$$Y = (6)$$

$$Y = 3272,74$$

AÑO 2017

$$Y = a + b(x)$$

$$2781,818 + 81,819$$

$$Y = (7)$$

$$Y = 3354,56$$

Cuadro N° 21. Partida arancelaria 9611.00.00.00

PARTIDA ARANCELARIA		
9611.00.00.00		
NÚMERO	AÑO	UNIDADES (KG)
1	2008	2568,18
2	2009	1477,27
3	2010	4772,73
4	2011	2750
5	2012	2340,91
6	2013	3027,28
7	2014	3109,1
8	2015	3190,92
9	2016	3272,74
10	2017	3354,56

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Andrea Carrillo

3.8 DEMANDA

Para poder realizar el estudio de mercado vamos a definir lo que es demanda, por lo que vamos a entender que:

Se entiende por demanda a la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.⁸

El principal objetivo del análisis y la cuantificación de la demanda en el estudio de mercado es determinar las posibilidades reales para que el proyecto pueda participar satisfactoriamente y sea factible en el mercado de destino.

3.8.1 TIPOS DE DEMANDA

En relación con su oportunidad, se encuentran dos tipos:

- **Demanda insatisfecha:** en la que lo producido y ofrecido no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado.
- **Demanda satisfecha:** en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que éste requiere. Se pueden conocer dos tipos de demanda satisfecha:

Satisfecha saturada: la que ya no puede soportar una mayor cantidad del bien o servicio en el mercado, pues se está usando plenamente. Es muy difícil encontrar esta situación en un mercado real.

Satisfecha no saturada: que es la que se encuentra aparentemente satisfecha, pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas mercadotécnicas, como las ofertas y la publicidad.

⁸ Baca Urbina Gabriel, Evaluación de Proyectos, Tercera edición, pág. 17

En relación con su necesidad, se encuentran dos tipos:

Demanda de bienes social y nacionalmente necesarios: que son los que la sociedad requiere para su desarrollo y crecimiento, y están relacionados con la alimentación, el vestido, la vivienda y otros rubros.

Demanda de bienes no necesarios o de gusto: que es prácticamente el llamado consumo suntuario, como la adquisición de perfumes, ropa fina y otros bienes de este tipo. En este caso la compra se realiza con la intención de satisfacer un gusto y no una necesidad.

3.8.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

De igual forma utilizando las fórmula de los “Mínimos cuadrados” se procede a proyectar la demanda, que para efectos de este estudio es el comercio interno, tanto al por mayor y menor.

Cuadro N° 22. Comercio interno – (locales comerciales)

COMERCIO INTERNO - (locales comerciales)	
2008	1190
2009	1225
2010	1236
2011	1261
2012	1308

Fuente: INEC, Superintendencia de Compañías, Investigación propia

Elaborado por: Andrea Carrillo

Cuadro N° 23. Comercio al por mayor y menor

COMERCIO INTERNO				
Comercio al por mayor y menor				
AÑO	X	DEMANDA (# de locales)	X²	XY
2008	-2	1190	4	-2380
2009	-1	1225	1	-1225
2010	0	1236	0	0
2011	1	1261	1	1261
2012	2	1308	4	2616
TOTAL	0	6220	10	272

Fuente: INEC, Superintendencia de Compañías, Investigación propia

Elaborado por: Andrea Carrillo

CONSTANTE

$$a = \frac{\Sigma y}{n}$$

$$a = \frac{6220}{5}$$

$$a = 1244$$

PENDIENTE

$$b = \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2}$$

$$b = \frac{272}{10}$$

$$b = 27,2$$

REGRESIÓN LINEAL

$$y = a + bx$$

Para obtener las proyecciones reemplazamos:

AÑO 2013

$$Y = a + b(x)$$

$$Y = 1244 + 27,2(3)$$

$$Y = \mathbf{1325,6}$$

AÑO 2014

$$Y = a + b(x)$$

$$Y = 1244 + 27,2(4)$$

$$Y = \mathbf{1352,8}$$

AÑO 2015

$$Y = a + b(x)$$

$$Y = 1244 + 27,2(5)$$

$$Y = \mathbf{1380}$$

AÑO 2016

$$Y = a + b(x)$$

$$Y = 1244 + 27,2(6)$$

$$Y = \mathbf{1407,2}$$

AÑO 2017

$$Y = a + b(x)$$

$$Y = 1244 + 27,2(7)$$

$$Y = \mathbf{1434,4}$$

Cuadro N° 24. Proyección comercio interno

PROYECCIÓN COMERCIO INTERNO	
AÑO	NÚMERO DE COMPAÑÍAS
2008	1190
2009	1225
2010	1236
2011	1261
2012	1308
2013	1326
2014	1353
2015	1380
2016	1407
2017	1434

Fuente: INEC, Superintendencia de Compañías, Investigación propia

Elaborado por: Andrea Carrillo

Cuadro N° 25. Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA		
AÑO	NÚMERO DE COMPAÑÍAS	NÚMERO DE MÁQUINAS A IMPORTARSE
2013	1326	1303
2014	1353	1330
2015	1380	1354
2016	1407	1380
2017	1434	1408

Fuente: INEC, Superintendencia de Compañías, Investigación propia

Elaborado por: Andrea Carrillo

3.9 MARKETING

Marketing tiene varias definiciones, pero según Philip Kotler, que es considerado por muchos como el padre de la mercadotecnia moderna, dice que es “el proceso social y administrativo por el que los grupos e individuos satisfacen sus necesidades al crear e intercambiar bienes y servicios”⁹

3.9.1 COMERCIALIZACIÓN DEL BIEN

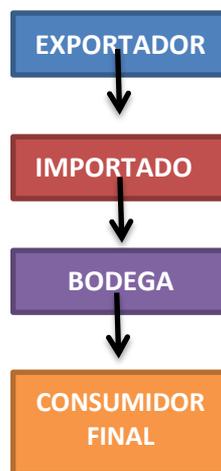


Gráfico Nº 22. Comercialización del bien

3.9.2 MARKETING MIX

El marketing mix es un análisis de aspectos internos, que usan la mayoría de empresas para el correcto desarrollo y posicionamiento de su producto o servicio en el mercado, mediante estrategias específicas.

El marketing mix es conocido también como las "4Ps", debido que en inglés se conoce como: price (precio), product (producto), place (distribución) y promotion (promoción).

⁹ [Kotler, Philip](#); Gary Armstrong, John Saunders, Veronica Wong (2002). «Capítulo 1: ¿Qué es Marketing?». *Principles of Marketing* (3ª edición europea edición). Essex (Inglaterra): Prentice Hall



Gráfico N° 23. Marketing mix (4Ps)

3.9.2.1 Producto

Cualquier bien, servicio, idea, persona, lugar, organización o institución que se ofrezca en un mercado para su adquisición, o uso que satisfaga una necesidad. La política de producto incluye el estudio de 4 elementos fundamentales:

- La cartera de productos
- La diferenciación de productos
- La marca
- La presentación

El producto que se va a ofrecer al mercado son preciaadoras, marca Monarch, de 4 diferentes modelos, 1110, 1115, 1136, 1155, si bien es cierto cumplen la misma función básica todas, otras tienes cierto valor agregado para distintos tipos de necesidades.

De acuerdo a como se vaya abriendo mercado la empresa, se considerará la idea de ofrecer más productos dentro de la gama del etiquetado, repuestos, insumos, entre otros.

3.9.2.2 Precio

Es el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

Es el elemento de la mezcla que se fija más a corto plazo y con el que la empresa puede adaptarse rápidamente según la competencia, coste.

Se distingue del resto de los elementos del marketing mix porque es el único que genera ingresos, mientras que los demás elementos generan costes.

Para determinar el precio, la empresa deberá tener en cuenta lo siguiente:

- Los costes de producción, distribución.
- El margen que desea obtener.
- Los elementos del entorno: principalmente la competencia.
- Las estrategias de mercadotecnia adoptadas.
- Los objetivos establecidos.

En cuanto al precio del producto, se debe considerar varios puntos en este caso, se debe considerar costos de importación, precios de la competencia y de acuerdo al modelo, entre otros, para poder fijar un precio correcto en el que se pueda obtener ganancias, para que sea factible.

3.9.2.3 Plaza

Elemento de la mezcla que utilizamos para conseguir que un producto llegue satisfactoriamente al cliente. Cuatro elementos configuran la política de distribución:

- Canales de distribución: Los agentes implicados en el proceso de mover los productos desde el proveedor hasta el consumidor.

- Planificación de la distribución: La toma de decisiones para implantar una sistemática de cómo hacer llegar los productos a los consumidores y los agentes que intervienen (mayoristas, minoristas).
- Distribución física: Formas de transporte, niveles de stock, almacenes, localización de plantas y agentes utilizados.
- Merchandising: Técnicas y acciones que se llevan a cabo en el punto de venta. Consiste en la disposición y la presentación del producto al establecimiento, así como de la publicidad y la promoción en el punto de venta.

Dentro de la plaza, se va a tomar en cuenta principalmente el tiempo de importación, para de esta manera tomar un pequeño margen de error de 2 o 3 días para poder tener el producto en la bodega y que no exista inconformidad por parte del cliente por cuestión tiempo, este punto va ligado directamente a la parte nacional, es decir transporte de la aduana a la bodega, y de la bodega hacia el consumidor final, si fuere el caso.

3.9.2.4 Promoción

- La comunicación persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Los objetivos principales de la comunicación son:
 - Comunicar las características del producto.
 - Comunicar los beneficios del producto.
 - Que se recuerde o se compre la marca/producto.
- La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:
 - La publicidad.
 - Las relaciones públicas.

- La venta personal.
 - La promoción de ventas.
 - El marketing directo.
-
- Personas: Una empresa cuenta con personal que atiende a sus clientes. La satisfacción de estos se ve afectada por el buen o mal servicio que reciban de la empresa.
 - Procesos: Los procesos tienen que ser estructurados correctamente, ya sea que hablemos de un servicio o de la creación de un producto, esto nos llevara a la logística de la empresa para reducir costos y aumentar ganancias.¹⁰

La promoción que se va a llevar a cabo en la empresa es en un comienzo venta personal, mientras se establece compradores fijos del producto para que se dé a conocer la calidad y precios cómodos; si bien es cierto es una empresa pequeña, se va a contar con un vendedor directo en la oficina, por lo cual es importante un buen trato a las personas que estén interesadas en el producto, atención personalizada, agilidad, amabilidad, entre otros.

Teniendo la página web, es más fácil que los posibles compradores observen los productos con sus características generales, fotos, precios entre otros, pero sin duda la mejor promoción que se puede realizar es el boca a boca, la mejor estrategia de marketing que existe y es gratis, siempre y cuando se cumpla los puntos anteriormente propuestos.

¹⁰ <http://es.wikipedia.org/wiki/Mercadotecnia>

CAPITULO IV

4. ESTUDIO TÉCNICO

4.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

4.1.1 FACTORES QUE DETERMINAN EL TAMAÑO DEL PROYECTO

Los factores que se deben considerar para determinar el tamaño de forma física del proyecto son los siguientes:

4.1.1.1 Demanda

La demanda es uno de los factores más importantes para determinar el tamaño del proyecto, es por esta razón que para cumplir que la demanda insatisfecha debe ser mucho mayor que el tamaño del proyecto, para que éste sea factible de no ser así se corre un riesgo muy alto de pérdidas.

Si es que llegara a existir una demanda insatisfecha al tamaño del proyecto, se deberá cubrir un 10% de la demanda, no mayor a éste; siempre y cuando se haya observado el mercado y la competencia.

4.1.1.2 Suministros e Insumos

Dentro del proyecto debemos contar con un completo y organizado stock de suministros e insumos para poder de esta manera brindar un servicio de calidad a los clientes, para lo cual se debe así mismo contar con buenos proveedores que ofrezcan calidad y seriedad en éstos.

4.1.1.3 Tecnología y Equipos

Está relacionado con los recursos que se va a utilizar directamente para el manipuleo del producto. Dentro de lo que este aspecto se refiere no vamos a necesitar alta tecnología ni equipos costosos, puesto que solo se requeriría el manipuleo y entrega del producto al cliente debido a que el producto no es muy grande ni pesado.

