



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y NEGOCIOS
CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR INTEGRACIÓN Y
ADUANAS**

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

TEMA:

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE SUELAS DE
ZAPATOS DESDE ARGENTINA PARA LA INDUSTRIA DEL CALZADO
ECUATORIANO”**

PONENTE:

MISHELLE RIVERA

DIRECTOR DE TESIS

Ing. MAURICIO MONGE

QUITO – ECUADOR

2014

RESPONSABILIDAD

Del contenido total de la presente Tesis se hace responsable la Autora

Mishelle Rivera

CERTIFICACIÓN

Certifico que la presente Tesis ha sido desarrollada íntegramente por la señorita Mishelle Rivera

Ing. Mauricio Monge
Director de Tesis

Dedicatoria

A Dios por brindarme cada día una nueva oportunidad de caminar hacia delante.

A mis padres, Alfonso y Jenny, por ser un ejemplo constante, por guiar mi camino para ser una persona de bien, por sus sabios consejos y presencia en los momentos más difíciles, por sus palabras de aliento, mimos, y abrazos. Por su amor infinito así como su apoyo incondicional, por ser el motor que guía nuestras vidas.

A mis hermanos Andrés y Martín por ser esas personas que me alegran la vida, y aunque sean menores me enseñan cada día algo nuevo y valioso.

A un pequeño angelito que está en el cielo por ser la luz que ilumina mi vida.

A mis abuelitos, Mamá Olguita, Papá Luchito, Mamita Marú y Papito Jorge (+) por siempre haber estado pendientes de mí, dándome su inmenso cariño, por guiarme, acompañarme y bendecir cada paso que doy.

A toda mi familia, a mi novio y amigos, que de una u otra manera han contribuido, para alcanzar este logro: con su ayuda, palabras de aliento o simplemente su cariño.

A mí, por cumplir una meta más, por aprender de cada experiencia y demostrarme que con esfuerzo y perseverancia todas las metas se cumplen.

Mishelle Rivera

Agradecimiento

A Dios porque sin Él nada es posible.

A mis padres, porque este largo sendero lo he caminado junto a ellos, por su dedicación, esfuerzo y apoyo incondicional hacia mí.

A la Universidad Tecnológica Equinoccial, que me abrió sus puertas para formarme como una gran profesional, donde tuve el privilegio de conocer a personas muy buenas.

A mi Director de Tesis, Ing. Mauricio Monge, gracias, por sus enseñanzas, dedicación, y tiempo.

A mis profesores, que con sus conocimientos, paciencia y entrega contribuyeron para ser una profesional íntegra.

Mishelle Rivera

INDICE DE CONTENIDO

CAPÍTULO I

1.	INTRODUCCIÓN	10
1.1	TEMA	10
1.2	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	10
1.3	FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	11
1.4	SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA	12
1.5	JUSTIFICACIÓN	13
1.6	OBJETIVOS	13
1.6.1	OBJETIVO GENERAL	13
1.6.2	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
1.7	HIPÓTESIS	14

CAPÍTULO II

2.	MARCO REFERENCIAL	15
2.1	MARCO TEÓRICO	15
2.1.1	TEORÍA DE MASLOW	15
2.1.2	GENERALIDADES DEL CALZADO	18
2.1.2.1	HISTORIA DEL CALZADO	18
2.1.2.2	EL CALZADO EN EL ECUADOR	18
2.1.2.3	CONSUMO Y PRODUCCIÓN NACIONAL	20
2.1.3	ORIGEN DE LAS SUELAS PARA IMPORTAR	21
2.1.4	COMERCIO BILATERAL ECUADOR ARGENTINA	22
2.1.5	ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES ENTRE ECUADOR Y ARGENTINA	23
2.1.6	MERCADOS PROVEEDORES PARA LAS SUELAS IMPORTADO POR ECUADOR	24
2.1.7	CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR	25
2.2	MARCO CONCEPTUAL	27

CAPÍTULO III

3.	COMERCIO EXTERIOR	30
3.1	PROCEDIMIENTOS PARA LA HABILITACIÓN COMO IMPORTADOR	30
3.2	INCOTERMS	31
3.3	CONDICIONES DE PAGO	37
3.4	PROCESO DE IMPORTACIÓN	45
3.5	COSTO FINAL DE LA IMPORTACIÓN	48

CAPÍTULO IV

4.	ESTUDIO DE MERCADO	51
4.1	OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO	51

4.2	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	51
4.2.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN	51
4.2.2	ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN	51
4.2.3	POBLACIÓN A INVESTIGAR	52
4.2.4	TIPO DE MUESTREO	52
4.2.5	RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN QUE SUSTENTA LA VIABILIDAD DEL PROYECTO	53
4.3	ENCUESTA	53
4.4	INFORME DE RESULTADOS	55
4.4.1	CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN (DIAGNÓSTICO)	67
4.5	CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA	68
4.5.1	DEFINICIÓN	68
4.5.2	PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	71
4.6	CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA	71
4.6.1	DEFINICIÓN	71
4.7	DEMANDA INSATISFECHA	72
4.8	COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS	73
4.9	COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO	73
4.9.1	FILOSOFÍA EMPRESARIAL	74
4.9.2	MERCADO META	74
4.9.3	MIX DE MARKETING	75

CAPÍTULO V

5.	ESTUDIO TÉCNICO - CONSOLIDACION EMPRESARIAL	80
5.1	INTRODUCCIÓN	80
5.2	OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO	80
5.3	TAMAÑO DEL PROYECTO	81
5.3.1	LA DEMANDA	81
5.3.2	SUMINISTROS E INSUMOS	81
5.3.3	TECNOLOGÍA Y EQUIPOS	82
5.3.4	FINANCIAMIENTO	82
5.3.5	ORGANIZACIÓN	82
5.4	LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO	83
5.4.1	MACROLOCALIZACIÓN	83
5.4.2	MICROLOCALIZACIÓN	84
5.4.2.1	MERCADO	84
5.4.2.2	SERVICIOS BÁSICOS	84
5.4.2.3	VÍAS DE ACCESO Y COSTOS DE TRANSPORTE	85
5.4.2.4	PROVEEDORES Y DIPONIBILIDAD DE FUENTES DE ABASTECIMIENTOS	85
5.4.2.5	MANO DE OBRA	85
5.4.2.6	MARCO LEGAL	85
5.5	INGENIERÍA DEL PROYECTO	85
5.5.1	PROCESO DEL SERVICIO	86
5.5.2	ASPECTOS LEGALES	87
5.5.2.1	MINUTA DE COMPAÑÍA	87
5.5.2.2	RUC	87

5.5.2.3	PATENTE MUNICIPAL	87
5.5.2.4	PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS	88
5.6	REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN	88
5.6.1	LOCAL	89
5.6.2	INSTALACIONES	89
5.7	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	90

CAPÍTULO VI

6.	ESTUDIO FINANCIERO	92
6.1	INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO	92
6.1.1	INVERSIÓN	92
6.1.1.1	ACTIVOS FIJOS	92
6.1.1.2	ACTIVOS DIFERIDOS	95
6.1.1.3	INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO	96
6.1.2	FINANCIAMIENTO	96

CAPÍTULO VII

7.	COSTOS E INGRESOS	98
7.1	COSTOS DEL PROYECTO	98
7.1.1	COSTOS DE OPERACIÓN	98
7.1.1.1	MANO DE OBRA	99
7.1.1.2	MATERIALES DIRECTOS O MERCADERIA A COMERCIALIZAR	99
7.1.2	GASTOS ADMINISTRATIVOS	101
7.1.2.1	ARRIENDOS	101
7.1.2.2	SERVICIOS BÁSICOS	102
7.1.2.3	SUMINISTROS DE OFICINA	102
7.1.2.4	SUELDOS Y SALARIOS	103
7.1.2.5	SEGUROS	103
7.1.2.6	MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN	104
7.1.2.7	DEPRECIACIONES	105
7.1.2.8	AMORTIZACIÓN	105
7.1.3	GASTOS DE VENTAS	106
7.1.4	GASTOS FINANCIEROS	106
7.1.5	PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DEL PROYECTO	108
7.2	INGRESOS DEL PROYECTO	109

CAPÍTULO VIII

8.	EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	110
8.1	ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL	110
8.2	ESTADO DE RESULTADOS	111
8.3	FLUJO DE CAJA	114
8.4	COSTO DE OPORTUNIDAD	115
8.5	VALOR ACTUAL NETO	116

8.6	TASA INTERNA DE RETORNO	118
8.7	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL	119
8.8	PUNTO DE EQUILIBRIO	120
8.8.1	CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS	121
8.9	ANÁLISIS DE LAS RAZONES FINANCIERAS	123
8.9.1	APALANCAMIENTO	123
8.9.2	RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS	123

CAPÍTULO IX

9.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	124
9.1	CONCLUSIONES	124
9.2	RECOMENDACIONES	126

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1 TEMA

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPORTACIÓN DE SUELAS DE ZAPATOS DESDE ARGENTINA PARA LA INDUSTRIA DEL CALZADO ECUATORIANO”

1.2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con el paso del tiempo el calzado se ha ido convirtiendo en un producto que no solo fue diseñado para proteger al pie, sino es símbolo de elegancia y estatus social.

Al igual que otros muchos inventos, objetos y costumbres, la aparición del zapato data de las civilizaciones antiguas. Entonces, el zapato no sólo se utilizaba para proteger los pies sino que era un símbolo que marcaba diferencias entre los seres humanos. En Egipto, sólo el faraón y los dignatarios podían llevar calzado. En Grecia, eran los hombres libres los que utilizaban zapatos, mientras que en Roma los esclavos andaban descalzos y los criminales lo hacían con pesados zapatos de madera. En esta época, el calzado más usado era la sandalia, aunque también existía otro tipo de zapato, la bota. Son los griegos los que empezaron a adaptar los zapatos a todo tipo de pie y actividad: para guerreros, para sacerdotes. Esta variedad en el calzado adoptada por Grecia será generalizada por Roma, donde el significado del zapato se amplía y se convierte en símbolo de estatus o en amuleto para la buena suerte. A medida que transcurre el tiempo se produce un cambio en el uso que se le da al calzado. Se ignora cualquier significado simbólico y comienza a cobrar fuerza el gusto por lo estético.

En la actualidad la industria del calzado en el Ecuador ha crecido considerablemente, convirtiéndose en el sector productivo que más fuentes de empleo crea, el desarrollo de la producción y comercialización de calzado ha generado desde hace tres años atrás hasta el día de hoy 100 mil empleos, es decir que un cambio positivo en el sector es evidente gracias a una política arancelaria mixta. (Hora, http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101517118/-1/Industria_del_calzado_genera_100.000_empleos_en_el_Ecuador.html#.VAE2bsV5NdA, 2013).

Es por ello que los productores de calzado ecuatoriano se ven en la necesidad de elaborar un producto competitivo y contar con la materia prima adecuada y de alta tecnología para darle un valor agregado al producto nacional, ya que en nuestro país no existe la mejor tecnología para brindar un producto con calidad, por otro lado la producción de suela es limitada para la demanda que existe.

Actualmente el Ecuador no cuenta con la materia prima necesaria para elaborar el calzado, existen algunas fábricas que proveen materia prima para el calzado pero su producción no abastece la demanda de los productores de calzado, esta es la causa por la cual la importación de un bien intermedio en este caso las suelas para la elaboración del calzado se convierten en un elemento principal a la hora de hacerlo, porque son la base para dar forma al zapato, con todos estos antecedentes se propone este proyecto, el mismo que impulse la producción de calzado en el Ecuador con productos de calidad.

1.3 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Qué tan ventajosa es la importación de suelas desde Argentina, aportará para el desarrollo de la producción de calzado en el Ecuador?

¿La importación de suelas argentinas generará una mayor ventaja competitiva a los productores de calzado que la empleen en su producción?

¿La utilización de suelas argentinas mejorará la economía de los productores de calzado que empleen en sus operaciones?

1.4 SISTEMATIZACIÓN DEL PROBLEMA

- ¿Será factible la importación de suelas para zapatos desde Argentina?
- ¿Será rentable la importación de suelas para zapatos desde Argentina?
- ¿Con la importación de suelas desde Argentina se llenara las expectativas de los consumidores ecuatorianos y extranjeros?
- ¿La importación de materia prima en este caso suelas para la elaboración de calzado ecuatoriano ayudara a limitar las importaciones de calzado extranjero, como por ejemplo el chino?
- ¿Existe demanda y oferta para este tipo de producto en el país?
- ¿Cuáles son los requerimientos técnicos para implantar una empresa importadora?
- ¿Cuáles son los requerimientos económicos para este proyecto?
- ¿Cuál es la rentabilidad que puede generar el proyecto?
- ¿Cuáles son los impactos que provocaría el proyecto?
- ¿Cómo ha beneficiado el aumento y desarrollo del sector del calzado a la economía del país?
- ¿El Ecuador produce materia prima para la elaboración de calzado?
- ¿El Ecuador tiene capacidad de producción de suelas para cubrir la demanda del mismo?
- ¿Es importante conseguir la representación de una empresa prestigiosa argentina que se dedique a la elaboración de suelas, aquí en el Ecuador?
- ¿El calzado ecuatoriano podría ser un producto competitivo en mercados internacionales, siendo elaborado con mejor tecnología y materia prima?
- ¿Qué características tienen los consumidores de calzado en el Ecuador?
- ¿Qué ventajas posee el Ecuador para la producción de calzado?
- ¿Cuáles son y donde se ubican nuestros competidores?

- ¿Cuáles son los procedimientos que hay que seguir para la importación desde el mercado argentino?

1.5 JUSTIFICACIÓN

La producción de la industria del calzado en el Ecuador se ha ido incrementando considerablemente, los productores de calzado ecuatoriano quieren incursionar con sus productos no solo en el mercado interno sino también en mercados internacionales para esto necesitamos productos de calidad elaborados con la mejor tecnología y materia prima, de esta manera ser competitivos y dar un valor agregado al producto nacional. La producción de suelas en el Ecuador es muy limitada, y no cuenta con la tecnología adecuada para elaborar un zapato que sea reconocido a nivel internacional.

La importación de suelas desde Argentina a nuestro país es una oportunidad de crecimiento para el sector del calzado y por ende a la economía del país, puesto que la calidad de las suelas argentinas es muy alta, elaboradas con tecnología Tiekang, la misma que ayuda a conservar el medio ambiente. Seguramente los productores de calzado están dispuestos a invertir en ella por la necesidad de mejorar sus nuestros productos.

1.6 OBJETIVOS

1.6.1 OBJETIVO GENERAL

Conocer si existe factibilidad o no en la importación de suelas para la elaboración del calzado ecuatoriano con la finalidad de dar un valor agregado y que sea competitivo en mercados internacionales.

1.6.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar la oferta y demanda de las suelas en el Ecuador
- Plantear el estudio técnico para nuestro proyecto.
- Conocer la inversión y la rentabilidad del proyecto.
- Diseñar la logística al país importador, con la finalidad de aumentar las ventas y ampliar mercados.

1.7 HIPÓTESIS

La importación de suelas desde Buenos Aires - Argentina al Ecuador podría ser una gran oportunidad para el desarrollo de la industria del calzado nacional, ya que mejora la calidad del producto y le da un valor agregado.