4.1.1.4 Financiamiento

El financiamiento es un punto muy importante dentro de nuestra empresa, puesto que debemos fijarnos en varios puntos, como el tamaño de la empresa y de la bodega, cantidad de empleados, cantidad a importarse, entre otros.

Para lo cual la empresa va a contar con:

- Capital de inversionistas: con un aporte del (100%)

Con el cual cubriremos el alquiler de un local, la bodega, y todos los implementos que éstos requieran, así como también las primeras importaciones, pago a empleados, etc.

4.1.1.5 Organización

En cuanto a la organización de la empresa, debemos contar con el personal correcto para cubrir las funciones de la empresa sin estimar gastos innecesarios, debido a que es una empresa que está comenzando será pequeña, y conforme vaya creciendo y amerite se irá implementando personal, de acuerdo se requiera.

4.2 LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA

La localización de la empresa es otro factor importante para el correcto desarrollo y progreso de una empresa, debido a que teniendo una localización apropiada se puede obtener un mayor y mejor mercado, reducir tiempos de entrega entre otros.

Para el caso del proyecto, no se requiere ningún tipo de lugar físico específico para establecer y poder vender o distribuir las máquinas, por lo que va a estar establecido dentro de casa debido a ser una página web no se necesita mayor estudio en cuanto a la ubicación geográfica.

Conforme vaya creciendo y obteniendo mayor demanda la página web y si fuere necesario, se pensaría en buscar un lugar físico y así determinar la macrolocalización y microlocalización mediante el método cualitativo por puntos.

4.3 BASE LEGAL

La base legal se refiere a la ley, resoluciones u orden ejecutiva que dispongan la creación de un organismo, programa o la asignación de recursos, mediante un acta la cual se debe respetar y seguir al pie de la letra.

4.3.1 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

La Ley de Compañías del Ecuador, determina que toda Compañía extranjera que negocie o contrajese obligaciones en el Ecuador, debe tener un representante o apoderado en el país para el efecto de contestar las posibles demandas y cumplir las obligaciones respectivas, y si la actividad que la compañía extranjera va a ejercer en Ecuador corresponde a la ejecución de obras públicas, la prestación de servicios públicos o la

explotación de recursos naturales del país, estará obligada a domiciliarse y establecerse en el Ecuador antes de la celebración del contrato correspondiente.¹¹

Existen 5 clases de compañías y son las siguientes:

- Compañía en nombre colectivo;
- Compañía en comandita simple y dividida por acciones;
- Compañía de responsabilidad limitada;
- Compañía anónima; y,
- Compañía de economía mixta.

1. De la Compañía en Nombre Colectivo.- La compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas que hacen el comercio bajo una razón social. La razón social es la fórmula enunciativa de los nombres de todos los socios, o de algunos de ellos, con la agregación de las palabras "y compañía". Sólo los nombres de los socios pueden formar parte de la razón social.¹²

2. De la compañía en comandita Simple.- La compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes. La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregará siempre las palabras "compañía en comandita", escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse.

¹¹ <http://69.16.238.181/~lawyerse/lawyers/htm/societario.htm>

¹² Ley de Compañías, Art 36.

El comanditario que tolerare la inclusión de su nombre en la razón social quedará solidaria e ilimitadamente responsable de las obligaciones contraídas por la compañía ¹³

3. De la Compañía de Responsabilidad Limitada.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirán, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar¹⁴

4. De la Compañía Anónima.- La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones. Las sociedades o compañías civiles anónimas están sujetas a todas las reglas de las sociedades o compañías mercantiles anónimas. ¹⁵

5. De la Compañía en Comandita por Acciones.- El capital de esta compañía se dividirá en acciones nominativas de un valor nominal igual. La décima parte del capital social, por lo menos, debe ser aportada por los socios solidariamente responsables (comanditados), a quienes por sus acciones se entregarán certificados nominativos intransferibles.¹⁶

¹³ Ley de Compañías, Art 59.

¹⁴ Ley de Compañías, Art 92.

¹⁵ Ley de Compañías, Art 143.

¹⁶ Ley de Compañías, Art 301.

6. De la Compañía de Economía Mixta.- El Estado, las municipalidades, los consejos provinciales y las entidades u organismos del sector público, podrán participar, conjuntamente con el capital privado, en el capital y en la gestión social de esta compañía.

La facultad a la que se refiere el artículo anterior corresponde a las empresas dedicadas al desarrollo y fomento de la agricultura y de las industrias convenientes a la economía nacional y a la satisfacción de necesidades de orden colectivo; a la prestación de nuevos servicios públicos o al mejoramiento de los ya establecidos.¹⁷

4.3.2 LA EMPRESA

Cazú importaciones, es una empresa familiar, la cual puede ser constituida dentro de la ley de compañías pero debido a que es un proyecto pequeño no es necesario la constitución de la compañía como tal, aparte es una página web por lo cual es sencillo comenzar con un nombre para reconocimiento del cliente nada más, a medida que vaya creciendo la empresa en tamaño, importaciones, etc., se considerará en registrarla dentro de una **“compañía de responsabilidad limitada”**.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitida por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, segura, capitalización y ahorro.¹⁸

¹⁷ Ley de Compañías, Art 308, 309

¹⁸ Ley de Compañías, Art 94.

4.4 ENTIDADES RELACIONADAS

4.4.1 MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES

Este Ministerio sirve para establecer acuerdos comerciales y políticos con otros países y defender los asuntos del Ecuador en el mundo.

4.4.2 SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS DEL ECUADOR (SENAE)

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es una empresa estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio, facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico.

También impulsa el buen vivir de la Sociedad Ecuatoriana, a través de un control eficiente al Comercio Exterior que promueva una competencia justa en los sectores económicos; teniendo como base un Recurso Humano honesto y productivo, una tecnología adecuada y un enfoque a la mejora permanente de nuestros servicios.¹⁹

4.4.3 CONSEJO DE COMERCIO EXTERIOR E INVERSIONES (COMEXI)

El Comexi es un foro de concertación de políticas de comercio exterior e inversiones. Su misión es mantener un nexo constante entre el sector público y privado para establecer de forma conjunta los lineamientos de corto, mediano y largo plazo que impulsen las relaciones comerciales del país con el exterior.

Establece estrategias para incentivar al sector productivo, con el objetivo de lograr la apertura de mercados, y alienta la modernización del estado. La institución fue creada en el marco de la ley de comercio exterior e

¹⁹ <http://www.aduana.gob.ec/files/main/banners/codigodeetica.pdf>

inversiones lexi y busca la participación real del sector privado en su aplicación.

Además, es la cabeza de los sistemas nacionales de promoción externa y de promoción de inversiones, este último creado por la ley de promoción y garantía de las inversiones, que se dirigen a establecer una institucionalidad y un esquema de coordinación a nivel del país que permita un uso adecuado de los recursos humanos, técnicos y económicos disponibles en la tarea de venta de la imagen del Ecuador en el exterior y sobre todo un desarrollo eficiente de las actividades de fomento y diversificación de las exportaciones y atracción de inversión extranjera directa hacia los sectores productivos del país.²⁰

4.4.4 INSTITUTO ECUATORIANO DE NORMALIZACIÓN (INEN)

Es un organismo técnico nacional, eje principal del Sistema Ecuatoriano de la Calidad en el país, competente en Normalización, Reglamentación Técnica y Metrología, que contribuye a garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad; la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal; la preservación del medio ambiente; la protección del consumidor y la promoción de la cultura de la calidad y el mejoramiento de la productividad y competitividad en la sociedad ecuatoriana.²¹

4.4.5 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SRI)

El Servicio de Rentas Internas es una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar

²⁰ [www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/.../\\$FILE/Ecuador.doc](http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/.../$FILE/Ecuador.doc)

²¹ <http://www.inen.gob.ec>

sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.²²

4.5 LEYES CONEXAS

4.5.1 LEY DE COMPAÑÍAS

La ley de compañías se encarga de regular y controlar todo lo relacionado a las compañías en el Ecuador, entre el estado y los representantes de cada empresa.

4.5.1 CÓDIGO TRIBUTARIO

Los preceptos de este Código regulan las relaciones jurídicas provenientes de los tributos, entre los sujetos activos y los contribuyentes o responsables de aquellos. Se aplicarán a todos los tributos: nacionales, provinciales, municipales o locales o de otros entes acreedores de los mismos, así como a las situaciones que se deriven o se relacionen con ellos.

Para estos efectos, entiéndase por tributos los impuestos, las tasas y las contribuciones especiales o de mejora.²³

4.5.2 CÓDIGO DE TRABAJO

Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo.

Las normas relativas al trabajo contenidas en leyes especiales o en convenios internacionales ratificados por el Ecuador, serán aplicadas en los casos específicos a las que ellas se refieren.²⁴

²² <http://www.sri.gob.ec>

²³ <http://www.inigemm.gob.ec>

4.5.3 CÓDIGO DE COMERCIO

El código de comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos y contratos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.²⁵

4.6 ORGANIGRAMA ORGANIZACIONAL

Dentro del proyecto como tal estructurado, no es necesario, contar tantas personas para el proceso de importación ni de comercialización del producto por lo cual solo se requiere la Propietaria de la página, y un Agente Afianzado de Aduanas que no es parte en sí del proyecto sino como apoyo y parte externa del mismo.

Conforme vaya creciendo la página y demanda del producto, se podrá considerar en contratar más personas si es que fuera necesario, siempre pensando en no incurrir en gastos innecesarios.

Por lo tanto las funciones de cada uno son las siguientes:

Propietaria

- Dueña de la página
- Importadora (registrada en la aduana)
- Jefe de compras, encargada de las importaciones, comunicarse con proveedores, agente, pagos al banco.

Agente Afianzado de Aduanas:

- Encargado de todos los trámites aduaneros (Externo)

²⁴ <http://www.pge.gob.ec>

²⁵ <http://www.lacamaradequito.com/dmdocuments/jurcodcom120805.pdf>

CAPÍTULO V

5. LOGÍSTICA DE COMERCIO EXTERIOR

5.1. REQUISITOS PARA IMPORTAR

5.1.1 REQUISITOS PARA CALIFICARSE COMO IMPORTADOR

Para calificarse como Importador se requiere:

5.1.1.1 Obtención Ruc Con La Actividad De Comercio Exterior

Todas las personas naturales o jurídicas deberán estar registradas en el Registro Único de Contribuyente (RUC), constar en estado activo con autorizaciones vigentes para emitir comprobantes de ventas y guías de remisión, constar como contribuyente ubicado y estar en la lista blanca determinada en la base de datos del Servicio de Rentas Internas (SRI).

Para lo cual sacar el RUC se necesita:

Para Personas Jurídicas se debe inscribir al Representante Legal y Gerente General adjuntando los siguientes documentos:

- Para el caso de Personas Naturales se debe presentar lo siguiente:
- Presentar el original y entregar copia de cédula de identidad;
- Fotocopia de la última papeleta de votación;
- Fotocopia de un documento que certifique la dirección del local donde desarrolla su actividad económica: recibo de agua, luz, teléfono;
- En el caso de extranjeros: fotocopia y original de la cédula de identidad, o del pasaporte y fotocopia del censo

Para Personas Jurídicas se debe inscribir al Representante Legal y Gerente General adjuntando los siguientes documentos:

- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación de inscripción correspondiente; Ley de Creación; o, Acuerdo Ministerial de creación (cuando lo haya);
- Nombramientos de Representante Legal, inscritos en el Registro Mercantil cuando así lo exija la Ley;
- Copia de la cédula y papeleta de votación del Representante Legal;
- Documento que certifique la dirección en la que desarrolle la actividad económica; y,
- En el caso de extranjeros: fotocopia y original de cédula de identidad, pasaporte y censo.

5.1.1.2 Registro (Senae)

Para el año 2012 se implementó el sistema de ECUAPASS en el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador, el cual creó la ventanilla única ecuatoriana (VUE) que es un solo punto virtual para realizar los trámites de autorizaciones para exportación e importación, como requisitos, trámites, documentos, sin necesidad de dirigirse a las ventanillas de manera presencial las instituciones gubernamentales que regulan el comercio exterior, los beneficios son envío y recepción electrónica hacia y desde las instituciones públicas, aumentar la eficiencia en los procesos, reducción en los tiempos totales de importaciones y exportaciones ,seguridad de información, declarantes y entidades públicas o privadas pueden conocer el estado de los trámites, eliminación de la inconsistencia de la información , disponibilidad de registros entre las instituciones públicas relacionadas.

Los pasos para poder hacer uso del ECUAPASS, son los siguientes:

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

- Adquirir el Certificado Digital para la firma electrónica y autenticación otorgado por las siguientes entidades:
 - Banco Central del Ecuador: <http://www.eci.bce.ec/web/guest/> ó
 - Security Data: <http://www.securitydata.net.ec/>
- Ingresar en el portal de ECUAPASS:(<http://www.ecuapass.aduana.gob.ec>)
- Hacer click en solicitud de uso
- Crear usuario y contraseña
- Ingresar identificación única de certificado digital, donde se lo escoge de acuerdo a la entidad, se acepta políticas de uso.
- Se ingresa al portal de Ecuapass y se realiza los trámites que se requieran.

Aquí se podrá:

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

5.1.2. DOCUMENTOS PARA LA IMPORTACIÓN

5.1.2.1. Factura Comercial

Documento en el que se fijan las condiciones de venta de las mercancías y sus especificaciones. Sirve como comprobante de la venta, exigiéndose para la exportación en el país de origen y para la importación en el país de destino. También se utiliza como justificante del contrato comercial. En una factura deben figurara los siguientes datos: fecha de emisión, nombre y

dirección del exportador y del importador extranjero, descripción de la mercancía, condiciones de pago y términos de entrega.²⁶

5.1.2.2. Documentos De Transporte

Es el documento en cual se detalla en sí el contrato de transporte, donde indica el tipo de mercadería, cantidades, embarcador, tipo de contenedor, pesos netos y brutos, entre otros; existen tres tipos:

- Conocimiento de Embarque (Marítimo)
- Guía Aérea (Aéreo)
- Carta de Porte (Terrestre)

Estos documento son muy importantes, ya que son evidencia del contrato de transporte, es como un recibo de la mercancía embarcada y porque es un documento de título de propiedad de las mercancías.

5.1.2.3. Póliza De Seguro

Es un documento de acompañamiento, no de soporte. Es el instrumento mediante el cual se perfecciona el contrato de seguro, en el cual se indica la cantidad de dinero que el asegurado debe pagar al asegurador como contraprestación a la obligación asumida por éste de indemnizarlo en caso de siniestro de la cosa asegurada.

Existen tres tipos de pólizas:

Libre Avería Particular: la compañía de seguros protege a la mercadería durante el viaje asegurados contra los eventos denominados específicos. Los eventos específicos son:

²⁶ <http://www.comercio-externo.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+I-F+p-858+pag-/Diccionario+de+comercio+exterior/factura+comercial.htm>

- Todos los fenómenos naturales: terremoto, inundaciones, maremotos, erupciones volcánicas.
- Encalladura: buque haciendo agua y en búsqueda del puerto de refugio.
- Colisión contra sustancia dura.
- Caída de puentes aviones o parte de ello.
- Incendio
- Pérdida total del bulto durante la carga, descarga o transbordo de la mercadería.

Avería Particular: la compañía de seguros protege a la mercadería contra los eventos específicos y protege uno o varios siniestros que a juicio del importador estime conveniente, por ejemplo, mojadura con agua dulce, exudación del barco, contra rotura, contaminación de olores extraños, robo, pérdidas causadas por ratas.

El importador puede seleccionar uno o varios siniestros, pero a su vez la compañía de seguros le aumenta el valor de la prima.

Contra Todo Riesgo: la compañía de seguros protege a la mercadería durante el viaje asegurado contra cualquier siniestro que ella pueda tener salvo las exclusiones comunes a cualquier forma de cobertura.

5.1.2.4. Autorizaciones

De acuerdo al tipo de mercadería, se deberá obtener ciertas autorizaciones que determinados Ministerios o empresas competentes para la misma otorgan. Por ejemplo, las armas, municiones y explosivos previa autorización del Comando Conjunto. El incumpliendo de dicha autorización se paga un 3% a la Aduana.

5.1.2.5. Certificado De Origen

Es el documento que encía el exportador a petición del importador y que nos indica que el producto ha sido elaborado en un país, y sirve para que el importador tenga un trato preferencial arancelario total o parcial, razón por la cual es un documento indispensable.

5.1.2.6. Declaración Aduanera de Importación (DAI)

La Declaración Aduanera será presentada de manera electrónica y/o física de acuerdo al procedimiento y al formato establecido por el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.

Una sola Declaración Aduanera, podrá contener las facturas, documentos de transporte de un mismo manifiesto de carga y demás documentos de soporte o de acompañamiento que conformen la importación o exportación, siempre y cuando correspondan a un mismo declarante y puerto, aeropuerto o paso fronterizo de arribo para las importaciones; y de embarque y destino para las exportaciones.²⁷

5.2. IMPORTACIÓN A CONSUMO

Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico p-pueden circular libremente en el territorio aduanero, con el fin de permanecer en él de manera definitiva, luego del pago de los derechos e impuestos a la importación, recargos y sanciones, cuando hubiere lugar a ellos, y del incumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.²⁸

²⁷ Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones Cap. IV Art. 63 Libro V

²⁸ Art. 147 COPCI

5.3. TRÁMITE OPERACIONAL DE UNA IMPORTACIÓN

5.3.1. DOCUMENTACIÓN

5.3.1.1. Nota De Pedido

Una nota de pedido es un documento el cual sirve para hacer la solicitud de un producto o servicio a una empresa. Se trata de un documento el cual sirve como solicitud para verificar si el proveedor puede abastecer un lote de productos con determinadas características: modelo, calidad, cantidad, entre otras.

Cabe señalar que este documento no es oficial y en ningún momento compromete al vendedor de entregar esta mercancía, salvo que confirme estar en la facultad de hacerlo.

Una nota de pedido contiene los siguientes datos:

- Fecha de emisión.
- Nombre y domicilio del comprador.
- Nombre y domicilio de la empresa.
- Desglose de productos requeridos con características.
- Número de orden (folio).
- Forma de pago.
- Modificadores al precio (cargos por envío, impuestos, descuentos).
- Firma del comprador.
- Firma del empleado autorizado.

Las ordene de pedido se emiten en forma duplicada, la original se le hace llegar al vendedor quien deberá confirmar el pedido. La copia es retenida por el comprador y es para fines de información.

5.3.1.2. Autorizaciones Previas

Para la importación de máquinas para etiquetado no requiere autorizaciones previas al embarque de la mercadería, no obstante deben cumplir con las normas técnicas, la entidad competente para esto es el INEN, siendo un producto no sujeto a control.

Se debe ingresar en el sistema de la Aduana (ECUAPASS) para solicitar autorización electrónica del Certificado de Reconocimiento otorgado por el INEN y cancelar el valor de \$3,00 en el INEN.

5.3.1.3. Póliza De Seguro

Se procede a contratar el seguro de todo riesgo desde la bodega del exportador, de esta manera se asegura la carga contra cualquier inconveniente no previsto ya sea en origen, tránsito o destino.

5.3.1.4. Factura Comercial

La factura comercial es enviada por el vendedor, en el cual se debe revisar los valores totales, cantidades, modelos y todos los datos que solicita la aduana, tales como INCOTERM, entre otros.

5.3.1.5. Guía Aérea

La importación de las máquinas de etiquetado se realizará vía aérea debido a que de acuerdo al tamaño no requiere otro tipo de transporte, por lo tanto el documento que se va a recibir será la guía aérea por parte del vendedor.

5.3.1.6. Packing List

De igual manera el packing list lo recibiremos por parte del vendedor, en el cual detalla modelos, cantidades, pesos netos y brutos, y precio del producto, este documento se presenta a la aduana, la cual verifica de manera física lo escrito en éste.

5.3.1.7. Manifiesto De Carga

En este documento se detalla la relación de las mercancías que constituyen la carga de un medio o una unidad de transporte, expresa los datos comerciales de las mercancías, tales como:

- Línea de transporte;
- Agencia de carga;
- Consolidadora de carga;
- Embarcador;
- Consignatario;
- Datos del medio de transporte;
- Almacenaje;
- Datos de la carga.

Esta información es entregada por el transportista a la empresa de transporte internacional en destino, la misma que sube la información al sistema de la aduana.

5.3.2. NACIONALIZACIÓN

Para realizar los trámites de desaduanización de mercancías es necesario la asesoría y servicio de un Agente Acreditado por el SENA E.

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 cumpliera 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 E o el Organismo regulador de Comercio Exterior considere necesarios.

Una vez llegada la mercadería a zona primaria, se receipta éstas y se envía a la bodega donde ingresan el peso recibido para almacenarla. A continuación la tabla de valores:

Cuadro Nº 26. Tabla de valores

PESO EN KILOS		TARIFA
DESDE	HASTA	US \$ DOLARES
0	50	7.00
51	100	12.00
101	300	18.00
301	500	25.00
501	750	40.00
751	1000	70.00
1001	2000	90.00
2001	3000	120.00
3001	5000	180.00
5001	10000	240.00
10001	20000	350.00
20001	30000	450.00
30001	40000	600.00
40001	EN ADELANTE	750.00

Nota: los valores establecidos en la tabla son por 7 días calendario, a partir del octavo día se cobra la tarifa básica más 0,005 por día calendario kilo de carga o fracción

Transmitida la Declaración Aduanera, el Sistema le otorgará un número de validación (Refrendo) y el CANAL DE AFORO que corresponda.²⁹

Para el Aforo, la SENA E sorteá el tipo de aforo, este puede ser documental, automático o físico; para este último se va a tomar la siguiente tabla de valores:

²⁹ <http://www.aduana.gob.ec>

Cuadro N° 27. Tasas para el pago del aforo

TASAS PARA EL PAGO DEL AFORO		
US \$		% del valor FOB
0 - 49	Paga el	25%
50 - 99		30%
100 - 149		35%
150 - 199		40%
200 - 1999		\$ 89
2000 - 3999		\$ 134,40
4000 o más		\$ 224
VALOR MÍNIMO PAGA US \$ 11,20		

5.4. MEDIDAS ARANCELARIAS AL COMERCIO EXTERIOR

Las medidas arancelarias son tarifas oficiales que se fijan y cobran a los importadores y exportadores en las aduanas de un país, por la entrada o salida de las mercancías. En el caso de Ecuador no se cobra ninguna tarifa para cualquier producto que sea exportado, es decir por la salida del territorio nacional.

Las barreras legales que más se utilizan son las arancelarias y tienen como fin impedir o desalentar el ingreso de determinadas mercancías y/o servicios a un país, dado por medio del establecimiento de derechos a la importación. Cuanto más alto sea el monto de los aranceles de una mercancía, más difícil será que ingresen y compitan contra la producción local en otro país, ya que ese arancel incidirá en los precios de los productos importados; elevándolos.

DERECHOS ARANCELARIOS.- Estos están previstos en el arancel de importaciones de mercancías y en el caso del Ecuador es la Nomenclatura Andina (NANDINA) y son aplicables para todas las mercaderías comprendidas en el arancel de importaciones.

Sólo hay dos tipos de aranceles, los *ad-valorem* y los específicos, de ellos se desprenden otras combinaciones:

- Arancel de valor agregado o *ad-valorem* es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), Ejemplo: 5% del valor CIF.
- Arancel específico, se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo USD 5 por cada kilo de ropa nueva. Es un pago establecido por cada unidad de medida del bien importado.
- Arancel *anti-dumping* es un arancel que se aplica a la importación de productos que reciben subvenciones de los países donde se producen. Estas subvenciones les permiten exportar por debajo del costo de producción.
- Arancel mixto es el que está compuesto por un *ad-valorem* y un arancel específico que se gravan simultáneamente a la importación.³⁰

5.5. MEDIDAS NO ARANCELARIAS DE COMERCIO EXTERIOR

Se refiere a las disposiciones gubernamentales que obstruyen el ingreso libre de mercancías a un país determinado, poniendo requisitos de ingreso a los productos o servicios como: determinadas reglas o ciertas características.

Existen 2 tipos de Barreras no arancelarias:

- Barreras Sanitarias.
- Barreras Técnicas.

Barreras Sanitarias: Proponen evitar el ingreso a un país de aquellas mercancías que puedan dañar la salud de la población debido al posible contenido de elementos nocivos de tipo físico, químico o biológico.