CAPÍTULO II

2 MARCO REFERENCIAL

2.1 MARCO TEÓRICO

2.1.1 TEORÍA DE MASLOW

La **pirámide de Maslow**, o **jerarquía de las necesidades humanas**, es una teoría psicológica propuesta por Abraham Maslow, que posteriormente amplió, obtuvo una importante notoriedad, no sólo en el campo de la psicología sino en el ámbito empresarial del marketing o la publicidad. Maslow formula en su teoría una jerarquía de necesidades humanas y defiende que conforme se satisfacen las necesidades más básicas, los seres humanos desarrollan necesidades y deseos más elevados. (wikipedia.org)



Gráfico N° 1: Pirámide de Maslow: jerarquía de necesidades.

Fuente: http://es.wikipedia.org/wiki/Pir%C3%A1mide_de_Maslow

La escala de las necesidades se describe como una pirámide de cinco niveles: los cuatro primeros niveles pueden ser agrupados como necesidades de déficit (primordiales); al nivel superior lo denominó por última vez autorrealización. La idea básica es: solo se atienden necesidades superiores cuando se han satisfecho las necesidades inferiores, es decir, todos aspiramos a satisfacer necesidades superiores. Las fuerzas de crecimiento dan lugar a un movimiento ascendente en la jerarquía, mientras que las fuerzas regresivas empujan las necesidades prepotentes hacia abajo en la jerarquía. Según la pirámide de Maslow dispondríamos de:

Necesidades básicas: Son necesidades fisiológicas básicas referentes a la supervivencia:

- Necesidad de respirar, beber agua (hidratarse) y alimentarse.
- Necesidad de dormir (descansar) y eliminar los desechos corporales.
- Necesidad de evitar el dolor y tener relaciones sexuales.
- Necesidad de mantener la temperatura corporal, en un ambiente cálido o con vestimenta.

Necesidades de seguridad y protección: Surgen cuando las necesidades fisiológicas están satisfechas. Se refieren a sentirse seguro y protegido:

- Seguridad física (asegurar la integridad del propio cuerpo) y de salud (asegurar el buen funcionamiento del cuerpo).
- Necesidad de proteger tus bienes y tus activos (casa, dinero, auto, etc.)
- Necesidad de vivienda (protección).

Necesidades sociales: Son las relacionadas con nuestra naturaleza social:

- Función de relación (amistad).
- Aceptación social.

Se satisfacen mediante las funciones de servicios y prestaciones que incluyen actividades deportivas, culturales y recreativas. El ser humano por naturaleza siente la necesidad de relacionarse, ser parte de una comunidad, de agruparse en familias, con

amistades o en organizaciones sociales. Entre éstas se encuentran: la amistad, el compañerismo, el afecto y el amor. Éstas se forman a partir del esquema social.

Necesidades de estima: Maslow describió dos tipos de necesidades de estima, una alta y otra baja.

- La estima *alta* concierne a la necesidad del respeto a uno mismo, e incluye sentimientos tales como confianza, competencia, maestría, logros, independencia y libertad.
- La estima *baja* concierne al respeto de las demás personas: la necesidad de atención, aprecio, reconocimiento, reputación, estatus, dignidad, fama, gloria, e incluso dominio.

La necesidad de autoestima, es la necesidad del equilibrio en el ser humano, dado que se constituye en el pilar fundamental para que el individuo se convierta en el hombre de éxito que siempre ha soñado, o en un hombre abocado hacia el fracaso, el cual no puede lograr nada por sus propios medios.

Autorrealización: Es la necesidad psicológica más elevada del ser humano, se halla en la cima de las jerarquías, y es a través de su satisfacción que se encuentra una justificación o un sentido válido a la vida mediante el desarrollo potencial de una actividad. Se llega a ésta cuando todos los niveles anteriores han sido alcanzados y completados, o al menos, hasta cierto punto.

Es entonces necesario reconocer que el calzado es un accesorio de la vestimenta hecho con la intención de proveer protección y comodidad al pie mientras realiza actividades varias, es por ello que los zapatos son considerados como una necesidad de seguridad y protección. Los zapatos, como el resto de las prendas, también se diseñan atendiendo a fines estéticos, por esta razón podemos decir que el calzado también se relaciona con la necesidad social utilizando su estética y diseño como aceptación social.

2.1.2 GENERALIDADES DEL CALZADO

2.1.2.1 HISTORIA DEL CALZADO

Existen evidencias que indican que la historia del zapato comienza a final del periodo paleolítico. Entre los utensilios de piedra de los hombres de las cuevas, existen diversas herramientas que servían para raspar las pieles, lo que indica que el arte de curtir el cuero es muy antiguo. En los hipogeos (cámaras subterráneas utilizadas para entierros múltiples) egipcios, de entre 6 y 7 mil años de antigüedad, fueron descubiertas pinturas que representaban los diversos estados de la preparación del cuero y de los calzados (<http://www.quiminet.com/articulos/la-historia-del-calzado-21166.htm>).

- En el siglo XVI aparece el escaarpín o zapatilla para andar dentro de la casa.
- La diferenciación entre pie izquierdo y pie derecho comienza en el Siglo XIX.
- En el siglo XIX aparecen en el País Vasco y en Cataluña las alpargatas, realizadas con suelas de cuerdas trenzadas (la alpargata o esparteña es un tipo de calzado de lona con suela de esparto o cáñamo, que se asegura por simple ajuste o con cintas).
- En 1853, Irma Hutchison fabrica la bota de caucho.
- Luis XIV inventó tacones rojos para sus zapatos.
- En las primeras décadas del Siglo XX se realizaron zapatos con pedrería, de tela bordada, los zapatos de cuero bicolor para hombre en la “era del jazz” o las plataformas de corcho en la década de los treinta.
- En la década del 1950 apareció el “stiletto” italiano, que era de tacón.
- Con la variación de la moda, se comenzaron a usar suelas crepé, plataformas para hombres y mujeres, sandalias, zapatillas, botas altas y a media pierna, borceguíes, alpargatas.

2.1.2.2 EL CALZADO EN EL ECUADOR

Una historia breve del sector calzado del Ecuador nos revela que entre 1980 y 1990, existían alrededor de 3.200 fabricantes de calzado que cubrían el 80 % del consumo nacional.

Por efecto de la dolarización y la globalización, se ha reducido a menos de 600 en el 2006. Persistían mercados populares donde la venta informal se hace sentir sin nada que lo impida.

Todos estos productores utilizaban las suelas para confeccionar los zapatos. Al principio de la industria del calzado en el Ecuador las suelas se pegaban al zapato a mano, era un trabajo arduo y demorado pero con el pasar del tiempo y el desarrollo de la tecnología se fueron implementando máquinas e instrumentos que ahorran el trabajo de hacerlo a mano y el tiempo. La suela, un bien intermedio, es la parte del zapato que por lo general está formado por una material más resistente que el zapato en sí, sirve para proteger la planta del pie y proporcionar tracción y mayor fricción para evitar caídas.

Existía competencia desleal por contrabando, corrupción, fabricación informal, no respeto por la propiedad intelectual, subfacturación, exoneración de impuestos y remates aduaneros, ingreso a precio de saldos fuera de temporada, ingreso de calzado a precios marginales, y dumping de origen chino y panameño, sin embargo todo esto ha ido cambiando con las nuevas reformas del gobierno, los productores de calzado cada vez más entusiasmados con sus fábricas.

La nueva historia del sector calzado se escribe en Ecuador a partir del año 2009, cuando con certeza el gobierno mediante decreto ejecutivo del 23 de enero del mismo año dictamina un arancel para el ingreso de calzado al país de \$ 10,00 por par, acogándose a una salvaguardia por balanza de pagos que se determinó para un lapso de un año. Esta medida sin duda permitió una reactivación del sector puesto que los fabricantes, artesanos y miles y miles de gentes de la cadena productiva ejecutaron una actividad que venía de afrontar graves crisis por el ingreso indiscriminado de productos de origen asiático principalmente, sin olvidarnos del calzado usado y de otra serie de elementos que no hacían nada atractivo el desarrollo de los productores de calzado.

Fue sin lugar a dudas este respiro que ha permitido una mejoría importante y con elementos sostenibles para el avance del sector. La salvaguardia establecía un año de protección a la industria nacional, pero relativamente el tiempo era muy corto para reaccionar ante esta necesidad, por ello los miembros del sector dialogaron y trabajaron de manera conjunta con

el gobierno y ministerios para establecer otras acciones que robustezcan las medidas adoptadas. En enero del 2010 debía terminar el plazo establecido, sin embargo, el apoyo del gobierno en este tema fue importante, el plazo fue ampliado hasta el 23 de julio del 2010. Como no era posible continuar solicitando ampliación de plazo, se determinó, luego de varios análisis que si era posible un ARANCEL MIXTO PERMANENTE, es decir a partir del 1ero de junio del año 2010, se estableció un arancel mixto de carácter permanente. (CALTU, 2012)

2.1.2.3 CONSUMO Y PRODUCCIÓN NACIONAL

Desde la aplicación de las medidas de salvaguardia la producción de zapatos se incrementó. Mientras en el 2008 era de 15 millones de pares, en el 2010 se produjeron 28 millones. Existe una estimación de que el sector movió unos \$ 364 millones y cada par en \$ 18 dólares (http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101319191//Analizan_produccion_nacional_de_calzado.html#.UImlDm_QdPI)

Del total de la producción de calzado ecuatoriano el 50% se destina al consumo interno y el otro 50% a la exportación. La demanda de consumo nacional en el año pasado fue de 50 millones de dólares de calzado made in Ecuador e importado. Según el INEC el consumo per cápita de calzado en el Ecuador es de 2.7 pares al año.

Cuadro N° 1: Producción Nacional de Calzado

PROVINCIA	PRODUCCIÓN %
Tungurahua	44 %
Pichincha	28%
Austro	20%
Resto del país	8%

Fuente: CALTU (Cámara de Calzado de Tungurahua)

Elaborado por: Mishelle Rivera

2.1.3 ORIGEN DE LAS SUELAS PARA IMPORTAR

Cuadro N° 2: Mercado exportador - Argentina



Sistema de Gobierno	República Federal Democrática
Población	42, 192,494 (Julio 2011 est.)
Crecimiento poblacional	0.99% (2011 est.)
Capital	Buenos Aires
Principales Ciudades:	Córdoba, Rosario, Mendoza, La Plata, San Miguel de Tucumán, Mar del Plata, Santa Fe, San Juan, Resistencia, Salta, Santiago del Estero
PIB	USD 435.2 mil millones (2011 est.)
Crecimiento PIB	8% (2010 est.)
PIB per cápita	USD 10,639 (2011 est.)
PIB per cápita (PPA)	USD 17,400 (2011 est.)
Composición del PIB por sector	Agricultura 10% (2010est.) Industria 30.7% (2010 est.) Servicios 59.2% (2010 est.)
Moneda oficial	Peso Argentino
Tasa de cambio	4.13 Pesos argentinos por USD (2011 est.)
Tasa de Inflación anual	22 %(2010 est.)
Inversión extranjera en Argentina	22.9% PIB (2011 est)
Stock de dinero	USD 132.3 mil millones (31 Diciembre 2011 est.)
Reservas de moneda internacional y oro	USD 132.3 miles de millones (31 Diciembre 2011 est.)

Fuente: PRO – ECUADOR

Elaborado por: Mishelle Rivera

El mercado de calzado en la Argentina es de aproximadamente 100 millones de pares anuales, el equivalente a casi tres pares por habitante. Esto incluye todo tipo de productos, desde ojotas de goma hasta calzado de cuero de alta tecnología o artesanal. En el mundo, el calzado es una industria de lento crecimiento y en los países altamente desarrollados la

proporción del ingreso que las personas le dedican es decreciente. Ese no es el caso del mercado argentino, en el que con el crecimiento de los ingresos podrían alcanzarse valores cercanos a los cuatro pares y medio por habitante, número similar al de los países desarrollados. Las empresas argentinas de calzado empiezan a ganar mercados en el mundo de la mano de su calidad, diseño y buen precio y, además, la producción nacional crece año tras año.

La industria del calzado, como toda industria inserta en el mundo de la moda, es impredecible y cambiante. Lo cierto es que, por tratarse de un producto vinculado con la salud, la industria argentina de calzado cuenta con las mejores tecnologías en la elaboración de su producto, así como también proveen de materia prima para la elaboración de calzado de países vecinos. La industria argentina es rica en el desarrollo tecnológico de los materiales con que se fabrica el calzado. (Serma, Sector Calzado, 2012. Argentina)

2.1.4 COMERCIO BILATERAL ECUADOR ARGENTINA

En el período 2007-2012 (Enero), el Banco Central del Ecuador registra una balanza comercial bilateral deficitaria, que ha venido profundizándose durante los últimos años. El Ecuador represento en el 2011 el 3.91% de las importaciones de Argentina, por otro lado Argentina representa el 2.00% de las importaciones totales de Ecuador.

Cuadro N° 3: Balanza Comercial Bilateral Ecuador – Argentina 2007 - 2012

BALANZA COMERCIAL BILATERAL ECUADOR-ARGENTINA 2007-2012							
Miles USD							
	2007	2008	2009	2010	2011	2012 (Enero)	TCPA 2007-2011
Exportaciones	76,419	94,519	99,706	114,297	89,106	10,161	3.91%
Importaciones	378,291	510,319	450,477	511,958	503,131	30,040	7.39%
Balanza Comercial	(301,872)	(415,800)	(350,771)	(397,660)	(414,025)	(19,879)	

Fuente: Banco Central del Ecuador, BCE

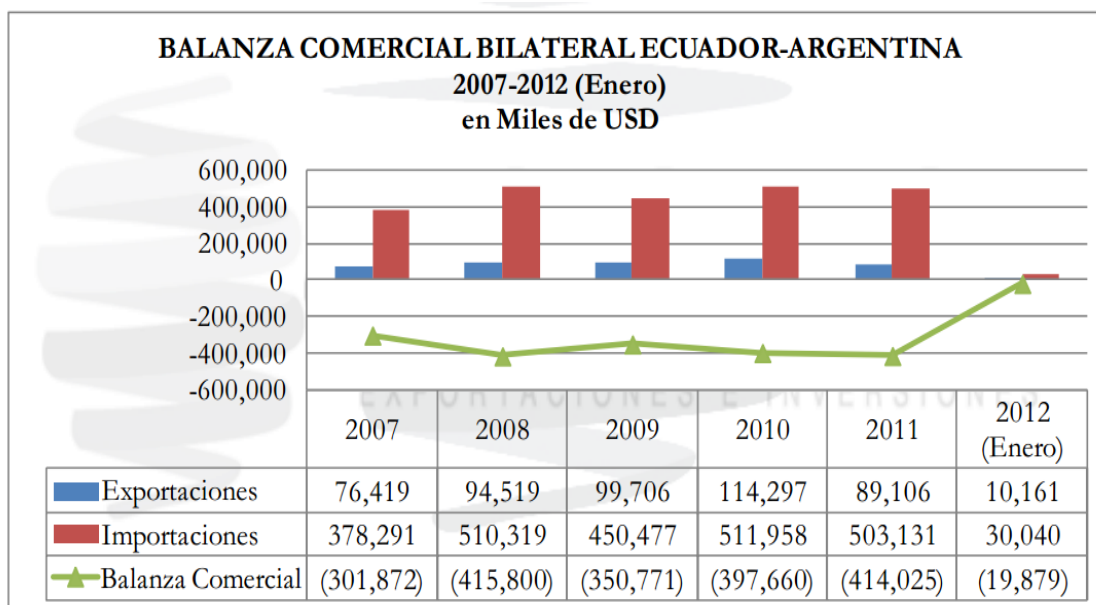


Gráfico N° 2 Balanza Comercial Bilateral Ecuador – Argentina 2007 – 2012

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Mishelle Rivera

2.1.5 ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES ENTRE ECUADOR Y ARGENTINA

Acuerdo de Complementariedad Económica ACE 59 (<http://www.aladi.org>), suscrito entre Ecuador, Colombia, Venezuela y los países integrantes del Mercosur. Suscrito el 18/10/2004 y ratificado entre los países entre enero y abril del 2005.