³⁰ <http://www.proecuador.gob.ec/faq/%C2%BFque-son-barreras-arancelarias/>

Barreras Técnicas: Se refieren a los requisitos que debe reunir determinado producto en cuanto a su estructura en general y componentes para que pueda ingresar a un determinado mercado.

PRINCIPALES BARRERAS NO ARANCELARIAS APLICADAS POR LOS PAÍSES AL INGRESO DE MERCANCÍAS.

1. DETERMINACIÓN DE PRECIOS.- Son precios mínimos y máximos que puede exigirse para el ingreso o egreso de cierto tipo de bienes para protección de una industria.
Para las exportaciones de banano, café crudo o verde, tostado en grano, tostado molido, cáscara y cascarilla de café, cacao y subproductos, el Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca y el Ministerio de Industrias y Competitividad, fijan los precios, y cuyos contratos de exportación deben someterse a estos ministerios.
Para las exportaciones de camarón, los precios son fijados por la Subsecretaría de Recursos Pesqueros.
2. MEDIDAS COMPENSATORIAS.- Aquellas utilizadas con el fin de neutralizar cualquier subsidio concedido directa o indirectamente a la fabricación, producción o exportación de cualquier mercancía.
3. EXIGENCIA DE PORCENTAJE DE CONTENIDO NACIONAL.- Licencia que se concede con la condición de que el producto que se exporte incluirá un determinado porcentaje de insumos nacionales.
4. MERCANCÍAS DE PROHIBIDA IMPORTACIÓN.- Prohibición incondicional de importar cualquier tipo o clase de mercancías, sin mediar el país de origen.
5. INSPECCIÓN PREVIA AL EMBARQUE.- Control obligatorio de la calidad, la cantidad y el precio de los productos antes de su embarque en el país exportador, efectuado por la agencia de inspección designada a este efecto por las autoridades del país importador.

6. LICENCIAS AUTOMÁTICAS.- Aprobación sin reservas de las solicitudes de importación; a veces denominada licencia general, liberal o abierta.
7. MEDIDAS CAMBIARIAS.- Prácticas de las autoridades monetarias o cambiarias, por las cuales se reglamenta el acceso al mercado cambiario para operaciones de importación.
8. VALORES REFERENCIALES.- Para la fijación del precio de un producto, las autoridades del país de destino tienen en cuenta el precio interno; establecen un precio mínimo y otro máximo; o recurren a una determinada cotización del mercado internacional. Se utilizan diversos términos, como precios oficiales, precios mínimos de importación, precios mínimos de exportación, precios básicos de importaciones o precios de base a la importación.
9. MEDIDAS FINANCIERAS.- Medidas oficiales por las cuales se determinan las condiciones de pago de las importaciones.
10. NORMAS TÉCNICAS Y REQUISITOS DE CALIDAD.- Reglamentos que establecen requisitos técnicos al producto, sea directamente, sea remitiendo una norma, o especificación técnica o código de conducta; con el objeto de proteger la vida o la salud de las personas, animales y plantas; para proteger el medio ambiente, la fauna y la flora silvestre, etc.
11. ETIQUETADO DE LA MERCANCÍA.- Disposiciones que regulan el tipo y tamaño de los signos que deben estamparse en los embalajes y las etiquetas, y detallan la información que puede o debe proporcionarse al consumidor.
12. REQUERIMIENTOS SANITARIOS.- Toda medida aplicada con el fin de proteger la salud y la vida de los animales; preservación de vegetales de los riesgos resultantes de la entrada o propagación de plagas; para proteger la vida y salud de las personas. Incluye medidas como autorizaciones previas, registros sanitarios, certificados sanitarios e inspecciones sanitarias.

13. **RESTRICCIONES VOLUNTARIAS DE EXPORTACIÓN.**- Es una cuota exigida por el país importador y aceptada por el país exportador con el fin de evitar otras restricciones comerciales.
14. **MEDIDAS ANTIDUMPING.**- Aquellas utilizadas con el fin de neutralizar el efecto de daño o amenaza de daño causado por la aplicación de prácticas dumping.
- Dumping, es una práctica desleal en el comercio que permite la introducción de productos extranjeros en el país a precios inferiores a su valor normal, causando o amenazando causar perjuicios importantes a una producción existente en el Ecuador o retrasando la creación de otra.
15. **AUTORIZACIONES O LICENCIAS PREVIAS.**- Licencia de carácter discrecional que depende del criterio de la autoridad expedidora de turno y de acuerdo a la política de cada gobierno, es decir, son requisitos previos, que el importador o exportador debe cumplir antes de iniciar su trámite respectivo de aprobación de su permiso para importar o exportar sus productos, cuya desobediencia acarrea sanciones al infractor.³¹

5.6. LEGISLACIÓN

5.6.1. CÓDIGO ORGÁNICO DE LA PRODUCCIÓN COMERCIO E INVERSIONES

“El presente Código tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir. Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva,

³¹ <http://www.proecuador.gob.ec/faq/%C2%BFque-son-barreras-no-arancelarias/>

facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, eficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza”.³²

5.7. INCOTERMS

Las reglas sobre el uso de términos nacionales e internacionales Incoterms 2010 de la Cámara de Comercio Internacional, facilitan el proceso de las negociaciones globales, los mismos definen obligaciones y derechos del comprador y vendedor, describen las tareas, costos y riesgos que implica la entrega de mercancía de la empresa vendedora a la compradora, siempre y cuando el Incoterm 2010 se encuentre establecido en el contrato de compraventa.

Clasificación de las reglas Incoterms 2010

Incoterms 2010											
Modalidad de transporte	Mercancía acondicionada para su venta	La carga en el almacén del vendedor	Transporte interior en origen	Formalidades aduaneras de exportación	Gastos manipulación en origen	Transporte principal	El seguro de la mercancía	Gastos manipulación de destino	Formalidades aduaneras de importación	Transporte interior en destino	Entrega de la mercancía al comprador
EXW	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FCA	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FAS	Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
FOB	Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CPT	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIP	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CFR	Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
CIF	Marítimo	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAT	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DAP	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
DDP	Polivalente	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■

© 2010 Cámara de Comercio Internacional CCI

Vendedor
 Comprador
 Vendedor / Comprador

Gráfico N° 24. Clasificación de las reglas Incoterms 2010

³² Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones Cap.V Art. Libro V

Nota: Las modalidades de transporte a las que hace referencia el gráfico comprende dos divisiones: Marítimo: El cual se refiere únicamente al transporte por mar o vías navegables. Polivalente: El cual refiere a los diversos medios de transporte, tal como aéreo, terrestre o marítimo.³³

Dentro de la importación que va a realizar la empresa se va a trabajar en términos **FOB** (Free On Board) - Libre a Bordo (puerto de carga convenido)

Se puede negociar en este término ya que nuestro proveedor directo nos ofrece precios muy buenos, lo cual nos conviene para poder obtener más ingresos y de esta manera también tener precios competitivos en el mercado.

Para lo cual se tiene algunas características del Incoterm a utilizar:

- La responsabilidad del vendedor termina cuando las mercaderías sobrepasan la borda del buque en el puerto de embarque convenido.
- El comprador debe soportar todos los costos y riesgos de la pérdida y el daño de las mercaderías desde aquel punto.
- El término FOB 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.

5.8. OBLIGACIONES DEL VENDEDOR

La mercancía se traerá en términos FOB, por lo que las obligaciones del vendedor son:

³³ *Cámara de Comercio Internacional, Obligaciones, Costos y Riesgos, Publicación N° 715S de ICC*

- 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)

5.9. OBLIGACIONES DEL COMPRADOR

La mercancía se traerá en términos FOB, por lo que las obligaciones del comprador son:

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

5.10. VÍA DE TRANSPORTE

La vía de transporte que se va a utilizar para la mercadería es aérea, en pallets de acuerdo al tamaño y peso del producto.

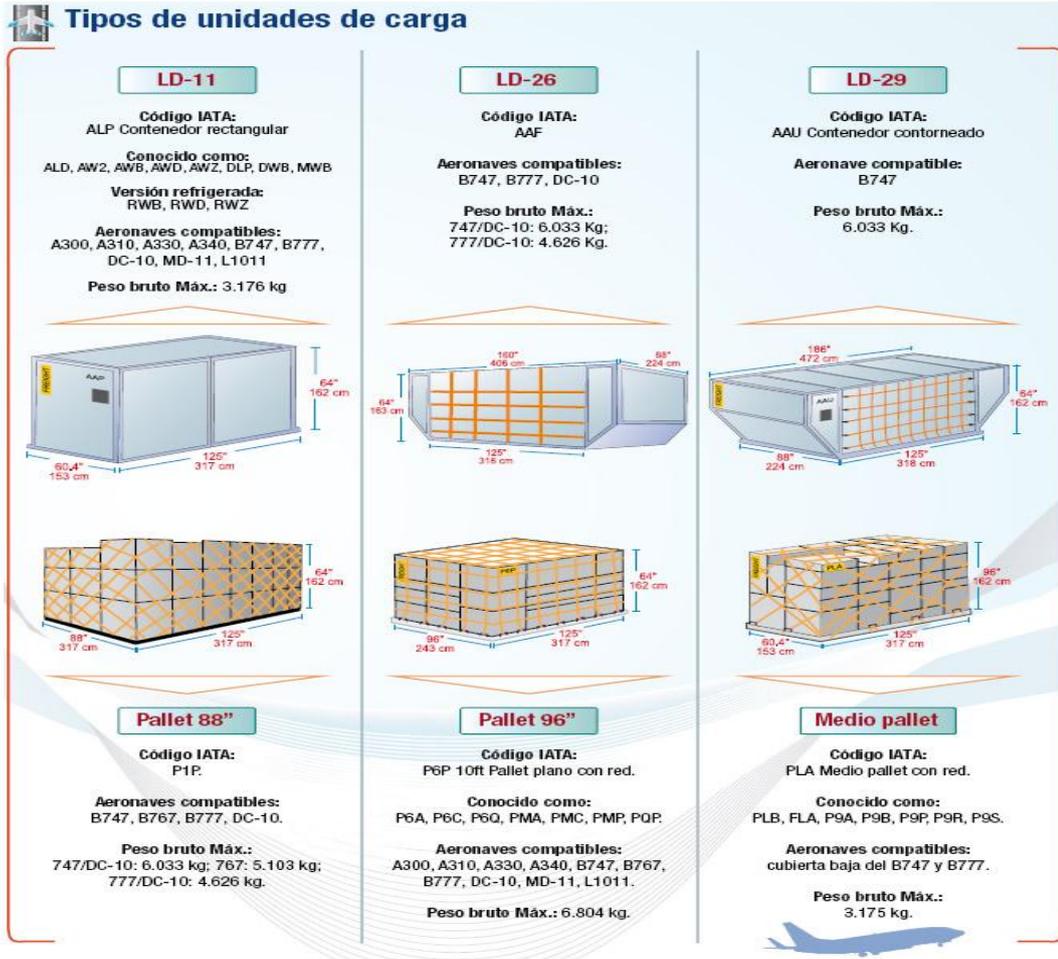


Gráfico N° 25. Tipos de unidades de carga

La empresa que se encargará del transporte internacional es Vial Group, debido a que se considera que es una empresa seria con años de experiencia en el mercado, buen servicio y precios.

Cuadro N° 28. Transporte aéreo

Transporte Aéreo		
Transporte	Valor por Pallet	Valor Anual
Vial Group	\$ 1518.88	\$ 1518.88
Total	\$ 1518.88	\$ 1518.88

5.11 SEGURO INTERNACIONAL

La contratación del servicio de seguro de transporte internacional de mercadería es necesario por cualquier daño, pérdida o siniestro de la mercadería a ser transportada, intervienen en la contratación de una póliza de seguro la compañía aseguradora, el asegurado y por último el beneficiario.

Se contratará un seguro internacional con la compañía de seguro SEGUROS EQUINOCCIAL.

Cuadro N° 29. Seguro internacional

Porcentaje	Descripción
1%	Prima
3,50%	Contribución Superintendencia de Bancos
0,50	Derechos de Emisión
0,50%	Contribución Seguro Campesino
12%	IVA

De acuerdo al valor CFR, que es el total de la mercadería se marcarán los precios a pagar, tales como:

5.12. FORMA DE PAGO

La forma de pago que se va a realizar las Importaciones en su mercadería traída del exterior es mediante carta de crédito, la cual facilitan los pagos internacionales y proporcionan seguridad, tanto al exportador vendedor como al importador comprador.

De esta manera, el vendedor se asegura el pago si puede demostrar que ha embarcado la mercancía estipulada en el contrato; y la empresa como

compradora se asegura que el banco no pagará a menos que el vendedor cumpla los requisitos que él ha establecido.

La carta de crédito es un documento emitido por el banco del importador, por el que se compromete a pagar al exportador si cumple correctamente con los requisitos documentales. De aquí el término "crédito documentario": el pago, aceptación o negociación del crédito se realizan cuando el vendedor presenta todos los documentos especificados.

Estos documentos (el conocimiento de embarque, la factura, el certificado de inspección, etc.) sirven como prueba, hasta cierto punto, que la mercancía estipulada fue enviada correctamente al importador.

5.13. ARANCELES

5.13.1. PARTIDA ARANCELARIA

La partida arancelaria que se va a utilizar para la importación de máquinas de etiquetado es:

Cuadro N° 30. Partida arancelaria

PRODUCTO	PARTIDA ARANCELARIA
Preciadoras	9611.00.00.00

Sección XX :	MERCANCIAS Y PRODUCTOS DIVERSOS
Capítulo 96 :	Manufacturas diversas
Partida Sist. Armonizado :	
SubPartida Sist. Armoniz. :	
SubPartida Regional 96110000 :	Fechadores, sellos, numeradores, timbradores y artículos sim
Codigo Producto Comunitario (ARIAN) 9611000000-0000 :	
Codigo Producto Nacional (TNAN) 9611000000-0000-0000 :	

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

5.13.2. IMPUESTOS

Los impuestos a pagarse en este estudio son los siguientes:

5.13.2.1. Tarifa Advalorem

Es un impuesto administrado por la SENAE (Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador), que se encuentra netamente registrado en el Arancel; el porcentaje variable se lo toma sobre el valor CIF de la mercancía a importar.

En el caso de las máquinas de etiquetado, vamos a tener un 0% de advalorem, de acuerdo a nuestra clasificación arancelaria.

5.13.2.2. Fondo De Desarrollo Para La Infancia

El FODINFA (Fondo de Desarrollo para la Infancia); es un impuesto que administra el INFA.

Cuyo porcentaje es de 0.5% sobre el valor CIF.

5.13.2.3. Impuesto Al Valor Agregado (IVA)

El IVA, es el impuesto que se paga por la transferencia de bienes y/o por la prestación de servicios. Este impuesto es administrado por el SRI.

Se el 12% sobre la base imponible de nuestra importación (CIF), más los derechos arancelarios (Advalorem por el CIF), más el Fodinfra.

Cuadro N° 31. Impuesto al valor agregado (IVA)

$$\text{IVA} = (\text{CIF} + \text{DERECHOS ARANCELARIOS} + \text{FODINFA}) * 12\%$$

5.14. ALMACENAJE

El almacenaje del producto se lo paga de acuerdo al peso de la mercadería.

- Recepción / despacho de contenedores
\$ 35,09
- Porteo de contenedores
\$ 40,94

- Operación Aforo / Inspección de Contenedores (de requerirlo)
\$ 87,74
- Pesaje Contenedores
\$ 35,09
- Almacenaje de contenedores (depende de los días que permanezca en almacén)

5.15. AGENTE DE ADUANA

Para realizar todo el trámite de nacionalización de la mercancía, vamos a contar con los servicios de un Agente de Aduana, tomando en cuenta que nuestra mercadería está exenta de advalorem y nuestro precio CIF oscila entre 5001- 10000 dólares será de \$ 250, el cual incluye honorarios profesionales y el ingreso de detalle de la mercadería.

Cuadro Nº 32. Agencia de aduanas

Agente de Aduana	Valor Unitario	Valor Anual
Honorarios Servicio	\$ 168,00	\$ 2016,00
Total	\$ 168,00	\$ 2016,00

5.16. DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE IMPORTACIÓN

Cuadro Nº 33. Costos de importación

COSTOS DE IMPORTACIÓN					
	Modelo 1110	Modelo 1115	Modelo 1136	Modelo 1155	COSTO TOTAL
PRECIO UNITARIO ORIGEN	\$35,25	\$55,86	\$54,60	\$108,11	\$253,82
CANTIDAD	120	120	120	120	480
FOB					
	\$4.230,00	\$6.703,20	\$6.552,00	\$12.973,20	\$30.458,40
PESO (kg)	0,40	0,36	0,40	0,60	
FLETE	\$414,24	\$372,82	\$414,24	\$621,36	\$1.518,88
CFR	\$4.644,24	\$7.076,02	\$6.966,24	\$13.594,56	\$32.281,06
SEGURO 2,00% CFR	\$92,88	\$141,52	\$139,32	\$271,89	\$645,62
CIF	\$4.737,12	\$7.217,54	\$7.105,56	\$13.866,45	\$32.926,68
ADUANA					
AD-VALOREM	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
FODINFA 0,50% CIF	\$23,69	\$36,09	\$35,53	\$69,33	\$164,63
IVA 12,00%	\$571,30	\$870,43	\$856,93	\$1.672,29	\$3.970,96
TOTAL EX ADUANA	\$5.332,11	\$8.124,06	\$7.998,02	\$15.608,08	\$37.062,27
COSTOS BANCARIOS (ISD) 5,00% FOB					
	\$ 211,50	\$ 335,16	\$ 327,60	\$ 648,66	\$ 1.522,92
FACTURA AGENTE DE ADUANAS					
	\$ 24,17	\$ 36,83	\$ 36,25	\$ 70,75	\$ 168,00
ALMACENAJE					
	\$ 5,50	\$ 4,95	\$ 5,50	\$ 8,25	\$ 20,16
DAT/DAP					
	\$ 5.573,28	\$ 8.500,99	\$ 8.367,38	\$ 16.335,73	\$38.773,35
TRANSPORTE INTERNO					
	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 25,00	\$100,00
DESESTIBA					
	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$20,00
DDP					
	\$5.603,28	\$8.530,99	\$8.397,38	\$16.365,73	\$38.897,38
TOTAL IMPORTACIÓN					\$38.897,38

Cuadro Nº 34. Valor unitario de Importación y venta (50%)

Valor Unitario Importación	\$ 46,85	\$ 71,19	\$ 70,10	\$ 136,49
Valor Unitario Venta (50%)	\$ 85,04	\$ 106,74	\$ 105,15	\$ 204,74

5.17 PROCESO DE IMPORTACIÓN

1. Existir un requerimiento del producto (necesidad)
2. Contactar con el proveedor en el exterior, de no tener un proveedor fijo, primero se solicita las respectivas proformas para fijar precios, fechas de despacho y entrega, entre otros; de contar ya con proveedores fijos, se solicita el producto y cantidades que se requiere.
3. El proveedor envía confirmaciones, fechas de despacho, número de tracking, etc.
4. Se emite la factura comercial por parte del proveedor y confirmación de despacho.
5. Realizar el pago de la mercadería, de acuerdo a las condiciones ya estipuladas con anterioridad, por parte del vendedor como del comprador.
6. Solicitar los permisos previos a la importación.
7. Contactar a empresas de transporte internacional, de no contar una primero buscar cotizaciones en varias empresas, de contar con una notificar al vendedor para que sea despachada la mercadería.
8. Contratar seguro de transporte, para evitar riesgos o pérdidas en la mercadería.
9. Se genera una nota de pedido y se da instrucciones de embarque a la empresa de transporte internacional.
10. Recibir los documentos de la importación y dar seguimiento a la mercadería, con números de tracking que previamente nos manda el proveedor o empresa de transporte, mercancía en tránsito internacional.
11. Una vez se encuentra la mercadería en el país, el embarcador envía las guías aéreas.
12. Se contrata un Agente Afianzado de Aduanas para que realice procesos aduaneros, es decir la declaración de la mercadería (DAU y DAV)

13. Esperar un sorteo aleatorio por parte de la aduana, que determina el tipo de aforo se va a proceder (físico, documental o automático).
14. Ingresar el trámite en la Aduana, y realizar el aforo el cual proceda.
15. Esperar liquidación aduanera
16. Pagar físicamente o electrónicamente los tributos.
17. Pagar el respectivo almacenaje para retirar la carga de las bodegas de la aduana.
18. Contratar el transporte interno
19. Desconsolidación de la mercadería.
20. Distribución y comercialización del producto.

CAPITULO VI

6. ESTUDIO FINANCIERO

6.1. ACTIVOS OPERACIONALES

6.1.1 VEHÍCULO

Se requiere una camioneta básica y pequeña la cual no consume mucho combustible, por lo tanto se ha decidido comprar una Mazda Fiorino de medio uso, únicamente para la entrega del producto y si es que fuera el caso realizar visitas a los clientes que requieran atención personalizada.

Cuadro N° 35. Vehículo

Vehículo				
Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Camioneta Fiorino	Unidad	1	\$ 7.500,00	\$ 7.500,00
			Subtotal	\$ 7.500,00
			Imprevistos 2,00%	\$ 150,00
			Total	\$ 7.650,00

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.2 ACTIVOS TANGIBLES

Los activos fijos tangibles representan propiedades físicamente tangibles que han de utilizarse por un período largo en las operaciones regulares de la entidad y que normalmente no se destinan a la venta.

Estos se deben analizar en cuentas independientes que correspondan a los distintos grupos, como por ejemplo:

- Edificio
- Maquinarias y Equipos

- Muebles y Enseres.³⁴

En el caso de este proyecto solo se requiere el vehículo.

Cuadro N° 36. Activos tangibles

Activos Tangibles		
Detalle	Parcial	Valor Total
Activos Tangibles		\$ 7.650,00
Activos Fijos Operacionales		\$ 7.650,00
Vehículo	\$ 7.650,00	

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.3 ACTIVOS INTANGIBLES

6.3.1 PÁGINA WEB

Se necesita el diseño de una página web para poder tener mayor acogida, mejor explicación de las características, modelos, precios de la maquinaria.

Cuadro N° 37. Diseño de página Web

Diseño de Página Web				
Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Diseño de Página Web	Unidad	1	\$ 600,00	\$ 600,00
			Subtotal	\$ 600,00
			Imprevistos 2,00%	\$ 12,00
			Total	\$ 612,00

Elaborado por: Andrea Carrillo

³⁴ http://www.ecured.cu/index.php/Activos_Fijos_Tangibles

Cuadro N° 38. Activos

Activos Fijos Tangibles		
Detalle	Parcial	Valor Total
Activos Tangibles		\$ 7.650,00
Activos Fijos Operacionales		\$ 7.650,00
Vehículo	\$ 7.650,00	
Activos Intangibles		
Detalle	Parcial	Valor Total
Activos Intangibles		\$ 612,00
Diseño de Página Web	\$ 612,00	

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.4 CAPITAL DE TRABAJO

“El capital de trabajo es el excedente de los activos de corto plazo sobre los pasivos de corto plazo, es una medida de la capacidad que tiene una empresa para continuar con el normal desarrollo de sus actividades en el corto plazo. Se calcula restando, al total de activos de corto plazo, el total de pasivos de corto plazo”.³⁵

Cuadro N° 39. Capital de trabajo

Capital de Trabajo			
Gasto		Detalle	Monto
Gasto Administrativo	Caja Chica	Un mes	\$ 100,00
Gasto Administrativo	Servicios Básicos e Internet	Un mes	\$ 306,00
Gasto Administrativo - Operativo	Nómina	Un mes	\$ 560,75
Gasto Operativo	Inventario	Un cargamento	\$ 38.897,38
		Total	\$ 39.864,13

Elaborado por: Andrea Carrillo

³⁵ http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo

6.5 FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

Para el financiamiento de un proyecto, lo que primero se debe tomar en cuenta las posibles fuentes de financiamiento. Entre ellas están:

- **Fuentes Internas:** Estas fuentes pueden ser por capital propio, el cual es aportado al inicio por medio de los capitalistas y responsables del proyecto.
- **Fuentes Externas:** Estas fuentes se obtienen fuera del proyecto, a través de distintos mecanismos e instituciones. Las fuentes externas se pueden obtener por medio de mercado de capitales, bancos y, cooperación y desarrollo.
- **Mercado de Capitales:** Las necesidades de capital se resuelven, según los siguientes casos, ofreciendo participaciones en el negocio, existiendo para esto distintas alternativas y procedimientos según las circunstancias. Entre las más comunes tenemos: las acciones y Obligaciones o Bonos.
- **Bancos e Instituciones de Fomento:** A través de la banca se pueden obtener créditos a corto, mediano y largo plazo, que presenten condiciones adecuadas a las características del proyecto, y pueden ser nacionales o extranjeros. También por medio de instituciones privadas en forma de créditos con proveedores y fabricantes de equipo.
- **Cooperación para el Desarrollo:** Se puede obtener apoyo financiero a través de organismos internacionales que destinan recursos técnicos y financieros a países en desarrollo, los cuales demandan recursos para ejecutar proyectos de desarrollo.