Ecuador está involucrado en un conjunto de acuerdos con la región, en marco de la CAN (Comunidad Andina de Naciones) y en el de los mecanismos previstos en el tratado de Montevideo 1980 (TM 1980). Esto hace que Ecuador posea acuerdos con todos los países miembros de la ALADI. (Argentina, 2011)

Acuerdo de Complementariedad Económica No59 (AAP.CE 59)

El ACE 59 tiene como principal objetivo la conformación de una Zona de Libre Comercio entre los países del Mercosur y Ecuador, Colombia y Venezuela, mediante la expansión y diversificación del intercambio comercial y la eliminación de las restricciones arancelarias y no arancelarias que afectan al comercio recíproco. El programa de Liberación Comercial comprende casi todo el Universo de productos y consiste en desgravaciones progresivas y

automáticas aplicables sobre los gravámenes vigentes para la importación de terceros países. El ACE 59 prevé la conformación del Área de Libre Comercio en un plazo máximo de 15 años, es decir que, para el año 2018, todo el Universo Arancelario estará liberado. El comercio entre Ecuador y Argentina se ha superado cada año, y se espera que continúe creciendo tras el acuerdo de eliminación de aranceles para exportaciones entre ambas naciones. (Argentina, 2011)

“El análisis de los flujos comerciales entre Argentina y Ecuador en 2010 ha permitido identificar las oportunidades que podrían tener algunos de los productos ecuatorianos, que aún no se exportan a Argentina y productos argentinos que aún no llegan al país. Por otro lado las importaciones desde Argentina crecen en un promedio de 33% anual. Se han firmado más de 40 convenios de cooperación bilaterales entre Ecuador y Argentina, en temas como comercio, sanidad agropecuaria, servicios aeroportuarios, actividades espaciales, ciencia y tecnología, entre otros. En los últimos 10 años el comercio binacional se incrementó en un 700% con gran diversificación y en los últimos tres años, las exportaciones desde Ecuador hacia a Argentina subieron notablemente. (www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-y-argentina-buscan-mejor-comercio-459259.html)

2.1.6 MERCADOS PROVEEDORES PARA LAS SUELAS IMPORTADO POR ECUADOR

Cuadro N° 4: Producto: 6406200000 suelas y tacones, de caucho o de plástico.

Unidad: miles Dólar EUA

EXPORTADORES	2007	2008	2009	2010	2011
Colombia	1747	2440	3494	4907	6240
China	32	0	1582	2522	1053
Brasil	242	487	1109	2277	832
España	174	200	307	422	323
México	0	42	253	239	300
Argentina	20	0	0	1	0

Fuente: Trade Map

Elaborado por: Mishelle Rivera

Como podemos observar este producto no lo importamos en mayor cantidad desde Argentina, el principal proveedor es Colombia, sin embargo, el producto argentino que vamos a traer es un producto elaborado con la mejor tecnología basando su eficiencia en el manejo correcto de la materia prima, por otro lado se ha determinado un beneficio sustentable a la importación de suelas ya que gracias a la calidad los fabricantes optaran por invertir en este producto para mejorar la producción de su calzado con un valor agregado diferente.

Causas

La industria del calzado en el Ecuador ha crecido favorablemente en los últimos años es por ello que nos vemos en la necesidad de elaborar productos cada vez más competitivos no solo para el mercado interno sino también a nivel internacional, pero tenemos algunos limitantes como por ejemplo la materia prima para elaborar el calzado. En el Ecuador no existe la mejor tecnología para brindar un producto con calidad, por otro lado la producción de suela en el Ecuador es limitada para la demanda que existe, por esta razón se propone la importación de suelas desde Argentina.

Efectos

- El calzado ecuatoriano sería elaborado con materia prima de calidad.
- Nuestro calzado podría ser exportado a mercados internacionales
- Generar fuentes de empleo
- Intercambios culturales
- Representación de una prestigiosa empresa argentina en el Ecuador
- Inversión extranjera

2.1.7 CARACTERÍSTICAS DEL SECTOR

La industria del cuero y calzado ha tenido un crecimiento sostenible desde el año 2009. La Cámara de Calzado de Tungurahua (CALTU) señala que de los 15 millones de pares de zapatos que se producía en 2008, se pasó a 28,8 millones en 2011; es decir, en tres años la producción se incrementó en 154% (Lideres, 2011)

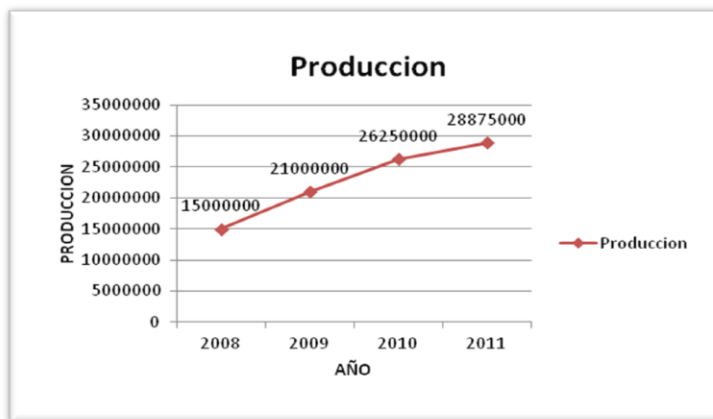


Gráfico N° 3: Producción de zapatos en Ecuador

Fuente: Ministerio de Industrias del Ecuador

Elaborado por: Mishelle Rivera

La Industria de calzado presenta un crecimiento sostenible en comparación con la producción nacional. Según datos del Banco Central del Ecuador esta industria presentó una tasa de crecimiento del 9.2% en 2012.

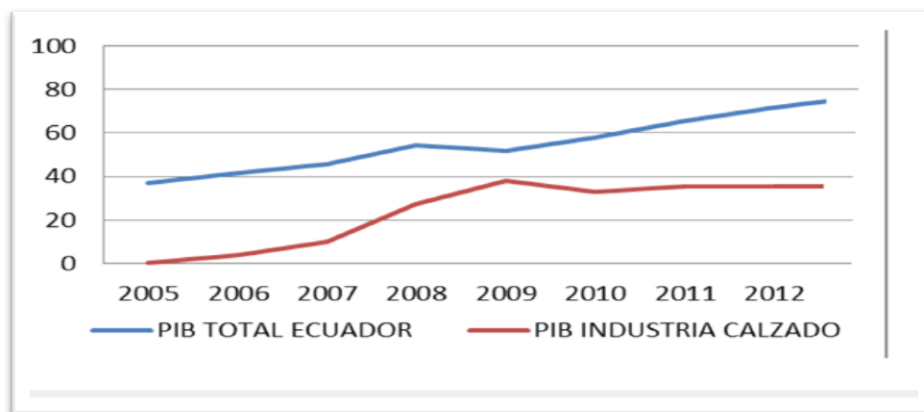


Gráfico N° 4: Tendencia PIB nacional y PIB de la industria

Fuente: Ministerio de Industrias del Ecuador

Elaborado por: Mishelle Rivera

La venta interna de zapatos nacionales creció en aproximadamente 92% desde 2008 hasta 2011, año en el que la industria alcanzó USD 318 millones en ventas. No obstante, todavía

existe una demanda insatisfecha que seguirá creciendo por factores como el crecimiento poblacional, las necesidades de otros productos, el retorno de los migrantes, los gustos y preferencias de los consumidores. Al analizar la tendencia de los precios del calzado se observan algunos cambios generados por factores externos que han mejorado la competitividad de la industria. Con respecto al zapato importado, éste se encuentra en la etapa de declive por el aumento del factor precio, que por ende, baja su oferta y demanda. Este aspecto obedece específicamente a las políticas arancelarias y de protección a la industria nacional. Antes de octubre de 2007 el arancel a las importaciones de calzado era del 20%; entre octubre de 2007 y diciembre de 2009, se incrementó al 30%; entre enero de 2009 y junio de 2010, se estableció un arancel mixto (30% de arancel más USD 10 por unidad de par de zapatos); y, desde julio de 2010 los aranceles son del 10% más USD 10 de salvaguardia. (Prado, 2010)

2.2 MARCO CONCEPTUAL

Comercio Exterior

- “Es la interacción de compra-venta de bienes y servicios, que tiene un país con otro u otros países, y que están regulados por tratados o convenios de intercambio comercial.” (www.wikipedia.com)
- Importación. Es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. Las importaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas. Las importaciones permiten a los ciudadanos adquirir productos que en su país no se producen, o más baratos o de mayor calidad, beneficiándolos como consumidores. (www.wikipedia.com)
- “Es la acción de ingresar mercancías extranjeras al país cumpliendo con las formalidades y obligaciones aduaneras, dependiendo del RÉGIMEN DE IMPORTACION al que se haya sido declarado.” (www.aduana.gob.ec/contenido/procImportar.html)

Arancel.

“Un arancel es un impuesto o gravamen que se aplica a los bienes que son objeto de importación o exportación.” (www.wikipedia.com)

El más extendido es el que se cobra sobre las importaciones, mientras los aranceles sobre las exportaciones son menos corrientes, también pueden existir aranceles de tránsito que gravan los productos que entran en un país con destino a otro. Pueden ser "ad valorem" (al valor), como un porcentaje del valor de los bienes, o "específicos" como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen. Cuando un buque arriba a un puerto aduanero, un oficial de aduanas inspecciona el contenido de la carga y aplica un impuesto de acuerdo a la tasa estipulada para el tipo de producto. Debido a que los bienes no pueden ser nacionalizados (incorporados a la economía del territorio receptor) hasta que no sea pagado el impuesto, es uno de los impuestos más sencillos de recaudar, y el costo de su recaudación es bajo.

Aduana.

“El lugar autorizado (recinto fiscal) para llevar a cabo la entrada, o bien la salida de las mercancías al o del territorio nacional así como de los medios en que las mismas son transportadas, además de almacenaje de mercancía (deposito ante la aduana), maniobras de carga y descarga y transbordos de mercancías”. (<http://www.economic.es/programa/glosario/definicion-aduana>)

Incoterms.

“Correspondiente a las siglas de International Commercial Terms, es un conjunto de denominaciones -con versión simplificada-, establecidas por la Cámara Internacional de Comercio (ICC) con sede en París. Su uso facilita el comercio” (<http://www.monografias.com/trabajos16/incoterms/incoterms.shtml>)

Demanda.

“Es la cantidad de bienes o servicios que el comprador o consumidor está dispuesto a adquirir a un precio dado y en un lugar establecido, con cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca” (Andrade, 2010)

Embalaje.

“El embalaje o empaque es un recipiente o envoltura que contiene productos de manera temporal principalmente para agrupar unidades de un producto pensando en su manipulación, transporte y almacenaje.” (www.wikipedia.com)

Otras funciones del embalaje son: proteger el contenido, facilitar la manipulación, informar sobre sus condiciones de manejo, requisitos legales, composición, ingredientes, etc. Dentro del establecimiento comercial, el embalaje puede ayudar a vender la mercancía mediante su diseño gráfico y estructural.

Acuerdo Comercial.

“Es un entendimiento bilateral o multilateral entre estados, cuyo objeto es armonizar los intereses respectivos de los nacionales de las partes contratantes y aumentar los intercambios comerciales.” (www.gestiopolis.com)

Precio.

La expresión de un valor. El valor de un producto depende de la imagen que percibe el consumidor. Por ejemplo, una margarina del tipo light tiene un costo menor que el de una margarina común; sin embargo, los consumidores perciben cualquier producto "bueno para la salud" como algo de valor superior. El consumidor considera más coherente este mix: mayor valor adjudicado al producto en cuestión, mayor precio. (Por tanto), una margarina light más barata (que la común) no sería creíble (Farber, 2005)

CAPÍTULO III

3 COMERCIO EXTERIOR

3.1 PROCEDIMIENTOS PARA LA HABILITACIÓN COMO IMPORTADOR

Para habilitarse como importador ante el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE) en cumplimiento con el nuevo sistema operativo ECUAPASS, es necesario obtener el TOKEN (certificado digital), dispositivo que sirve como firma electrónica para realizar las declaraciones aduaneras, este dispositivo se lo puede obtener en la agencias de Security Data o en el Banco Central del Ecuador.

Para obtener el TOKEN utilizaremos los servicios de Security Data debido a la agilidad con la que se obtiene el dispositivo.

Requisitos como Persona Natural:

- a) Original y Copia de la Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación.
- b) Original y Copia del RUC (Registro Único de Contribuyentes).
- c) Original y Copia del RUP (Registro Único de Proveedores), en caso de tenerlo, no es obligatorio.
- d) Original y Copia de la factura o planilla de un servicio básico (agua, luz, teléfono, internet, gas) que certifique la misma dirección que consta en el RUC.
- e) Llenar el formulario de Security Data, donde consta la información del importador
- f) Una vez validada la documentación por presentar, se debe acudir a una cita con el personal de security data para el retiro del certificado digital TOKEN.

El costo por la obtención del TOKEN es de \$77,28 incluido IVA y el tiempo aproximado del trámite es de 5 días laborables, una vez obtenido este dispositivo se procede

con el registro del importador en el sistema de aduana ECUAPASS, mismo que se realiza de la siguiente manera:

- a) Ingresar al portal web: <http://portal.aduana.gob.ec>
- b) Dar clic en soporte al cliente para emitir una solicitud de uso (representante legal)
- c) Completar todos los campos requeridos en el formulario que se despliega en la página web
- d) Una vez completada la información requerida, autenticar la firma digital en el programa Ecuapass.
- e) Para finalizar, dar clic en registrar y esperar la aprobación por la SENAE en un tiempo máximo de 48 horas.