A la Cooperación Internacional en la actualidad se le conoce como Cooperación para el Desarrollo, lo que comprende inversiones reembolsables y no reembolsables.³⁶

6.6 ESTRUCTURA DEL FINANCIAMIENTO

Este proyecto se lo financiará mediante fuentes internas, quiere decir que los tres socios de la empresa aportarán con el capital para iniciar el proyecto.

6.7 CUADRO DE FUENTES Y USO

En el cuadro de fuentes y usos, se observa el origen de los recursos, y el uso de los mismos.

Cuadro N° 40. Cuadro de fuentes y usos

Cuadro de Fuentes y Usos			
Detalle	Inversión Total	Aporte Accionistas	Crédito Bancario
Inversiones Tangibles	\$ 7.650,00	\$ 7.650,00	\$ 0,00
Inversiones Intangibles	\$ 612,00	\$ 612,00	\$ 0,00
Capital de Trabajo	\$ 39.864,13	\$ 39.864,13	\$ 0,00
Total de Inversiones	\$ 41.857,85	\$ 41.857,85	\$ 0,00

Elaborado por: Andrea Carrillo

³⁶ <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-12.htm>

6.8 PLAN DE INVERSIÓN

Cuadro N° 41. Plan de inversión

Plan de Inversión	
Detalle	Año 0
Inversiones Tangibles	\$ 7.650,00
Activos Fijos Operacionales	\$ 7.650,00
Vehículo	\$ 7.650,00
Inversiones Intangibles	\$ 612,00
Diseño de Página Web	\$ 612,00
Capital de Trabajo	\$ 33.429,23
Gasto Administrativo	\$ 966,75
Gasto Operativo	\$ 38.897,38
Total de Inversión	\$ 41.691,23

Elaborado por: Andrea Carrillo

Dentro del plan de inversión se visualiza solo el primer año, el año de creación de la empresa puesto que se considera que no se requiere ninguna inversión extra dentro de los 5 años siguientes, se puede requerir mantenimiento al vehículo o mejora de la página web, entre otros, pero éstos estarán estimados como un gasto mas no como inversión.

6.9 COSTOS E INGRESOS DEL PROYECTO

6.9.1 ANÁLISIS SALARIAL

A continuación se detallará el sueldo y los beneficios de ley que se pagará a cada empleado.

Cuadro N° 42. Sueldos y salarios

Sueldos y Salarios								
Detalle	Número	Salario por Persona	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	IESS	Vacaciones	Fondos de Reserva	Total Año 1
					12,15%		Año 1	
Sueldos y Salario Administrativos y Ventas	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 26,50	\$ 60,75	\$ 20,83	\$ 0,00	\$ 7.797,00
Jefe de Compras	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 26,50	\$ 60,75	\$ 20,83	\$ 0,00	\$ 7.797,00
	1	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 26,50	\$ 60,75	\$ 20,83	\$ 0,00	\$ 7.797,00

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.9.2 DEPRECIACIONES

“Depreciación se refiere a una reducción anual del valor de una propiedad, planta o equipo. Esta depreciación puede derivarse de tres razones principales: el desgaste debido al uso, el paso del tiempo y la obsolescencia”.³⁷

³⁷ <http://es.wikipedia.org>

Cuadro N° 43. Depreciaciones

Depreciaciones						
Detalle	Monto	Vida Útil	% Depreciación	Valor Residual 10%	Valor a Depreciar (Anual)	Depreciación Mensual
Tangibles						
Activos Fijos Operacionales						\$ 114,75
Vehículo	\$ 7.650,00	5	20,00%	\$ 765,00	\$ 1.377,00	\$ 114,75
Total					\$ 1.377,00	\$ 114,75

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.9.3 AMORTIZACIONES

El término “amortización” tiene la misma connotación que “depreciación”. La única diferencia que existe es que la depreciación se la aplica a activos fijos tangibles, mientras que la amortización se la aplica a los activos diferidos o intangibles, por lo que Gabriel Baca Urbina (1995) señala que el término amortización significa el cargo anual que se hace para recuperar esa inversión.

Cuadro N° 44. Amortizaciones

Amortizaciones				
Detalle	Monto	Tiempo de Amortización	% de Amortización	Valor Amortización
Activos Diferidos	\$ 612,00			
Diseño página web	\$ 612,00	1	20,00%	\$ 122,40
Total Amortizaciones				\$ 122,40

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.10 COSTOS DE OPERACIÓN

6.10.1 COSTO DE LA MERCADERÍA

El proveedor entregará 480 máquinas de etiquetado desde Miami.

Cuadro N° 45.

Costo de la mercadería				
Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Monarch 1110	Unidad	120	\$ 35,25	\$ 4.230,00
Monarch 1115	Unidad	120	\$ 55,86	\$ 6.703,20
Monarch 1136	Unidad	120	\$ 54,60	\$ 6.552
Monarch 1155	Unidad	120	\$ 108,11	\$ 12.973,20
Subtotal				\$ 30.458,40
Diferencia de logística				\$ 8.131,17
Total				\$ 38.897,38

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.10.2 COMBUSTIBLE

Se estima que se requerirá \$ 100,00 mensuales correspondientes al combustible para la camioneta que se encargará de transportar el producto.

Cuadro N° 46. Combustible

Combustible				
Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Combustible de Transporte	Unidad	1	\$ 53,28	\$ 53,28
Subtotal				\$ 53,28
Imprevistos 2%				\$ 1,07
Total				\$ 54,35

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.10.3 SEGURO

6.10.3.1 Vehículo

Cuadro N° 47. Seguro vehículo

Seguro Vehículo					
Descripción	Valor	Año	Cuota	Valor Residual	Seguro 5,00%
Vehículo	13.770,00	1	\$ 2.754,00	\$ 13.770,00	\$ 688,50
Vida útil	5	2	\$ 2.754,00	\$ 11.016,00	\$ 550,80
Porcentaje	20,00%	3	\$ 2.754,00	\$ 8.262,00	\$ 413,10
		4	\$ 2.754,00	\$ 5.508,00	\$ 275,40
		5	\$ 2.754,00	\$ 2.754,00	\$ 137,70

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.10.3.2 Total Pago Seguro

Cuadro N° 48. Total pago seguro

Total Pago Seguro					
Descripción	Valor	Porcentaje	Valor Unitario	Valor Mensual	Valor Anual
Vehículo	\$ 440,18	5%	\$ 22,01	\$ 1,83	\$ 22,01
				Subtotal:	\$ 22,01
				Imprevistos 2%	\$ 0,44
				Total:	\$ 22,45

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.11 RESUMEN COSTOS DE OPERACIÓN

Para la proyección de los costos de operación se tomó en cuenta la inflación del país de origen que es Estados Unidos (1.41%)³⁸ y el país de destino, Ecuador (4.16%)³⁹ en el 2012.

Cuadro N° 49. Costo de operaciones

Costos de Operaciones						
Detalle	Año1	Año 2	Año3	Año4	Año5	Variación
Combustible	\$ 54,35	\$ 54,35	\$ 54,35	\$ 54,35	\$ 54,35	0,00%
Seguros	\$ 385,83	\$ 2,22	\$ 250,20	\$ 172,90	\$ 90,05	4,16%
Subtotal	\$ 440,18	\$ 56,57	\$ 1,11	\$ 227,25	\$ 144,39	
Depreciaciones	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	
Total Costos de Operación	\$ 1.817,18	\$ 1.433,57	\$ 1.378,11	\$ 1.604,25	\$ 1.521,39	

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.12 GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS

“Son aquellos gastos que tiene que ver directamente con la administración general del negocio, y no con sus actividades operativas. No son Costos de producción. Contienen los salarios del Gerente General, secretarías, contadores, alquileres de oficinas, papelería de oficinas, suministros y equipo de oficinas, etc. No se incluyen en esta categoría los gastos que tienen que ver propiamente con la operación del giro del negocio ni con el mercadeo. Usualmente se incluyen los gastos de selección y reclutamiento de personal.”⁴⁰

Para el caso de este proyecto, los gastos son menores debido al tamaño del mismo.

³⁸ <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201208.pdf>

³⁹ http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

⁴⁰ <http://www.fundapymes.com/>

6.12.1 SUELDOS Y SALARIOS

En la parte administrativa se encuentran personas que se encuentran directamente en las oficinas.

Cuadro N° 50. Sueldos y salarios administrativos

Sueldos y Salario Administrativos y Ventas			
		Total Año 1	Mensual
Sueldos y Salario Administrativos y Ventas	1	\$ 7.797,00	\$ 649,75
Jefe de Compras	1	\$ 7.797,00	\$ 649,75

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.12.2 SERVICIOS BÁSICOS

Cuadro N° 51. Servicios básicos

Servicios Básicos		
Detalle	Valor Mensual	Valor Total Anual
Luz	\$ 10,00	\$ 120,00
Agua	\$ 5,00	\$ 60,00
Teléfono	\$ 10,00	\$ 120,00
	Subtotal	\$ 300,00
	Imprevistos 2,00%	\$ 6,00
	Total	\$ 306,00

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.12.3 INTERNET

Se contratará el servicio de internet ilimitado de CNT, en donde:

Cuadro N° 52. Servicio de internet

Servicio de Internet				
Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total Anual
Servicio de Internet	Unidad	1	\$ 25,00	\$ 300,00
			Subtotal	\$ 300,00
			Imprevistos 2,00%	\$ 6,00
			Total	\$ 306,00

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.13 RESUMEN DE GASTOS ADMINISTRATIVOS Y VENTAS

Cuadro N° 53. Gastos de administración y ventas

Gastos de Administración y Ventas						
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Variación
Sueldos y Salarios	\$ 7.797,00	\$ 8.121,36	\$ 8.459,20	\$ 8.811,11	\$ 9.177,65	4,16%
Servicios de Internet	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	0,00%
Servicios Básicos	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	\$ 306,00	0,00%
Subtotal	\$ 8.409,00	\$ 8.733,36	\$ 9.071,20	\$ 9.423,11	\$ 9.789,65	
Amortizaciones	\$ 122,40	\$ 122,40	\$ 122,40	\$ 122,40	\$ 122,40	
Total	\$ 8.531,40	\$ 8.855,76	\$ 9.193,60	\$ 9.545,51	\$ 9.912,05	

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.14 RESUMEN DE COSTOS Y GASTOS

A continuación resumen de los costos y gastos generados para el proyecto

Cuadro N° 54. Resumen de costos y gastos

Resumen de Costos y Gastos					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Operación	\$ 1.813,85	\$ 1.431,35	\$ 1.377,00	\$ 1.604,25	\$ 1.521,39
Gastos Administrativos y Ventas	\$ 8.531,40	\$ 8.855,76	\$ 9.193,60	\$ 9.545,51	\$ 9.912,05
Total Costos y Gastos	\$ 10.345,25	\$ 10.287,10	\$ 10.570,60	\$ 11.149,75	\$ 11.433,44

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.15 CÁLCULO DE LA UTILIDAD BRUTA

Se determina un precio conforme a la competitividad del mercado.