3.2 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. (sitio web de Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones (Pro Ecuador), 2013)

Es necesario tener conocimiento acerca de éstos términos antes de importar o exportar debido a que son utilizados internacionalmente. La Cámara de Comercio Internacional es el organismo que se encarga cada diez años de revisar y actualizar los Incoterms, la última revisión se realizó en el año 2010 y el primero de Enero del 2011 se publicó la versión actualizada la cual elimina los siguientes Incoterms:

- DAF (Delivered at Frontier)
- DEQ (Delivered ex Quay)
- DES (Delivered ex Ship)
- DDU (Delivered Duty Unpaid)

Incorpora los Incoterms DAP (Delivered at Place) y DAT (Delivered at Terminal); de igual manera determina que los términos FOB, FAS, CFR y CIF sean utilizados exclusivamente para medios de transporte marítimo

INCOTERMS PARA TODO MEDIO DE TRANSPORTE

- EX – WORKS (EXW) // Entregado en Fábrica lugar convenido.
- FREE CARRIER (FCA) // Franco Transportista lugar convenido.
- CARRIAGE PAID TO (CPT) // Transporte pagado hasta, lugar de destino convenido.
- CARRIAGE AND INSURANCE PAID (CIP) // Transporte y Seguro pagado hasta, lugar de destino convenido.
- DELIVERED AT TERMINAL (DAT) // Entregado en Terminal, lugar de destino convenido.
- DELIVERED AT PLACE (DAP) // Entregado en lugar de destino convenido.
- DELIVERED DUTY PAID (DDP) // Entregada Derechos Pagados

INCOTERMS PARA TRANSPORTE MARÍTIMO

- FREE ALONGSIDE SHIP (FAS) // Libre a un costado del buque.
- FREE ON BOARD (FOB) // Libre a bordo.
- COST AND FREIGHT (CFR) // Costo y Flete pagado.
- COST INSURANCE AND FREIGHT (CIF) // Costo, Seguro y Flete pagado.

Fuente: ProEcuador, Clasificación de las reglas Incoterms, recuperado el 10 de julio del 2014, de <http://www.proecuador.gob.ec/exportadores/requisitos-para-exportar/incoterms>

El Incoterm que se trabaja en este proyecto es CIP:

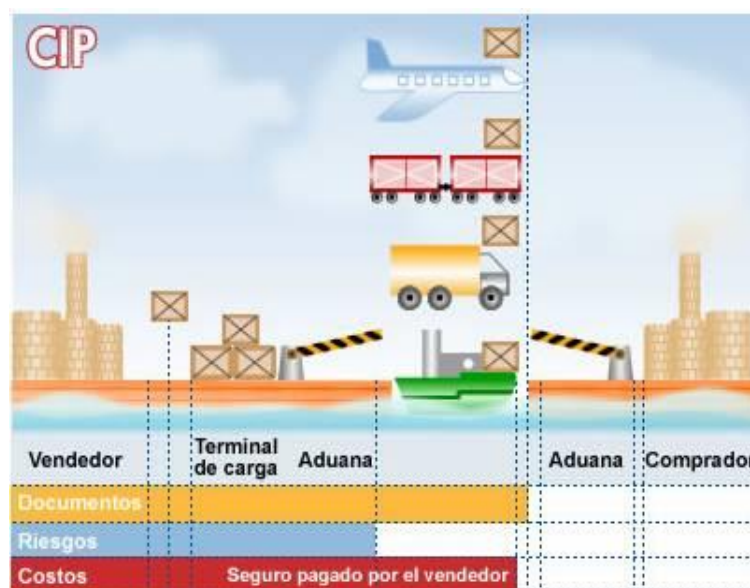


Gráfico N° 10: Incoterm CIP

Fuente: <http://2.bp.blogspot.com/0TiRoZfceg/UGcGrUT9oII/AAAAAAAAACI/wiVqVnal3Hw/s1600/FCA.j>

INCOTERM CIP

En este proyecto se va a emplear el término de negociación CIP, este término es más flexible puesto que se puede utilizar con cualquier tipo de transporte y la combinación de los mismos, es decir multimodal, además permite pactar para la entrega de la mercancía en cualquier lugar en el país de destino: un aeropuerto, una terminal de tren, en la casa del cliente, y en muchos otros más. Además cabe recalcar que consideramos este Incoterm porque los costos que ofrece mi exportador son mucho más convenientes que en este caso el importador, yo, puede conseguir. La importación de suelas se realizará por vía aérea debido a los tiempos de entrega para que nuestros clientes elaboren su calzado.

El vendedor se hace cargo de todos los costos, incluidos el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llegue al punto convenido en el país de destino. El riesgo se transfiere al comprador en el momento de la entrega de la mercancía al transportista dentro del país de origen. El vendedor contrata el seguro y paga la correspondiente prima. En caso de que el comprador deseara una cobertura mayor a la contratada deberá acordarlo con el vendedor o contratar su propio seguro adicional.

Este término exige que el vendedor despache la mercancía en aduana para la exportación y puede usarse con cualquier modo de transporte, incluido el transporte multimodal.

Obligaciones Comprador

- Pagar el precio según lo dispuesto en el contrato de compraventa. Conseguirá cualquier licencia de importación y otra autorización oficial precisa y llevar a cabo todos los trámites aduaneros para la importación de la mercancía.
- Aceptar la mercancía cuando ésta sea entregada y la recibirá del transportista en el lugar de destino mencionado. Además tiene que asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía desde el momento en que hay sido entregada.
- Pagar todos los gastos relacionados con la mercancía desde el momento en que haya sido entregada a menos que hayan sido incluidos en los fletes o contraídos por el vendedor. Asimismo si no da aviso (cuando tenga derecho de determinar la fecha de expedición de la mercancía y/o en lugar de destino) tiene que pagar los gastos adicionales que haya contraído para la mercancía con tal motivo desde la fecha convenida.
- Asumir todos los gastos y riesgos relacionados con la mercancía en el país de origen cuando la mercancía ha sido entregada al transportista en el país de origen.
- Aceptar el documento de transporte si resulta de conformidad con el contrato. Tiene que hacer frente a los gastos de la inspección previa al embarque, excepto si la inspección ha sido ordenada por las autoridades del país exportador.
- Pagar todos los gastos y cargas en que se haya incurrido en la obtención de documentos y reembolsar los efectuados por el vendedor al prestar su ayuda al respecto.

Obligaciones Vendedor

- Suministrar la mercancía y la factura comercial y cualquier otra prueba de conformidad que pueda exigir el contrato, a la obtención de cualquier licencia de exportación y llevar a cabo los trámites aduaneros necesarios para la exportación de la mercancía.
- En lo referente al contrato de transporte tendrá que contratar, en los términos usuales y por su propia cuenta, el transporte de la mercancía hasta el punto de destino convenido.

- Contratar un seguro mínimo siendo beneficiario el comprador. Obtendrá un seguro por virtud del cual el comprador pueda reclamar directamente del asegurador, entregando al comprador la póliza del seguro u otra prueba de la cobertura de seguro.
- Entregar la mercancía a la custodia del transportista o al primer transportista, en la fecha o dentro del plazo estipulado, para su transporte al lugar de destino mencionado.
- Asumir todos los riesgos de pérdida o daño de la mercancía hasta el momento en que haya sido entregada. El vendedor tiene que dar al comprador aviso suficiente de que la mercancía ha sido entregada, así como cualquier otra información necesaria para permitir al comprador la adopción de las medidas que hagan falta para que pueda retirar la mercancía.
- Asumir costes, incluso el transporte principal y el seguro, hasta que la mercancía llega al punto de destino.
- Tiene que facilitar al comprador el documento de transporte usual, así como pagar los gastos de las operaciones de verificación necesarios para poder entregar la mercancía, proporcionar a sus expensas el embalaje requerido para el transporte y el embalaje ha de ser adecuadamente marcado.
- Es responsable del despacho aduanero de exportación.
- Puede contratar un seguro complementario al de vendedor si lo desea.

PROVEEDORES

En Argentina existen muchas empresas que se dedican a la elaboración de materia prima para el calzado, en este caso para nuestro producto que son las suelas en tenemos: “Hincapié, Suelas Leal, Kalel, PHINO, FONDOS ATRIUM, entre otras” (Serma, 2012).

Para la importación desde la República de Argentina al Ecuador, se han escogido al grupo Kalel seleccionado en base al reconocimiento y posición que tiene en el mercado, capacidad de producción, precios competitivos y cobertura a mercados internacionales.

Grupo Kalel

Kakel es un grupo de profesionales especialmente seleccionados y capacitados que se dedica a la fabricación de suelas contando con las más altas tecnologías y materias primas de calidad. “El grupo Kalel desde 1944 desarrolla soluciones integrales en la fabricación de suelas y son proveedores de componentes, matricería diseño y producción.” (www.grupokalel.com)

Como productores nacionales y exportadores, aportan con herramientas indispensables para agilizar la producción de calzado. Todos los productos que elabora el grupo Kalel son desarrollados con la más alta tecnología de diseño y fabricación utilizando exclusivamente modernas plantas de producción equipadas con maquinaria de última generación.

El grupo Kalel es representante exclusivo de la tecnología Tiekang en Argentina, una amplia gama de maquinarias de inyección y modelado de caucho, EVA, PVC, TPU, TPR, y TR. Cada una de las suelas son sometidas a rigurosos procesos y controles para lograr, en cada una de ellas un producto único.



Gráfico N° 11: Modelo de suela

En lo que respecta a la cantidad de suelas que se va a importar desde Argentina esta es consecuente con la cantidad que se determinó en el estudio de mercado. En total se importará cada mes 16.133 suelas. Las plantas serán enviadas en cartones, cada cartón trae de 24 a 30 pares, con un peso neto por par de $(845\text{kg}/2528=0.33\text{kg})$. El envío se hará vía aérea desde Buenos Aires – Argentina hasta Quito -Ecuador.

3.3 CONDICIONES DE PAGO

La forma de pago que se ha convenido con la empresa exportadora es por medio de la utilización de una carta de crédito. En la cual el ordenante denominado importador realiza la autorización a su banco para que éste realice una transferencia al beneficiario denominado exportador. El pago a realizar puede ser efectuado antes, durante o después de la entrega de la mercancía.

Una vez que se haya efectuado la transferencia bancaria, el exportador envía la documentación de embarque al importador para que pueda nacionalizar la mercancía cuando llegue al país de destino, a continuación la documentación necesaria:

- Factura Comercial;
- Documento de Embarque; (Guía Aérea)
- Packing List.

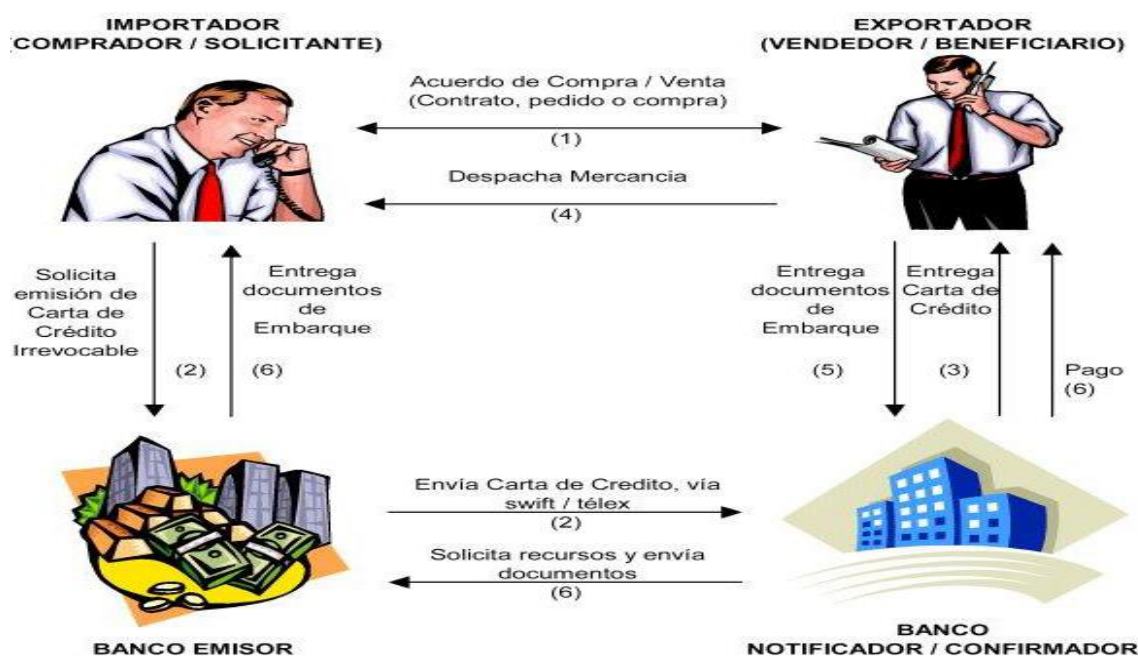


Gráfico N° 12: Flujograma de la forma de pago

Fuente: http://cybertesis.upc.edu.pe/upc/2008/burgoa_ad/html/sdx/burgoa_ad-TH.3.html

EMPAQUES Y EMBALAJES

El transporte de mercadería conlleva a que se desarrollen diferentes tipos de envases y embalajes de la carga necesarios para que en su traslado no sufra daños y riesgos en la manipulación y no afecte al estado del producto, los envases y embalaje preparan la carga de la manera más adecuada y son considerados parte fundamental de la cadena de suministros orientada a la máxima satisfacción del cliente final.

El objetivo principal del embalaje es la protección de la carga preservando la calidad del producto que en el contiene, desde el punto de partida (local del exportador), tránsito internacional y punto de llegada (local del importador).

Las suelas se transportarán en cartones de 60x40x30cm cada cartón contiene 30 pares de suelas que vendrán embalados con plásticos, en el cual además de utilizar el embalaje primario, se emplea un embalaje terciario al unitarizar la carga en pallets de madera cubiertos con flejes o cintas plásticas.



Gráfico N° 13: Empaques y embalajes

TRANSPORTE INTERNACIONAL

El transporte internacional es la operación mediante la cual se traslada una mercadería o carga desde un punto de origen a un punto de destino, para lo cual existen diferentes modos de transporte pero los más conocidos y utilizados en todo el mundo por su seguridad, rapidez y confianza son: marítimo, aéreo y terrestre.

Para la realización de este proyecto vamos a utilizar el transporte aéreo debido a que por los tiempos de entrega del producto (suelas) necesitamos un transporte rápido y efectivo. Nuestra carga no exige un tratamiento especial en comparación a productos sensibles o perecibles. Para coordinar el embarque de la carga vamos a utilizar los servicios de Siat Group, debido a que el valor del flete final es de \$7326,00. Trabajaremos con la aerolínea UPS que viene en vuelo directo (vuelos de carga) en las mañanas desde el aeropuerto de Ezeiza, tiene un tránsito de 5 horas y llega a Tababela. UPS maneja 7353 millones de toneladas por kilómetro, la carga puede pesar hasta 2500 kg.

TRAMITOLOGÍA ADUANERA

Para efectuar la importación de las suelas es necesario cumplir con toda la documentación requerida como es factura comercial, conocimiento de embarque, certificado de origen, lista de empaque y póliza de seguro, para luego esta documentación ser transmitida electrónicamente mediante el sistema operativo Ecuapass y así poder realizar la Declaración Aduanera de Importación (DAI) y obtener la liquidación, la misma que con el nuevo sistema de aduana es electrónica. Los documentos exigidos ante la Aduana para nacionalizar el aceite de canola son los siguientes:

- **Factura Comercial:** Es un documento negociable en el cual se refleja todas las condiciones e información de la compraventa de la mercadería, en la factura debe constar los datos del proveedor y comprador, la fecha de emisión, el producto, la cantidad, el número de bultos, la moneda de la transacción, el Incoterm, puerto de carga y descarga, las condiciones de pago y términos de entrega. Este documento es

exigible tanto en el país de exportación (Argentina) como en el país de destino (Ecuador)

- Documento de Embarque: El documento o conocimiento de embarque es el título de propiedad del importador, es un documento que prueba la existencia de un contrato de transporte y da seguridad y confianza al consignatario ya que es una constancia del embarque y flete de la mercadería. Existen tres clases de documentos de embarque, que se detallan a continuación:
 - BILL OF LADING (B/L): Es el nombre del conocimiento de embarque que se utiliza exclusivamente para medios de transporte marítimo, por lo general es emitido por las líneas navieras o consolidadores a nivel mundial y se emiten 3 originales y varias copias no negociables, cabe mencionar que para el retiro de la mercadería es necesario presentar documentos originales.
 - AIR WAY BILL (AWB): La guía aérea, es el documento de embarque utilizado exclusivamente por las aerolíneas y respaldan el flete aéreo de la mercadería, por lo general se emiten 3 originales y varias copias no negociables.
 - CARTA DE PORTE O GUÍA: Es un documento que prueba la existencia de un contrato de transporte terrestre, el cual obliga al transportista a entregar la carga al importador o comprador.

Estos documentos deben poseer la siguiente información:

- Lugar y fecha de expedición del documento.
- Nombre, Dirección, Teléfono y Ruc del Proveedor
- Nombre, Dirección, Teléfono y Ruc del Consignatario o Importador
- Nombre y Dirección del Transportador
- Nombre, Bandera, Viaje o Vuelo del medio de transporte
- Nombre del puerto de carga y descarga
- Descripción del producto a transportar, en el caso marítimo se debe detallar el número de contenedor.

- Descripción de la partida arancelaria de la mercadería, cantidad de bultos, peso neto y peso bruto, y si la mercadería necesita de tratamiento especial como refrigeración, ventilación, etc., debe estar debidamente especificado.
- Detalle del valor del flete.

- Certificado de Origen: Es un documento que certifica que el producto es originario de un determinado país o territorio y por lo tanto faculta al importador a acogerse a preferencias arancelarias negociadas bajo un acuerdo o tratados internacionales entre países participantes.
- Packing List (opcional): La lista de empaque de la o las mercaderías objeto de la importación o exportación, es un documento que refleja la clase de embalaje de las mercaderías con la respectiva cantidad de bultos, paquetes o pallets, el peso bruto y neto y las dimensiones de la mercadería.
- Póliza de Seguro (opcional): La póliza de seguro es un documento que ampara al importador si la mercadería sufre algún daño, robo o pérdida en el proceso logístico de la exportación o importación, por lo tanto es recomendable adquirir una póliza que cubra todo riesgo de la mercadería para mayor seguridad del importador.

Actualmente, el seguro se constituye como parte de la base imponible para el pago de los derechos arancelarios y no es un documento obligatorio de soporte exigible a la declaración aduanera, por lo tanto si la mercadería que ingresa al país no posee una póliza de seguro, al momento de realizar la declaración aduanera, se declarará por concepto de seguro un valor presuntivo, mismo que será del 1% (uno por ciento) del costo y flete de la mercadería, norma que está tipificada en el artículo 76 del COPCI.

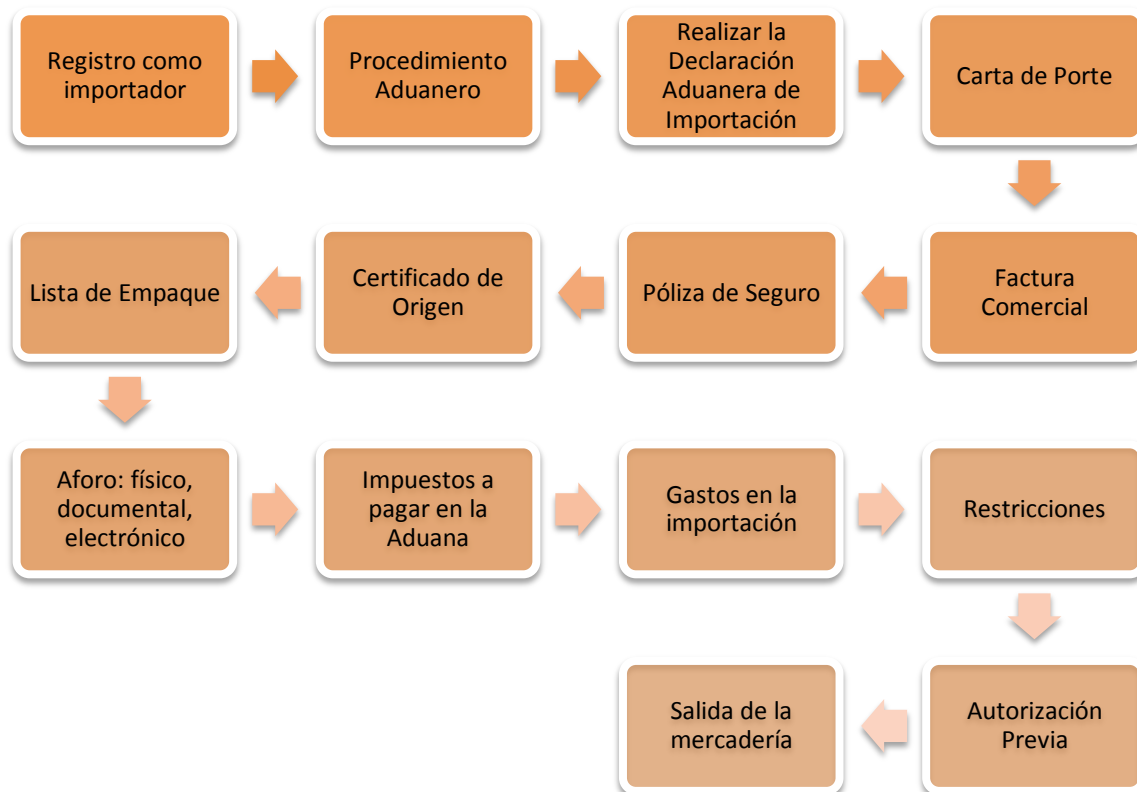


Gráfico N° 14: Trámites para importación

RÉGIMEN DE IMPORTACIÓN

Los Regímenes Aduaneros son un conjunto de normas que guían el tratamiento aduanero específico a darle a las importaciones y exportaciones de mercaderías que ingresan y salen del territorio nacional.

Actualmente, existen cuatro clases de regímenes los mismos que se agrupan en:

- Regímenes de Importación
- Regímenes de Exportación
- Regímenes de Excepción y
- Otros Regímenes aduaneros; los cuales están tipificados en el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones.

Para efectos del proyecto objeto del estudio, se va a utilizar el régimen aduanero de importación para el consumo (Régimen 10) el cual detalla lo siguiente:

“Art. 147.- Importación para el consumo.- Es el régimen aduanero por el cual las mercancías importadas desde el extranjero o desde una Zona Especial de Desarrollo Económico 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 cumplimiento de las formalidades y obligaciones aduaneras.” (código Orgánico de la Producción)

Esté régimen es el más utilizado para las importaciones ecuatorianas y además es apto para la importación que se va a realizar porque una vez nacionalizada la mercadería cumpliendo con las formalidades aduaneras, las suelas serán comercializadas a nivel nacional.

Clasificación arancelaria

Para conocer los tributos a pagar por la importación de suelas, es necesario determinar la partida arancelaria del producto y verificar las tasas e impuestos que grava la mercadería.

Cuadro N° 8: Clasificación arancelaria

Clasificación Arancelaria	
Capítulo 65	Calzado, polainas y artículos análogos; partes de estos artículos
Partida Arancelaria	6406
Subpartida Arancelaria	6406.20.00.00
Producto	Partes de calzado (incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la suela); plantillas, taloneras y artículos similares, amovibles; polainas y artículos similares, y sus partes
Clasificación	Suelas y tacones (tacos), de caucho o plástico

Fuente: Arancel Nacional Integrado de Importaciones

TRIBUTOS A LA IMPORTACIÓN

Para la determinación de los tributos a cancelar, se debe conocer la base imponible, la cual es el valor en aduana de las mercancías sobre las que se calculan los tributos de importación; la cual está compuesta de:

Base Imponible = Valor en Aduana (Valor de Transacción) + Costos de transporte y seguro hasta el país de importación

El costo del seguro si forma parte de la base imponible para determinar el valor en aduana, más no es obligatoria la presentación de una póliza de seguro ya que si no se cuenta con el documento se calculará como seguro el uno por ciento del costo y flete de la mercadería.

Cuadro N° 9: Impuestos para el sector

Código de Producto (TNAN)	0000
Antidumping	0 %
Advalorem	15 %
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

Para la capellada de calzado se importa el cuero, cuyas partidas son: 41120, 41141, 41142, 41151. El arancel *ad valorem* que se paga por la importación es del 10% o el 15%, según el grado del procesamiento del cuero, además del IVA y el FDI.

3.4 PROCESO DE IMPORTACIÓN

El proceso de importación comprende todas las actividades necesarias para adquirir y trasladar las mercancías desde el local del vendedor hasta el local del comprador. Las actividades operativas de la gestión de importaciones son:

- Las compras;
- Transporte internacional;
- Gestión aduanera;
- Almacenamiento.

El procedimiento para importar cualquier tipo de mercancías es el siguiente:

- El importador compra su mercadería en un país extranjero;
- La mercadería tiene un precio al salir de fábrica;
- Esta mercadería requiere ser transportada internamente y descargada en la aduana del país extranjero;
- La mercadería es fletada al Ecuador;
- Llega a la aduana ecuatoriana para ser desaduanizada o nacionalizada.

INICIO

El trámite de importación inicia desde el momento que se establece las negociaciones con el proveedor las cuales se reflejan en la factura comercial, una vez que existe un acuerdo, la mercadería a través del agente de carga es recolectada en el país de exportación y debidamente preparada y embalada para el transporte internacional, en este caso como se negocia con el Incoterm CIP. De igual manera el proveedor una vez embarcada la mercadería debe enviarnos la factura comercial original, packing list y el certificado de origen; documentos necesarios para realizar la DAI (Declaración Aduanera de Importación) en el Ecuador. Para realizar los trámites de aduana en el país importador, se contratará lo servicios de la empresa SIATI la misma que se encargará de todas las operaciones de importación hasta que el producto llegue a las bodegas del importador.

DESADUANIZACIÓN

El personal de SIATI, iniciará las operaciones de desaduanización, una vez que cuenten con el aviso de llegada a Quito de la mercadería en el medio de transporte elegido, en este caso UPS informará la hora estimada de arribo de la mercadería, el manifiesto (MRN) y la bodega o almacén de destino; también proporcionará las respectivas facturas por gastos locales y manipuleo del producto en destino, valores que son asumidos por el importador.

Así mismo se debe contar con la documentación original requerida para realizar la transmisión electrónica de la DAI (Declaración Aduanera de Importación), es decir, la factura comercial, el documento de embarque (Guía Aérea), el packing list y certificado de origen; en cuanto a la póliza de seguro, para mayor seguridad se contratará un seguro contra todo riesgo con LATINA, la misma que también debe ser presentada a la aduana.

Una vez que SIATI cuente con toda la documentación y el número de manifiesto de carga de la aerolínea, se encargarán de elaborar la declaración aduanera, enviando por medio de la plataforma del sistema Ecuapass toda la documentación escaneada y de este modo se obtiene la Liquidación Aduanera.

LIQUIDACIÓN ADUANERA

La liquidación aduanera es el documento que el sistema genera para el pago de los tributos aduaneros, donde nos indica la cantidad a pagar por la importación, el tiempo máximo para el pago de la liquidación es de 48 horas y el importador la puede cancelar en el banco directamente o por medio de una carta de autorización de débito.

Al momento que se cancela el valor de la liquidación aduanera, el sistema designa el canal de aforo al que debe someterse la mercadería, siendo este físico, documental o automático, por lo general como es primera importación de suelas, la aduana va a designar el canal de aforo físico, el cual se refiere a una revisión de la mercadería para constatar su naturaleza, cantidad, peso, valor, unidad de medida, clasificación arancelaria, etc.

El aforo se lo puede realizar con personal de la aduana o por medio de verificadora, en el caso que resultare por medio de verificadora tienen un valor de \$224. Una vez culminada la inspección física de la mercadería, el funcionario de la aduana puede bien autorizar la salida de la mercadería u observar el trámite si encontrara alguna no conformidad.

DESPACHO DE LA MERCADERÍA

El despacho de la mercadería se lo realiza una vez que se tenga la salida autorizada de la mercadería, estado que se refleja en la plataforma del Ecuapass. Siati Group debe gestionar la salida de la carga de la bodega o almacén en la que se encuentra la mercadería, en este caso EMSA, y cancelar los respectivos valores de almacenaje, los mismos que están fijados en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 62: Cuadro tarifario 2013

PESO EN KILOS		TARIFA EN DOLARES						
DESDE	HASTA	A	B	C		D	E	F
		VLR. ALMACENAJE	HAND FEE (0,04 usd x KG)	DISTRIBUTION FEE	OPERATIONAL COST	VLR. ANTES DE IVA	IVA (12%)	VLR. TTL.
0	50	7,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
51	100	12,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
101	300	18,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
301	500	25,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
501	750	40,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
751	1000	70,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
1001	2000	90,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
2001	3000	120,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
3001	5000	180,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
5001	10000	240,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
10001	20000	350,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
20001	30000	450,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
30001	40000	600,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E
40001		750,00	\$0.04 x kilo	\$0.05 x kilo	\$0.12 x kilo	A + B + C	D * 0.12	D + E

NOTA: Aplicable para almacenaje por los primeros 7 días, a partir del octavo se considera un cargo adicional de 0.005 x Kilo x Dia

La bodega en la que se encuentra la mercadería, cobra diferentes tarifas por el servicio de almacenaje brindado, por tal motivo el importador debe cancelar la factura por el almacenaje y proceder con el despacho; para efectos del proyecto se ha calculado un valor aproximado de \$190 por almacenaje.