Cuadro N° 55. Cálculo de la unidad bruta

Cálculo de la Utilidad Bruta						
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Variación
Ingreso	\$ 60.146,07	\$ 62.648,15	\$ 65.254,31	\$ 67.968,89	\$ 70.796,39	4,16%
Costo de la mercadería	\$ 38.897,38	\$ 39.445,83	\$ 40.002,02	\$ 40.566,05	\$ 41.138,03	Viene
Costos y gastos	\$ 10.345,25	\$ 10.287,10	\$ 10.570,60	\$ 11.149,75	\$ 11.433,44	Viene
Margen	\$ 10.903,44	\$ 12.915,21	\$ 14.681,69	\$ 16.253,09	\$ 18.224,92	

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.16 CLASIFICACIÓN DE COSTOS

Se procede a clasificar los costos en fijos y variables.

Cuadro N° 56. Clasificación de los costos

Clasificación de Costos	
Detalle	Año 1
Costos Fijos	
Depreciaciones	\$ 1.426,99
Amortizaciones	\$ 122,40
Seguros	\$ 393,55
Sueldos y salarios	\$ 7.797,00
Combustible	\$ 54,35
Total Costos Fijos	\$ 9.794,28
Gastos Administrativos (considerados fijos)	
Servicios de Internet	\$ 306,00
Servicios Básicos	\$ 306,00
Total Gastos	\$ 612,00
Costos Variables	
Costos de Operación	
Costo de la mercadería	\$ 38.897,38

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.17 EVALUACIÓN FINANCIERA

6.17.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

“El estado de situación inicial, también llamado balance general o balance de situación, es un informe financiero o estado contable que refleja la situación del patrimonio de una empresa en un momento determinado. El estado de situación financiera se estructura a través de tres conceptos patrimoniales, el activo, el pasivo y el patrimonio neto, desarrollados cada uno de ellos en grupos de cuentas que representan los diferentes elementos patrimoniales.

El activo incluye todas aquellas cuentas que reflejan los valores de los que dispone la entidad. Todos los elementos del activo son susceptibles de traer dinero a la empresa en el futuro, bien sea mediante su uso, su venta o su cambio.

El pasivo muestra todas las obligaciones ciertas del ente y las contingencias que deben registrarse. Estas obligaciones son, naturalmente, económicas: préstamos, compras con pago diferido, etc.

El patrimonio neto es el activo menos el pasivo y representa los aportes de los propietarios o accionistas más los resultados no distribuidos. El patrimonio neto o capital contable muestra también la capacidad que tiene la empresa de autofinanciarse.”⁴¹

⁴¹ <http://es.scribd.com/doc/58262224/Estado-de-situacion-inicial>

Cuadro N° 57. Estado de situación inicial al 01 de octubre

Estado de Situación Inicial			
Al 01 de Octubre 2013			
ACTIVOS	\$ 48.126,13	PASIVOS	\$ 0,00
ACTIVOS CORRIENTES	\$ 39.864,13	PASIVOS A CORTO PLAZO	\$ 0,00
Capital de trabajo	\$ 39.864,13		\$ 0,00
ACTIVOS FIJOS	\$ 7.650,00	PASIVO A LARGO PLAZO	\$ 0,00
Activos Operacionales	\$ 7.650,00	Crédito	\$ 0,00
Vehículo	\$ 7.650,00	PATRIMONIO	\$ 48.126,13
		Capital Social	\$ 48.126,13
ACTIVOS INTANGIBLES	\$ 612,00		
Diseño página web	\$ 612,00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 48.126,13	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 48.126,13

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.17.2 ESTADO DE RESULTADOS

“También llamado estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra ordenada y detalladamente la forma de cómo se obtuvo el resultado del ejercicio durante un periodo determinado.

El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones.”⁴²

⁴² http://es.wikipedia.org/wiki/Estado_de_resultados

Cuadro N° 58.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 60.146,07	\$ 62.648,15	\$ 65.254,31	\$ 67.968,89	\$ 70.796,39
(-) Costo Mercadería	\$ 38.897,38	\$ 39.445,83	\$ 40.002,02	\$ 40.566,05	\$ 41.138,03
UTILIDAD BRUTA	\$ 21.248,69	\$ 23.202,31	\$ 25.252,29	\$ 27.402,84	\$ 29.658,37
(-) Costos Operativos	\$ 1.813,85	\$ 1.431,35	\$ 1.377,00	\$ 1.604,25	\$ 1.521,39
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 19.434,84	\$ 21.770,97	\$ 23.875,29	\$ 25.798,60	\$ 28.136,97
(-) Costos Administrativos	\$ 8.531,40	\$ 8.855,76	\$ 9.193,60	\$ 9.545,51	\$ 9.912,05
UTILIDAD NETA	\$ 10.903,44	\$ 12.915,21	\$ 14.681,69	\$ 16.253,09	\$ 18.224,92
(-) 15 % Reparto trabajadores	\$ 1.635,52	\$ 1.937,28	\$ 2.202,25	\$ 2.437,96	\$ 2.733,74
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 9.267,93	\$ 10.977,93	\$ 12.479,43	\$ 13.815,13	\$ 15.491,19
(-) 22 % Impuesto renta	\$ 2.038,94	\$ 2.415,14	\$ 2.745,48	\$ 3.039,33	\$ 3.408,06
UTILIDAD FINAL A REPARTIR	\$ 7.228,98	\$ 8.562,79	\$ 9.733,96	\$ 10.775,80	\$ 12.083,13

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.17.3 FLUJO DE CAJA

“Se conoce como flujo de caja al estado de cuenta que refleja cuánto efectivo queda después de los gastos, los intereses y el pago al capital. El estado de flujo de efectivo, por lo tanto, es un estado contable que presenta información sobre los movimientos de efectivo y sus equivalentes.”⁴³

⁴³ <http://definicion.de/flujo-de-efectivo/>

Cuadro N° 59. Flujo de caja

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 60.146,07	\$ 62.648,15	\$ 65.254,31	\$ 67.968,89	\$ 70.796,39
(-) Costo Mercadería	\$ 38.897,38	\$ 39.445,83	\$ 40.002,02	\$ 40.566,05	\$ 41.138,03
UTILIDAD BRUTA	\$ 21.248,69	\$ 23.202,31	\$ 25.252,29	\$ 27.402,84	\$ 29.658,37
(-) Costos Operativos	\$ 1.813,85	\$ 1.431,35	\$ 1.377,00	\$ 1.604,25	\$ 1.521,39
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 19.434,84	\$ 21.770,97	\$ 23.875,29	\$ 25.798,60	\$ 28.136,97
(-) Costos Administrativos	\$ 8.531,40	\$ 8.855,76	\$ 9.193,60	\$ 9.545,51	\$ 9.912,05
UTILIDAD NETA	\$ 10.903,44	\$ 12.915,21	\$ 14.681,69	\$ 16.253,09	\$ 18.224,92
(-) 15 % Reparto trabajadores	\$ 1.635,52	\$ 1.937,28	\$ 2.202,25	\$ 2.437,96	\$ 2.733,74
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 9.267,93	\$ 10.977,93	\$ 12.479,43	\$ 13.815,13	\$ 15.491,19
(-) 22 % Impuesto renta	\$ 2.038,94	\$ 2.415,14	\$ 2.745,48	\$ 3.039,33	\$ 3.408,06
UTILIDAD FINAL A REPARTIR	\$ 7.228,98	\$ 8.562,79	\$ 9.733,96	\$ 10.775,80	\$ 12.083,13
(+) Depreciaciones	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00	\$ 1.377,00
(+) Amortizaciones	\$ 275,40	\$ 275,40	\$ 275,40	\$ 275,40	\$ 275,40
(+) Préstamos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Pago préstamos	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(-) Flujo inversiones	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
(+) Retorno flujo inversiones	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
FLUJO INICIAL	\$ 8.881,38	\$ 10.215,19	\$ 19.096,57	\$ 38.193,14	\$ 76.386,28
FLUJO ACUMULADO	\$ 8.881,38	\$ 19.096,57	\$ 38.193,14	\$ 76.386,28	\$ 152.772,56

Elaborado por: Andrea Carrillo

6.17.4 TASA DE DESCUENTO

“La tasa de descuento es el rendimiento mínimo exigido por un inversor para realizar una inversión determinada, esta se utiliza para actualizar los flujos de ingresos y costos futuros del proyecto de inversión, con el fin de expresar el valor monetario de esos flujos en pesos de un periodo determinado.

Es la diferencia expresada en términos porcentuales, entre el precio que se paga por un título y su valor nominal.”⁴⁴

⁴⁴ <http://www.slideshare.net/Makiavella/presentacion-tasas-de-descuento>

Para lo cual aplicaremos la siguiente fórmula:

$$Co = (TAR)(1-t)(\%Recursos Ajenos) + (TPR)(\%Recursos Propios) + TLR + \% Inflación$$

En donde:

Cuadro N° 60.

TAR	Tasa Activa Referencial	8,17%
TPR	Tasa Pasiva Referencial	4,53%
RA	Porcentaje de Recursos Ajenos	0%
RP	Porcentaje de Recursos Propios	100%
TLR	Tasa Libre de Riesgo	6,31%
T	Tasa Marginal de Impuestos	33,70%
I	Inflación	4,16%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado: Andrea Carrillo

Reemplazando los siguientes datos tenemos:

$$Co = (0,0817) (0) (0) + (0,0453) (1) (0,0631) + (0,0416)$$

$$Co = 0 + 0,1084 + 0,0416$$

$$Co = 0,15$$

$$Co = 15\%$$

Para el proyecto tenemos que la tasa de descuento de inversión es de 15%

6.17.5 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

“Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.”⁴⁵

Según Barreno en su libro “Manual de formulación y Evaluación de Proyectos” Pág. 122 dice que “El valor actual neto significa traer los valores de hoy los flujos futuros y se calcula sacando la diferencia entre todos los ingresos y los egresos, o en su defecto el fijo neto de caja expresado en moneda actual a través de una tasa de descuento específica.”

En el proyecto, es necesario que el valor del VAN sea mayor o igual a cero, esto demostrará que el proyecto sea factible, y que se puede ejecutar en confianza.

- Si el VAN es > 0 = el proyecto es rentable
- Si el VAN es < 0 = el proyecto no es rentable
- Si el VAN es $= 0$ = es nulo quiere decir que la rentabilidad del proyecto es la misma del comienzo.

La fórmula por calcular en VAN es:

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

I₀ = Inversión Inicial

i = Tasa de Interés

F.N.C. = Flujo Neto de Caja

A continuación el cuadro donde se muestra el cálculo del VAN :

⁴⁵ Evaluación de Proyectos, Baca Urbina Gabriel, Tercera edición, página 181.

Cuadro N° 61. Valor actual neto (VAN)

VALOR ACTUAL NETO (VAN)		
AÑOS	FCN	VAN
0	(\$ 54.552,13)	(\$ 54.552,13)
1	\$ 8.881,38	\$ 8.039,63
2	\$ 10.215,19	\$ 8.370,62
3	\$ 19.096,57	\$ 14.165,19
4	\$ 38.193,14	\$ 25.645,31
5	\$ 76.386,28	\$ 46.429,45
TOTAL		\$ 48.098,07

Elaborado: Andrea Carrillo

Como se demuestra en el cuadro el valor del VAN es positivo, por lo cual el proyecto es factible para su realización.

6.17.6 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

“La tasa de interna de retorno nos indica el porcentaje de rentabilidad que obtendrá el inversionista como premio a la decisión de invertir en una empresa alternativa de inversión seleccionada”⁴⁶

- TIR = K la tasa de descuento del proyecto es indiferente
- TIR < K la tasa de descuento del proyecto no es factible
- TIR > K la tasa de descuento del proyecto es factible

Fórmula:

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

Dónde:

tm = Tasa menor

TM = Tasa mayor

⁴⁶ BARRENO Luis, “Manual de formulación y Evaluación de Proyectos” Pág 123

El TIR del proyecto es de 30,63%, existe un TIR positivo y mayor a nuestro costo de oportunidad por lo cual indica que el proyecto es factible.