3.5 COSTO FINAL DE LA IMPORTACIÓN

Cuadro 11: Cálculo del costo de producto

Descripción	Precio Unitario FOB	Cantidad Unidades	Total FOB Argentina
cod. 4701	USD 2,95	2.000,00	5.900,00
cod. 4120	USD 3.25	2.000,00	6.500,00
cod. 4125	USD 3.15	2.000,00	6.300,00
cod. 4098	USD 3,15	2.000,00	6.300,00
cod. 5910	USD 2,65	2.000,00	5.300,00
		FOB ARGENTINA	30.300,00
		FLETE BUENOS AIRES- QUITO	7.326,00
		SEGURO	60,00
		COSTO CIP	37.686,00

Derechos e impuestos

1.- Ad Valorem	15% del CIF	5652,9
2.- Fodinfra	0.5% del CIF	188,43
3.-Iva	12%(CIF+ ADV+FOD)	5223,2796
4.- Impuesto a la salida de divisas (1% del CIF)		376,86

Gastos de Desaduanización

1.- Agente Aduanero	250
2.- Almacenaje	190

TOTAL COSTO 49.567,47

COSTO UNITARIO USD. 4,96

A continuación se presenta la matriz de costos de importación definitiva:

Cuadro N° 12: Matriz de costos de importación

CONCEPTO COSTOS EXPORTACIÓN			AÉREO		
			Costo Unitario	Costo Total	TIEMPO (DÍAS)
	1	EMPAQUE		150,2	
	2	EMBALAJE		100	
	A	VALOR EXW		28753,8	
	COSTOS DIRECTOS				
	3	UNITARIZACION		*	
	4	MANIPULEO LOCAL EXPORTADOR		*	
	5	DOCUMENTACION		320	
	6	TRANSPORTE (HASTA PUNTO DE EMBARQUE)		400	
	7	ALMACENAMIENTO INTERNO		*	
	8	MANIPULEO PREEMBARQUE		40	
	9	MANIPULEO EMBARQUE		156	
	10	SEGURO		*	
	11	BANCARIO		*	
	12	AGENTES		380	
	COSTOS INDIRECTOS				
	13	ADMINISTRATIVOS - COSTO INDIRECTO		*	
	14	CAPITAL INVENTARIO		*	
	COSTO DE LA DFI PAIS EXPORTADOR				
	B	VALOR FCA : NO INCLUYE EMBARQUE			
	C	VALOR FAS : NO INCLUYE EMBARQUE			
	D	VALOR : FOB		30300	
PAIS EXPORTADOR	1	TRANSPORTE INTERNACIONAL		7326	
	E	VALOR CFR			
	F	VALOR CPT			
	1	SEGURO INTERNACIONAL		60	
	G	VALOR CIF			
	H	VALOR CIP		37686	
	1	MANIPULEO DE DESEMBARQUE		*	
	COSTOS INDIRECTOS				
	2	CAPITAL – INVENTARIO		*	
		COSTOS DE LA DFI EN TRANSITO INTERNACIONAL			
	I	VALOR DAP ** No Incluye Desembarque			
J	VALOR DAT				

PAIS IMPORTADOR	1	TRANSPORTE LUGAR CONVENIDO COMPRADOR				
	2	ALMACENAMIENTO		190		
	3	SEGURO		*		
	C	VALOR DAP **				
	1	DOCUMENTACION		*		
	2	ADUANEROS (IMPUESTOS)		11441,469 6		
	3	AGENTES		250		
	4	BANCARIO		*		
	COSTOS INDIRECTOS					
	5	CAPITAL – INVENTARIO		*		
		COSTO DEL PAIS IMPORTADOR		49567,469 6		
	K	VALOR DDP TOTAL		49567,47		

Elaborado por: Mishelle Rivera

CAPÍTULO IV

4 ESTUDIO DE MERCADO

4.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado para la realización de este proyecto, tiene como propósito:

- Estimar el nivel de consumo que tendrá el producto que se importará.
- Determinar el grado de insatisfacción en el mercado, que brinde la posibilidad de importar y comercializar este tipo de suela en el sector de calzado del país.
- Determinar el grado de aceptación del producto para la creación de la empresa importadora.
- Determinar cuáles son los medios que se emplean para dar a conocer el producto al usuario.
- Identificar cual es la oferta existente.

4.2 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

4.2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Será no experimental puesto que no se manipulará variable alguna para sustentar la hipótesis.

4.2.2 ALCANCE DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación será de tipo descriptivo ya que lo que se pretende es describir algunas variables relacionadas con el tema, tal como se presentan en la realidad.

4.2.3 POBLACIÓN A INVESTIGAR

La población a investigar será el número de productores de calzado en el país y que se encuentran registrados en la CALTU. Según datos de esta cámara existen 4.500 productores registrados, por lo que aplicaremos una fórmula para universo finito, que genera son los siguientes resultados.

Tamaño de la muestra:

Z=nivel de confianza

p=probabilidad positiva

q=probabilidad negativa

N=población

E=margen de error

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

$$n = \frac{(1,96)^2 * 0,5 * 0,5 * 4.500}{(0,07)^2 (4.500 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = 188 \text{ encuestas}$$

4.2.4 TIPO DE MUESTREO

El tipo de muestreo que se utilizará es el **muestreo no probabilístico**, ya que la muestra será a juicio y conveniencia del investigador.

4.2.5 RECOPIACIÓN DE INFORMACIÓN QUE SUSTENTA LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

Para cuantificar la demanda se manejan dos fuentes de información la primaria que consiste en la recopilación de información de primera mano es decir de personas mediante entrevistas; y la secundaria que consiste en la investigación bibliográfica y documental. Para el desarrollo de la encuesta se empleará como instrumento el cuestionario, en el cual se plantearon las preguntas necesarias para cumplir con los objetivos de la investigación. La técnica que se utilizará para recopilar datos será mediante encuestas personales. La herramienta a utilizar para el procesamiento de información será el programa Excel de Microsoft.

4.3 ENCUESTA

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL CARRERA DE COMERCIO EXTERIOR E INTEGRACIÓN

CUESTIONARIO

Me dirijo a usted con la finalidad de solicitarle su colaboración para responder la presente encuesta que servirá para el desarrollo de mi tesis. De ante mano muchas gracias.

1. ¿En qué sector de la ciudad se encuentra su taller de confecciones?

Sur () Centro () Norte () Valles ()

2. ¿A cuál de la siguiente clasificación pertenece su negocio?

Artesanal () Industrial ()

3. ¿Cuántos empleados trabajan con usted?

.....

4. ¿Cuál de este tipo de plantas de calzado tiene mayor aceptación entre su clientela?

Caucho () TR () PVC () Poliuretano ()
EVA () TPR () TPU ()

5. ¿Es fácil encontrar plantas importadas?

Sí () No ()

6. ¿Qué tipo de planta es más utilizada por usted?

Caucho () TR () PVC () Poliuretano () EVA ()
TPR () TPU () Otra ().....

7. ¿Considera que la planta importada que usted utiliza es de alto costo?

Sí () No ()

8. ¿Cuál de las siguientes opciones influye más en el precio de su producto?

Materia Prima () Mano de obra () Insumos ()

9. ¿En promedio mensualmente cuantos pares de zapatos vende usted?

.....

10. ¿De los zapatos que usted vende al mes cuantos aproximadamente son elaborados con plantas importadas?

.....

11. ¿Considera usted que sus ventas mejorarían si utilizaría más plantas importadas para elaborar el calzado que usted vende?

Sí () No ()

12. ¿Piensa usted que sus utilidades mejorarían, si pudiera comprar la plantas importadas que usted utiliza a menor precio?

Sí () No ()

Gracias por su colaboración!!!

4.4 INFORME DE RESULTADOS

- *¿EN QUÉ SECTOR DE LA CIUDAD SE ENCUENTRA SU TALLER DE CONFECCIONES?*

Cuadro N° 13: Sector de ubicación de la empresa

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Centro	50	26,60%
Norte	50	26,60%
Sur	50	26,60%
Valles	38	20,21%
Total	188	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

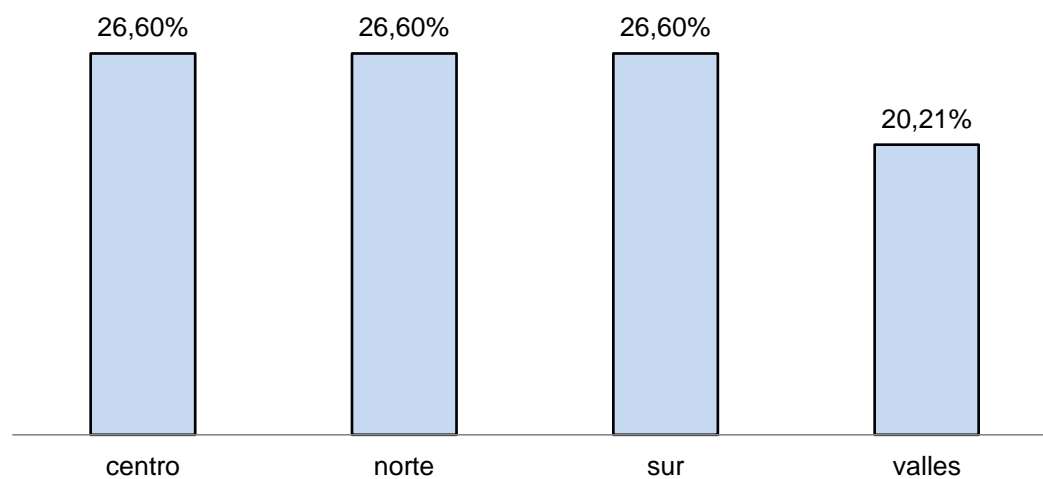


Gráfico N° 15: Sector de ubicación de la empresa

2. ¿A CUÁL DE LA SIGUIENTE CLASIFICACIÓN PERTENECE SU NEGOCIO?

Cuadro N° 14: Clasificación del negocio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Artesanal	101	53,72%
Industrial	87	46,28%
Total	188	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

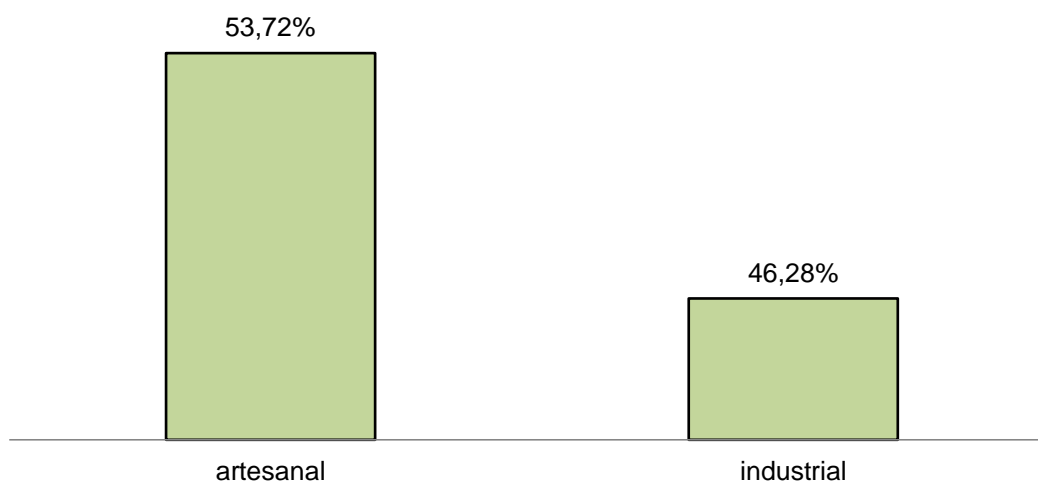


Gráfico N° 16: Clasificación del negocio

3. ¿CUÁNTOS EMPLEADOS TRABAJAN CON USTED?

Cuadro N° 15: Número de empleados

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
de 5 a 15	75	39,89%
de 16 a 35	18	9,57%
de 36 a 50	32	17,02%
de 51 a 65	32	17,02%
de 66 a 100	13	6,91%
de 100 a 200	18	9,57%
Total	188	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

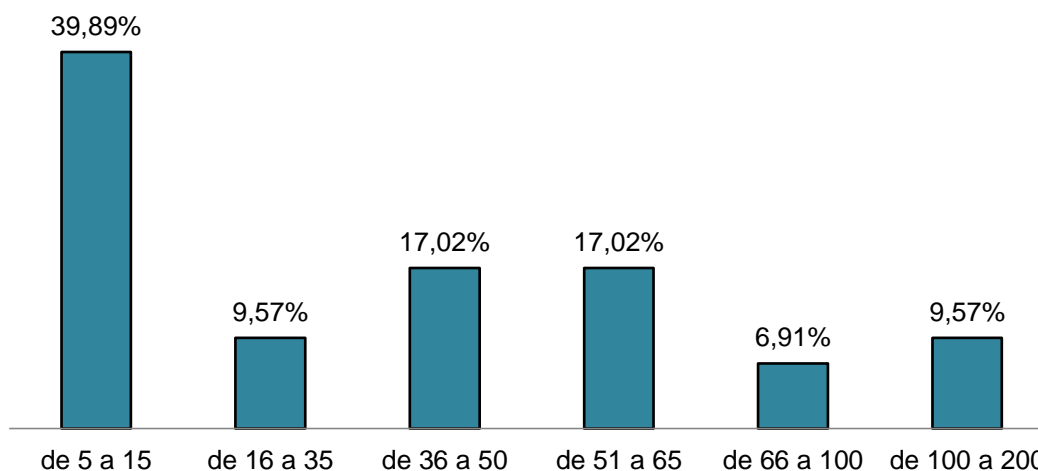


Gráfico N° 17: Número de empleados

4. ¿CUÁL DE ESTE TIPO DE PLANTAS DE CALZADO TIENE MAYOR ACEPTACIÓN ENTRE SU CLIENTELA?

Cuadro N° 16: Tipo de plantas de mayor aceptación

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pvc	81	30,68%
Caucho	69	26,14%
Tr	51	19,32%
Tpr	39	14,77%
Poliuretano	18	6,82%
Eva	6	2,27%
Total	264	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

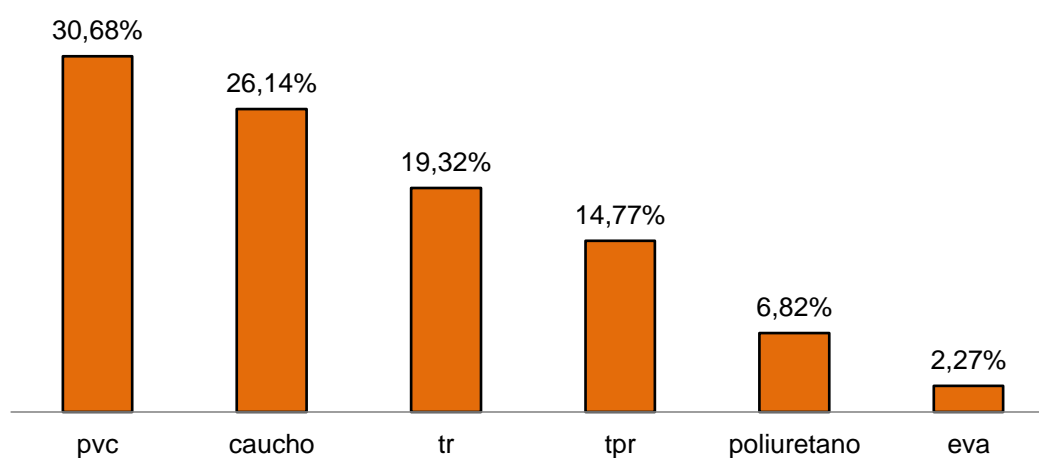


Gráfico N° 18: Tipo de plantas de mayor aceptación

5. ¿ES FÁCIL ENCONTRAR PLANTAS IMPORTADAS?

Cuadro N° 17: Facilidad de encontrar plantas importadas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	37	19,68%
no	151	80,32%
Total	188	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

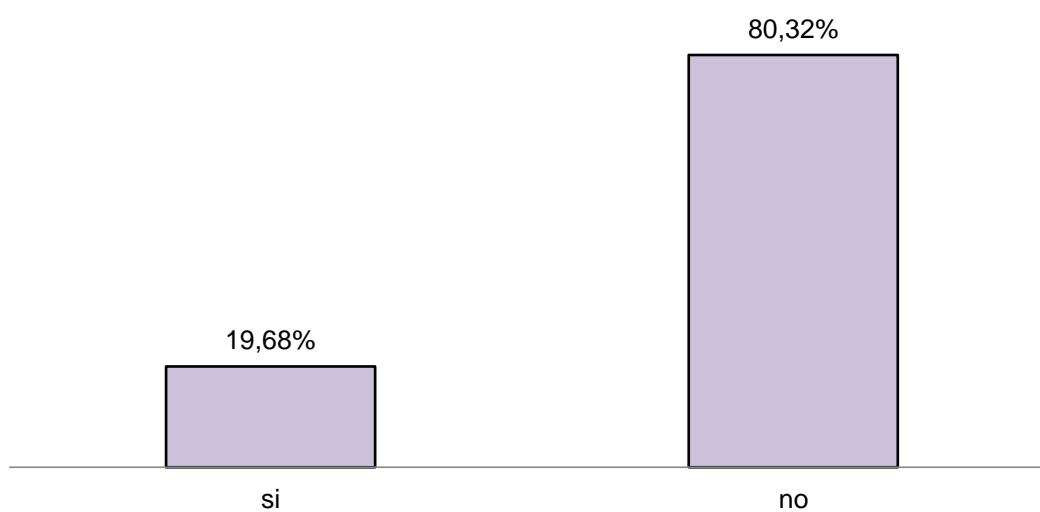


Gráfico N° 19: Facilidad de encontrar plantas importadas

6. ¿QUÉ TIPO DE PLANTA ES MÁS UTILIZADA POR USTED?

Cuadro N° 18: Tipo de planta más empleada

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
pvc	81	29,03%
caucho	72	25,81%
tr	57	20,43%
tpr	45	16,13%
poliuretano	21	7,53%
eva	3	1,08%
Total	279	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

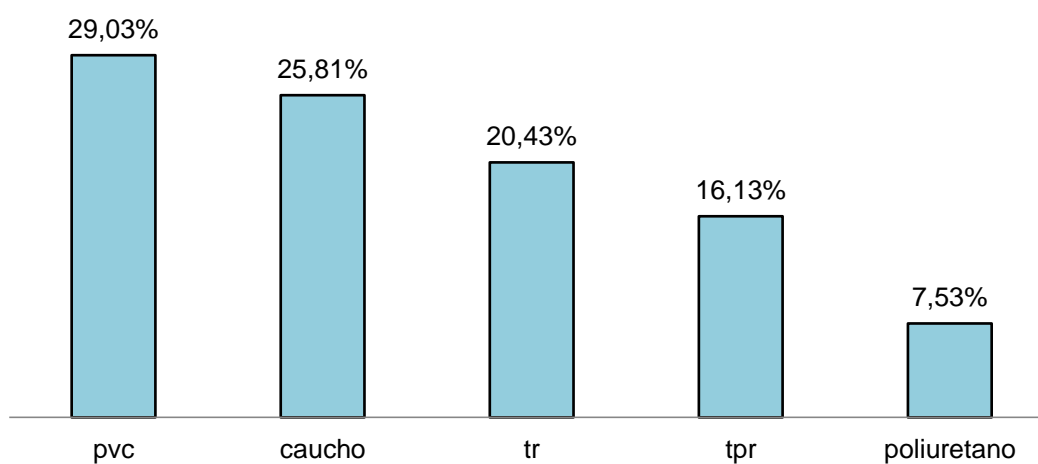


Gráfico N° 20: Tipo de planta más empleada

7. ¿CONSIDERA QUE LA PLANTA IMPORTADA QUE USTED UTILIZA ES DE ALTO COSTO?

Cuadro N° 19: Consideración de alto costo

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	175	93,09%
No	13	6,91%
Total	188	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

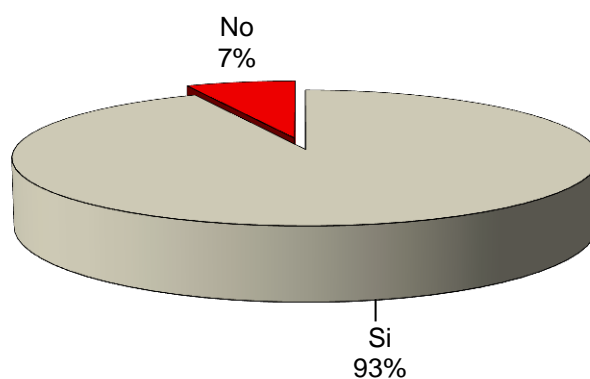


Gráfico N° 21: Consideración de alto costo

8. ¿CUÁL DE LAS SIGUIENTES OPCIONES INFLUYE MÁS EN EL PRECIO DE SU PRODUCTO?

Cuadro N° 20: Factores que influyen en el precio

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
materia prima	144	76,60%
mano de obra	44	23,40%
Total	188	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

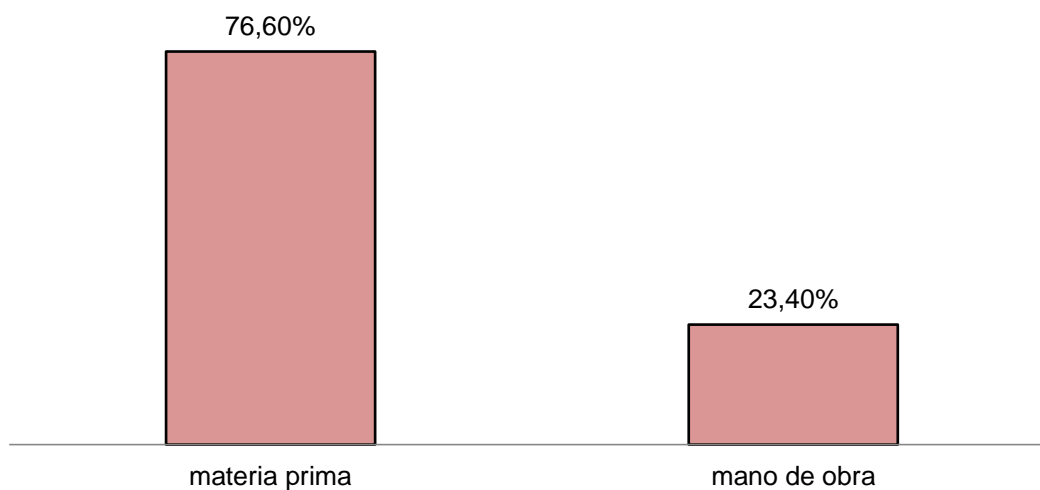


Gráfico N° 22: Factores que influye más en el precio

9. ¿EN PROMEDIO MENSUALMENTE CUANTOS PARES DE ZAPATOS VENDE USTED?

Cuadro N° 21: Promedio mensual de venta

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
100 a 200	47	25,00%
200 a 300	35	18,62%
300 a 400	20	10,64%
500 a 600	18	9,57%
700 a 800	15	7,98%
900 a 1000	13	6,91%
1001 a 1500	12	6,38%
1500 a 2000	9	4,79%
2000 a 2500	9	4,79%
2500 a 3000	10	5,32%
Total	188	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

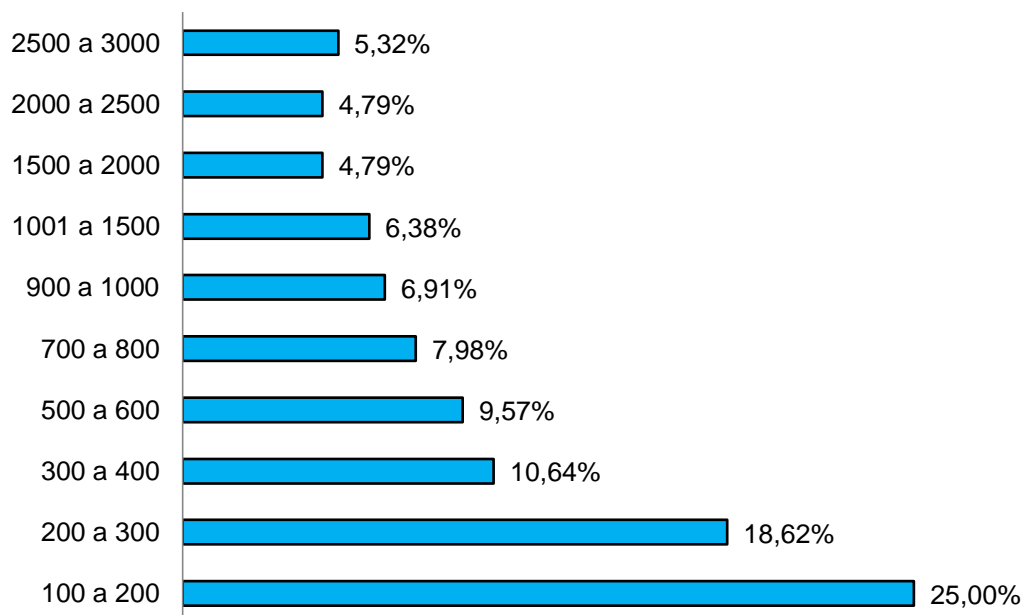


Gráfico N° 23: Promedio mensual de venta

10. ¿DE LOS ZAPATOS QUE USTED VENDE AL MES CUANTOS APROXIMADAMENTE SON ELABORADOS CON PLANTAS IMPORTADAS?

Cuadro N° 22: Producto elaborado con plantas importadas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
ninguno	32	17,02%
de 10 a 30%	32	17,02%
de 31 a 50%	50	26,60%
de 51 a 70%	32	17,02%
de 71 a 100%	42	22,34%
Total	188	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

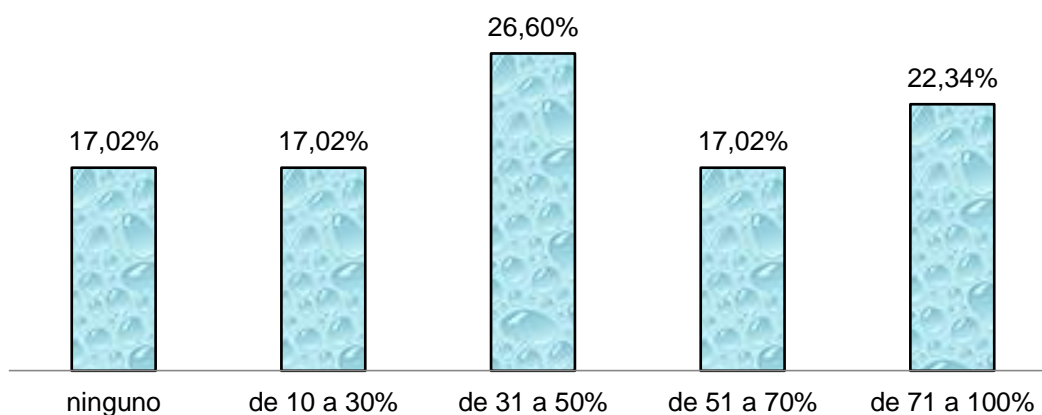


Gráfico N° 24: Producto elaborado con plantas importadas?

11. ¿CONSIDERA USTED QUE SUS VENTAS MEJORARÍAN SI UTILIZARÍA MÁS PLANTAS IMPORTADAS PARA ELABORAR EL CALZADO QUE USTED VENDE?

Cuadro N° 23: Consideración sobre incremento en ventas

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	163	86,70%
No	19	10,11%
depende	6	3,19%
Total	188	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

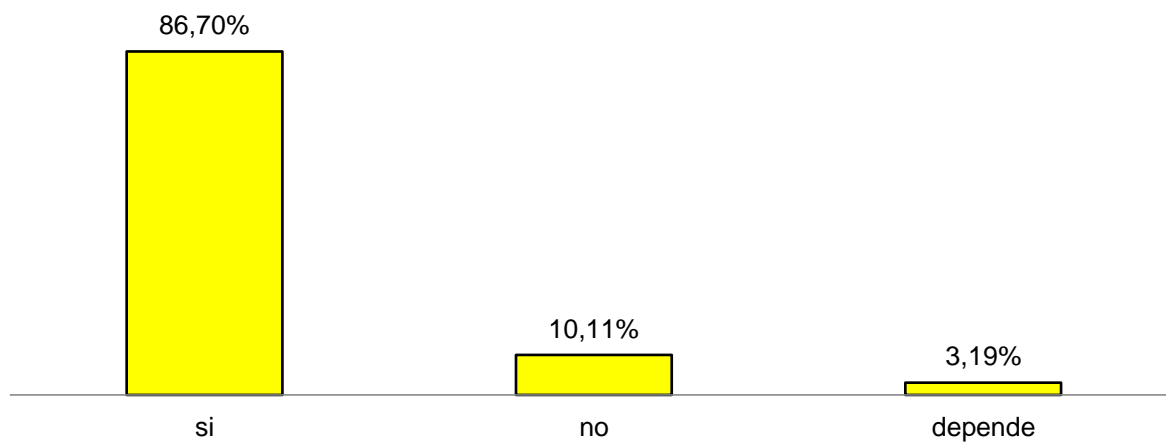


Gráfico N° 25: Consideración sobre incremento en ventas

12. ¿PIENSA USTED QUE SUS UTILIDADES MEJORARÍAN, SÍ PUDIERA COMPRAR LA PLANTAS IMPORTADAS QUE USTED UTILIZA A MENOR PRECIO?

Cuadro N° 24: Consideración de mejoraría en utilidades

DESCRIPCIÓN	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	175	93,09%
no	13	6,91%
Total	188	100,00%

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: Mishelle Rivera

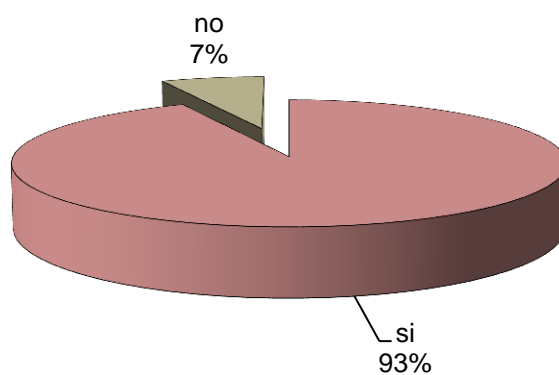


Gráfico N° 26: Consideración de mejoría en utilidades

4.4.1 CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN (DIAGNÓSTICO)

- Los talleres o fábricas de calzado que fueron encuestadas se encuentran de forma equitativa en los 3 sectores del Distrito Metropolitano de Quito, y con un 20% de presencia en los valles de Quito.
- El 53,72% de la población investigada corresponde a talleres de tipo artesanal, mientras que el 46,26% son de categoría industrial.
- El 39,89% de las empresas tiene contratada la mano de obra de 5 a 15 empleados; el 9,57% tiene contratados entre 16 y 35 personas, el 17,02% cuenta con un rango de empleados de 36 a 50 miembros, el 6,91% tiene de 66 a 100 empleados y el 9,57% tiene más de 100 empleados.
- El tipo de plantas de mayor aceptación en los clientes de las fábricas y talleres de calzado es de: pvc (30,68%); seguido de caucho (26,14%); TR (19,32%); TPR (14,77%); las plantas de poliuretano y eva tienen porcentajes menores.
- Para el 80,32% de las fábricas y talleres encuestados no es fácil encontrar plantas importadas en el país, mientras que el 19,68% manifiesta que si puede conseguirlas con facilidad.
- Las plantas más utilizadas por los fabricantes de calzado son: PVC (29,03%); caucho (25,81); TR (20,43%) y TPR (16,13%); las plantas de poliuretano y eva son menos empleadas.
- El 93,09% de los entrevistados manifestó que las plantas importadas que emplean en su producción tienen un alto costo; sólo el 6,91% no las consideran costosas.
- Al determinar el precio del producto final de los productores de calzado, la materia prima se considera el factor más influyente, así lo indica el 76,60%, mientras que el 23,40% opina que la mano de obra es el costo más representativo.
- El 17,02% manifestó que la totalidad de su producción es realizada con producto nacional por lo que no emplean materia prima importada. Mientras que otro 17,02% indicó que de su producción entre el 10 y 30% de ella la realizan con plantas importadas. El 26,60% de los encuestados corroboró que entre el 31 y 50% de su producción es aplicada materia importada. El 17,02% utiliza plantas importadas en

más de la mitad de su producción. Y el 22,34% manifestó que casi en su totalidad la producción de ellos es realizada con plantas importadas.