6.17.7 PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

El método de periodo de recuperación de la inversión (PRI) permite al inversionista “conocer en qué tiempo podrá recuperar su dinero invertido en una alternativa de inversión determinada.”⁴⁷

Cuadro N° 62. Periodo de recuperación

PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN			
AÑOS	FLUJO EFECTIVO	FLUJO ACTUALIZADO	FLUJO ACUMULADO
0	(\$ 54.552,13)	(\$ 54.552,13)	(\$ 54.552,13)
1	\$ 8.881,38	\$ 8.039,63	(\$ 45.670,75)
2	\$ 10.215,19	\$ 8.370,62	(\$ 35.455,56)
3	\$ 19.096,57	\$ 14.165,19	(\$ 16.358,99)
4	\$ 38.193,14	\$ 25.645,31	\$ 21.834,15
5	\$ 76.386,28	\$ 46.429,45	\$ 98.220,43

Elaborado: Andrea Carrillo

Según indica el cuadro, podemos ver que al cuarto año de creada la página y traer la mercadería se puede comenzar a obtener saldos positivos.

6.17.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

“El punto de equilibrio es aquel nivel de producción en el cual la organización ni pierde ni gana, es decir el punto en el cual los costos fijos más los variables se igualan a los ingresos totales”⁴⁸

Este indicador es usado en las empresas para determinar el límite de las ventas, es decir a partir de las cuales se va a obtener resultados positivos, para el punto de equilibrio se puede calcular en dos aspectos, los cuales son:

⁴⁷ BARRENO Luis, “Manual de formulación y Evaluación de Proyectos” Pág 126

⁴⁸ BARRENO Luis, “Manual de formulación y Evaluación de Proyectos” Pág 154

Unidades:

$$PEQ(\text{unidades}) = \frac{\text{Costos Fijos (CF)}}{PV - CVU}$$

Dólares:

$$\text{Punto Equilibrio Global} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Ventas Netas}}}$$

Cuadro Nº 63. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
Costo Fijo	\$ 9.794,28
Costo Variable	\$ 38.897,38
Ingresos	\$ 60.146,07
Punto de Equilibrio (\$)	\$ 29.460,16
Punto de Equilibrio (Q)	235,117

Elaborado por: Andrea Carrillo

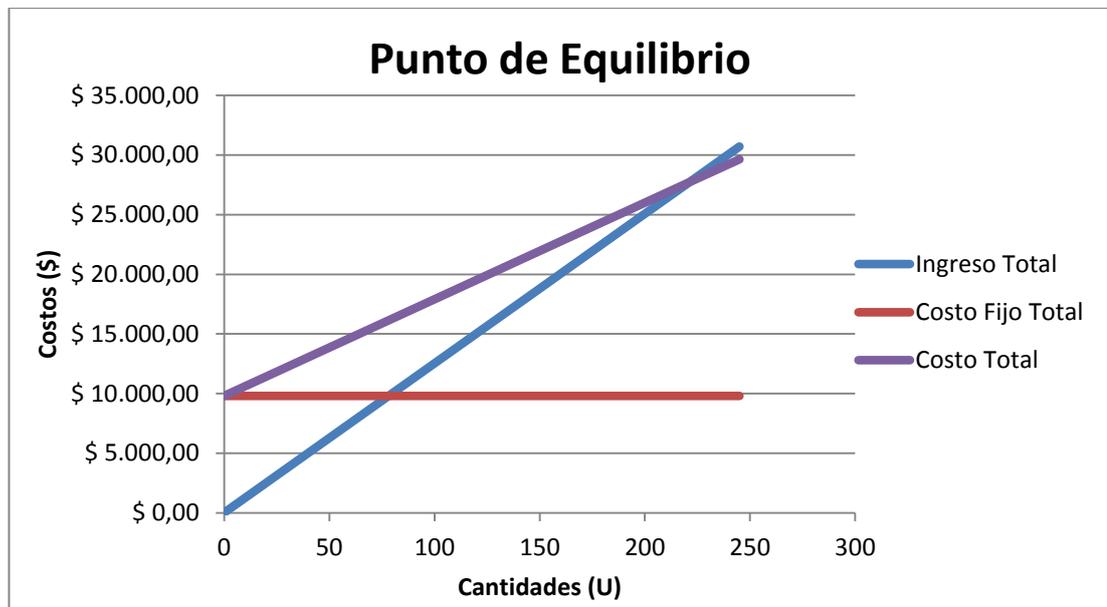


Gráfico Nº 26. Punto de Equilibrio

Elaborado por: Andrea Carrillo

CAPITULO VIII

7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

7.1 CONCLUSIONES

1. Se concluye que la creación de la página web para traer máquinas de etiquetado como proyecto es factible, debido que se tiene mercado para poder introducir otra posible competencia para otras empresas.
2. Se observa que de acuerdo al estudio financiero, así mismo, es un proyecto factible de acuerdo al VAN y al TIR, teniendo valor positivos y mayores a cero, así como también se puede observar en el periodo de recuperación de la inversión que, si bien es cierto los primeros tres años no se obtendría ingresos, al cuarto y quinto años los valores de utilidad son significativos.
3. La localización del proyecto así como el funcionamiento del mismo se determinó estratégicamente basándose en los factores que facilitan la importación y comercialización de las máquinas para etiquetado, para así exitosamente lograr cumplir tiempos de entrega al cliente final.
4. Para la logística del proyecto se analizó a profundidad la documentación que debe ser presentada para nacionalizar el producto, a los proveedores que manejarán la carga y los tributos al comercio exterior que deberán ser cancelados, para de este modo planificar todos los aspectos y evitar contratiempos y retrasos innecesarios que implicarían directamente en los costos de importación y por ende en la rentabilidad.

5. Se determina que las inversiones del proyecto se las puede realizar por sus socios debido al estudio que se ha realizado, no es un costo muy alto que tranquilamente lo pueden cubrir éstos.

7.2 RECOMENDACIONES

1. De acuerdo a como vaya aumentando la demanda en cuanto a la compra de máquinas de etiquetado, se puede realizar un estudio de mercado para poder ingresar a más mercados, es decir, pensar en importar las máquinas y distribuir las no solo en la ciudad de Quito, sino en las ciudades principales del país, o tratar de cubrir por regiones.
2. Se puede así mismo considerar la idea de constituir la como una compañía de responsabilidad limitada, siempre y cuando vaya creciendo la demanda y de esta manera no solo pensar en importar este modelo, sino también otro tipo de modelos de máquinas para etiquetado, como codificadoras, computadores móviles, entre otros, previo al estudio de mercado.
3. Así mismo la empresa puede realizar ya sea de manera virtual o física su empresa, la importación de más máquinas para etiquetado, es decir ampliar la línea de productos para de esta manera se justifique los costos y gastos que se va a adquirir como tal en el proyecto.
4. La empresa puede también crear e importar tal cual el modelo base se encuentra diseñado teniendo en cuenta que no se va a obtener rentabilidad sobre los primeros años pero a medida que transcurra el tiempo la empresa debe verse obligada a diversificar sus productos,

pudiendo incrementar el número de máquinas para etiquetado o a su vez traer insumos de las mismas, para poder compensar en cierta manera el periodo de tiempo que no se recupera en los primeros años.

5. Mantenerse siempre informado en cuanto a las leyes de comercio exterior, debido a que siempre se encuentran en constantes cambios, para evitar cualquier problema o retrasos dentro del proyecto.

6. Estudiar a la competencia para de esta manera poder crear mejores estrategias de marketing, y de esta manera ver como posicionar más la empresa tener más clientes y ver si es que se puede abaratar precios del producto.

BIBLIOGRAFÍA

Textos

- BARRENO Luis, Manual de formulación y evaluación de proyectos, Quito, Primera Edición
- BACA Gabriel, Evaluación de Proyectos, Tercera Edición.
- STANTON Etzel y Walter, Fundamentos de Marketing, 2002, Editorial Eduardo Valera, Estados Unidos
- Código Orgánico de la Producción Comercio e Inversiones Cap. V y Cap. VI
- Ley de Compañías (Art. 36, Art. 59, Art. 92, Art. 93, Art. 94, Art. 102, Art. 137, Art. 138, Art. 143, Art, 301, Art. 308, Art. 309)

Internet

- <http://www.markem-imaje.com/>
- <http://www.sismode.com/ecuador/>
- <http://www.codi-pack.com/>
- <http://www.averydennison.com/en/home.html>
- <http://69.16.238.181/~lawyerse/lawyers/htm/societario.htm>
- <http://www.aduana.gob.ec/files/main/banners/codigodeetica.pdf>
- [www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/.../\\$FILE/Ecuador.doc](http://www.aladi.org/nsfaladi/reuniones.nsf/.../$FILE/Ecuador.doc)
- INEN, <http://www.inen.gob.ec>

- Servicio de Rentas Internas (SRI), <http://www.sri.gob.ec>
- Superintendencia de Compañías, <http://www.supercias.gob.ec>
- Cámara de Comercio de Quito,
<http://www.lacamaradequito.com/dmdocuments/jurcodcom120805.pdf>
- <http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+I-F+p-858+pag->
[/Diccionario+de+comercio+exterior/factura+comercial.htm](http://www.comercio-exterior.es/es/action-diccionario.diccionario+idioma-223+I-F+p-858+pag-/Diccionario+de+comercio+exterior/factura+comercial.htm)
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador, (SENAE),
<http://www.aduana.gob.ec>
- Pro Ecuador, <http://www.proecuador.gob.ec/faq/%C2%BFque-son-barreras-arancelarias/>
- <http://www.proecuador.gob.ec/faq/%C2%BFque-son-barreras-no-arancelarias/>
- http://www.ecured.cu/index.php/Activos_Fijos_Tangibles
- <http://registrocontable.wikispaces.com/Activos+diferidos>
- Wikipedia, http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_trabajo
<http://es.wikipedia.org>
- http://es.wikipedia.org/wiki/Estado_de_resultados
- <http://www.aulafacil.com/proyectos/curso/Lecc-12.htm>
- <http://www.fundapymes.com/>
- <http://definicion.de/flujo-de-efectivo/>
- <http://www.slideshare.net/Makiavella/presentacion-tasas-de-descuento>
- Banco Central del Ecuador (BCE),
<http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201208.pdf>
- http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion

ANEXOS



Señora
ANDREA CARRILLO
Ecuador

**Retail Information Services
COLOMBIA S.A.**
Cra 50 FF No. 7 SUR - 31
Medellín, Colombia
Tel. (574) 444 74 34
Fax. (574) 285 99 66

Cotización # DCC0503-13

Descripción:

De acuerdo a su solicitud, le estamos enviando los precios para su consideración.

Imagen	Codigo Producto	Descripcion	Vlr, Unitario
	IMP-1115-ECU	IMPRESORA MONARCH MODELO 1115	55,86

	IMP-1110-ECU	IMPRESORA MONARCH MODELO 1110	33,25
	IMP-1136-ECU	IMPRESORA MONARCH MODELO 1136	54,60
	IMP-1155-ECU	IMPRESORA MONARCH MODELO 1155	108,11

PAGO CONTADO

/

/TIEMPO DE ENTREGA 45 DIAS

Cordialmente,

DIANA C. CORREA P.

Televentas



Srta. Andrea Carrillo

19 kg FOB AEREO MIAMI – QUITO:

FLETE AEREO	USD 170.00
DOCUMENTACION	USD 35.00 + IVA
GESTIÓN ADMINISTRATIVA	USD 35.00 + IVA
INGRESO ECUAPASS	USD 15.00 + IVA
MANEJO POR RECAUDACIÓN	USD 8.50 + IVA
TOTAL CON IVA	USD 104.72

CONTAMOS CON VUELOS DIARIOS
TIEMPO DE TRANSITO ESTIMADO 1 DÍA
RUTA DIRECTA
COTIZACIÓN APLICA PARA EL PESO ARRIBA INDICADO

En caso que requiera:

EEI	USD 35.00 PARA FACTURAS
SUPERIORES DE USD 2500.00	
PALLET ZUNCHADO	USD 25.00
PALLET CERTIFICACO	USD 45.00

POR EL PESO LE RECOMIENDO TRAERLO VÍA AÉREA, YA QUE MARÍTIMO DEMORA MÁS Y LOS COSTOS SON SUPERIORES:

En caso que requiera:

EEI	USD 35.00 PARA FACTURAS
SUPERIORES DE USD 2500.00	
PALLET ZUNCHADO	USD 25.00
PALLET CERTIFICACO	USD 45.00

En espera de sus pronto comentarios, quedo de usted.

Cualquier novedad notifícame.

Saludos Cordiales,
Diego Cadena
Customer Service

Teléfonos: (593) 2 2268 140 / 2268 141
Quito, Ecuador