- El 86,70% de la población en estudio manifestó que SI consideran que las ventas de sus productos mejorarían si emplearían más plantas importadas en su fabricación. El 10,11% no considera que este factor influya en el incremento de sus ventas. Y un 3,19% indicó que todo dependería de la calidad y el precio de las plantas importadas.
- El 93% indicó que si pudieran comprar las plantas importadas que utilizan en la fabricación de sus zapatos a un menor precio, indiscutiblemente mejoraría sus utilidades. El 7% indicó que no comparte este criterio.

4.5 CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA

4.5.1 DEFINICIÓN

“Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.” (BACA URBINA, 1988)

De manera general, la demanda podría ser considerada como la cantidad de bienes y servicios que el mercado está dispuesto a adquirir para satisfacer una necesidad en un lugar específico, en un tiempo definido y a un precio determinado. También se entiende por demanda al llamado Consumo Nacional Aparente (CNA), que es la cantidad de un determinado bien o servicio que el mercado requiere, y se puede expresar como: $\text{Demanda} = \text{CNA} = \text{producción nacional} + \text{importaciones} - \text{exportaciones}$

Cuando existe información estadística resulta fácil conocer cuál es el monto y el comportamiento histórico de la demanda, y aquí la investigación servirá para formar un criterio en relación con los factores cualitativos de la demanda, esto es, conocer un poco más a fondo cuáles son las preferencias y los gustos del consumidor. Cuando no existen estadísticas, lo cual es frecuente en muchos productos, la investigación de campo queda como el único recurso para la obtención de datos y cuantificación de la demanda (BACA URBINA, 1988)

En un estudio de mercado el análisis y la cuantificación de la demanda es una necesidad imperiosa, ya que ello constituye la primera prueba de viabilidad para la ejecución o no del proyecto. Sin embargo, el proyecto centra su atención específicamente en los talleres artesanales e industriales del sector productos de zapatos de la ciudad de Quito, por lo que es necesario tomar datos de los productores de esta ciudad para proceder al cálculo de la demanda real del proyecto.

De tal forma a continuación se muestra el cálculo de la demanda en base a los resultados de las encuestas realizadas expresada en pares de zapatos que se consideran como Unidad. Para el cálculo de la demanda se tomarán en cuenta la producción total de zapatos con plantas importadas. Estimando que en promedio el 50% de la producción es con materia prima importada.

Las encuestas arrojaron que mensualmente el total de los 188 encuestados que constituyen una muestra representativa del total de miembros registrados en CALTU, producen 134.800 pares de zapatos al mes.

Cuadro N° 25: Obtención de la cantidad de producción mensual

# zapatos	# talleres	total # zapatos	50% materia importada
150	47	7.050	3.525
250	35	8.750	4.375
350	20	7.000	3.500
550	18	9.900	4.950
750	15	11.250	5.625
950	13	12.350	6.175
1.250	12	15.000	7.500
1.750	9	15.750	7.875
2.250	9	20.250	10.125
2.750	10	27.500	13.750
Total	188	134.800	67.400

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Mishelle Rivera

Si consideramos que los 188 artesanos corresponden al 4,18% del total de productores de calzado, mediante la aplicación de una regla de tres podemos proceder a determinar la demanda de global de los productores de calzado y miembros de CALTU. Este cálculo lo hacemos justificando que es válido y sencillo de aplicarlo en proyectos de factibilidad.

(4.18%)	188 productores	134.800 pares de zapatos
(100%)	4.500 miembros	?

$$D = \frac{4.500 \times 134.800}{188}$$

$$\text{Demanda mensual} = 3\,226.596$$

$$\text{Demanda anual} = 38\,719.152$$

Como resultado se contempla que existe un consumo aparente de 3'226.596 pares de zapatos mensuales. **Debe aclararse que nuestro segmento es el mercado de adultos por lo que del total de la producción el 50% está destinado al público adulto (hombres y mujeres) en iguales proporciones.**

De esta manera queda demostrado que existe suficiente demanda para llevar a cabo el proyecto de importación de plantas importadas. La demanda que se contempla es muy amplia y sería imposible pretender cubrirla por completo, es así que se debe determinar el porcentaje de participación que el proyecto tendrá dentro del mercado. Esta participación está determinada por factores principalmente relacionados con el financiamiento del proyecto, en consecuencia se aspira contar con una participación de mercado equivalente al 2% aproximadamente. Lo que es un porcentaje manejable y contribuirá a la viabilidad del proyecto que se está presentando.

4.5.2 PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

Cuadro N° 26: Proyección de la demanda

Año	Producción total de calzado (año)	Producción de calzado con plantas importadas (año)	50% grupo objetivo - hombres y mujeres adultos
2014	38.719.152	19.359.576	9.679.788
2015	39.137.319	19.568.659	9.784.330
2016	39.560.002	19.780.001	9.890.000
2017	39.987.250	19.993.625	9.996.812
2018	40.419.112	20.209.556	10.104.778
2019	40.855.639	20.427.819	10.213.910
2020	41.296.880	20.648.440	10.324.220
2021	41.742.886	20.871.443	10.435.721
2022	42.193.709	21.096.854	10.548.427
2023	42.649.401	21.324.701	10.662.350

4.6 CUANTIFICACIÓN DE LA OFERTA

4.6.1 DEFINICIÓN

“Se puede definir a la oferta como a la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores están dispuestos a ofrecer al mercado a un precio determinado y en un espacio definido de tiempo.” (BACA URBINA, 1988)

Al igual que en el caso de la demanda, señalaremos un conjunto de factores que determinan la oferta de un empresario individual. Estos son la tecnología, los precios de los factores productivos (tierra, trabajo, capital) y el precio del bien que se desea ofrecer. La oferta no puede considerarse como una cantidad fija, sino como una relación entre cantidad ofrecida y el precio al cuál dicha cantidad se ofrece en el mercado. El objetivo de cuantificar la oferta es determinar o medir las cantidades de los bienes o servicios que una economía de una región o país en las condiciones dadas puede y desea ofertar en el mercado, la variable de la oferta, al igual que la demanda está en función de algunos factores, como son los precios en el mercado del producto, los apoyos gubernamentales, etc. Es importante aclarar que al no tener un

referente exacto de oferta en el mercado se basara únicamente en el total de la demanda de la cual se obtendrá un % que será asumido como demanda insatisfecha para el proyecto.

4.7 DEMANDA INSATISFECHA

“Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo”. (BACA URBINA, 1988)

Para la mayoría de los miles de productos existentes no existen suficientes datos de oferta y demanda. Esto conduce al problema de no poder calcular la demanda insatisfecha. Para muchas personas podría parecer lógico el hecho que no poder calcular una demanda insatisfecha en forma numérica implica que ésta no existe y, al no existir, el estudio del nuevo proyecto deberá detenerse, pues no hay mercado por satisfacer. Por supuesto esta forma de pensar es totalmente errónea.

El cálculo de la demanda insatisfecha se realiza a través de proyecciones de la oferta y la demanda. Debido al tipo de producto que se ofrece, se obtiene que la oferta sea igual a la demanda, esto es que se produce (Importa) únicamente lo que se va a vender. Este es el caso de una demanda insatisfecha no saturada “es la que se encuentra aparentemente satisfecha pero que se puede hacer crecer mediante el uso adecuado de herramientas de mercadeo como las ofertas y la publicidad. Se detalla a continuación un cuadro explicativo de los cálculos que se ha realizado para obtener la demanda potencial de la prestación del servicio. La proyección está dada incrementándose el 1.08% anual a la población, este porcentaje representa la tasa de crecimiento anual de la población. **La demanda para el proyecto está considerada en el 2% de total de la demanda insatisfecha.**

Cuadro N° 27: Demanda insatisfecha del producto

Año	Producción total de calzado (año)	Producción de calzado con plantas importadas (año)	50% grupo objetivo - hombres y mujeres adultos	2% demanda para el proyecto
2014	38.719.152	19.359.576	9.679.788	193.596
2015	39.137.319	19.568.659	9.784.330	195.687
2016	39.560.002	19.780.001	9.890.000	197.800
2017	39.987.250	19.993.625	9.996.812	199.936
2018	40.419.112	20.209.556	10.104.778	202.096
2019	40.855.639	20.427.819	10.213.910	204.278
2020	41.296.880	20.648.440	10.324.220	206.484
2021	41.742.886	20.871.443	10.435.721	208.714
2022	42.193.709	21.096.854	10.548.427	210.969
2023	42.649.401	21.324.701	10.662.350	213.247

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: Mishelle Rivera

4.8 COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

La importación de suelas desde Buenos Aires - Argentina al Ecuador es una gran oportunidad para el desarrollo de la industria del calzado nacional, ya que mejora la calidad del producto y le da un valor agregado. El proyecto, es viable desde el punto de vista de la demanda y la oferta. De acuerdo al presente estudio se concluye que existe acogida por parte de la población del sector productivo de calzado con lo que se puede determinar que existe suficiente demanda para el proyecto en mención.

4.9 COMERCIALIZACIÓN DEL SERVICIO

Comercialización Interna

La comercialización en la ciudad de Quito se planea ejecutar al por menor mediante las siguientes dos vías de distribución: La primera es con la apertura de un local de venta para los microempresarios o personas en general interesadas en adquirir el producto. El local se encontrara ubicado en la zona centro de la ciudad. Las ventas se harán por cortes o por metros.

La segunda técnica que se aplicará para la comercialización es la venta directa a los microempresarios y talleres.

4.9.1 FILOSOFÍA EMPRESARIAL

Misión

Ofrecer a nuestros clientes un servicio amigable, seguro, profesional y eficiente; que lleve al crecimiento integral de nuestra organización, al bienestar y satisfacción de nuestros clientes, intermediarios y empleados, y a la vez contribuir al cuidado, protección y manejo del medio ambiente.

Visión

Ser una de las empresas más reconocidas en la importación y comercialización de productos, buscando la satisfacción del cliente, cumpliendo siempre con las normas de calidad y seguridad y de esta manera obtener la más adecuada retribución financiera.

Objetivos

- Mejorar los procesos del servicio por medio de círculos de calidad, enmarcados dentro de índices de gestión para determinar la satisfacción del cliente y la productividad laboral.
- Promover el desarrollo social y económico de la zona, favoreciendo al nivel de vida.

4.9.2 MERCADO META

Se considera que los segmentos de mercado deberían tener el siguiente perfil: distribuidores y fabricantes de las principales ciudades de Ecuador.

4.9.3 MIX DE MARKETING

El segundo paso del desarrollo de una estrategia de marketing es crear y mantener una mezcla de marketing satisfactoria. El término mezcla de marketing se refiere a las cuatro actividades de marketing: producto (servicio), precio, distribución y promoción, que una empresa puede controlar para el logro de los objetivos específicos en un entorno de mercado dinámico. El comprador o mercado meta son el centro de todas las actividades de marketing. (HIRT, 2004)



Gráfico N° 27: La Mezcla de Marketing

Elaborado por: Mishelle Rivera

Fuente: Introducción a los negocios en un mundo cambiante, Pág. 370

PRODUCTO

El proyecto estará orientado a importar y comercializar plantas para calzado, cada una de las personas que labore en la empresa estará capacitada para ofrecer una buena atención al cliente, obteniendo de esta manera una característica principal que beneficiará a la empresa



Gráfico N° 28: Modelo de planta de calzado

DISTRIBUCIÓN

Ni siquiera el mejor producto del mundo tiene éxito si la organización no lo pone a la venta donde y cuando los clientes quieran comprarlo. Se debe analizar diversos aspectos de la estrategia de distribución, como los canales de distribución de los productos, la intensidad de cobertura del mercado y el manejo físico de los productos durante la distribución misma (HIRT, 2004).

El proyecto cuenta con un canal de distribución directo ya que únicamente participa el Productor y el Consumidor.

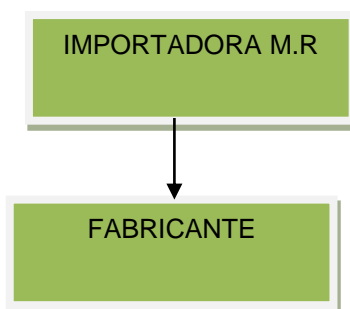


Gráfico N° 29: Canal de distribución

Elaborado por: Mishelle Rivera

De la comercialización del producto dentro y fuera de la ciudad de Quito se encargará el departamento comercial de la empresa.

PROMOCIÓN

Respecto al mix promocional la estrategia fundamental será la publicidad a través de medios electrónicos para lo cual se requiere crear una página Web en el Internet, lo que permitirá direccionar de mejor manera los esfuerzos publicitarios al mercado meta. Utilizar marketing directo, esto exige disponer de una base de datos de los clientes e instituciones que forman parte del grupo objetivo. Implantar la imagen corporativa, para estandarizar todos los elementos de promoción, posicionamiento, logotipo, material informativo, etc. Optimizar la

publicidad en medios masivos, canalizándola hacia medios más exclusivos, que lleguen al segmento escogido.

Objetivos

Presentar las promociones del proyecto a distribuidores y fabricantes de calzado, para darnos a conocer en los clientes potenciales como una alternativa.

PRECIO

“Fijar precio es un problema cuando una compañía debe determinarlos por primera vez. Esto sucede cuando la empresa desarrolla o adquiere un producto, cuando introduce su producto regular en un nuevo canal de distribución o área geográfica y cuando entra a una licitación para un nuevo contrato de trabajo. Una empresa debe decidir dónde situar su producto en calidad y precio.” (KOTLER, 1998)

Kotler sugiere nueve estrategias posibles de precio – calidad, como puede verse en la figura siguiente.

		ALTO		
			MEDIO	BAJO
CALIDAD DEL PRODUCTO	ALTA	Estrategia Superior	Estrategia de valor alto	Estrategia de valor superior
	MEDIA	Estrategia de cobro en exceso	Estrategia de valor medio	Estrategia de valor bueno
	BAJA	Estrategia de ganancia violenta	Estrategia de economía falsa	Estrategia de economía

Gráfico N° 30: Nueve estrategias de precio calidad

Fuente: KOTLER, Philip; Dirección de mercadotecnia, Octava Edición, Editorial Prentice Hall Hispanoamérica, México, 1998.

Aplicando lo propuesto por Kotler y del análisis de la oferta de la competencia se puede determinar que la estrategia más adecuada para el proyecto es la estrategia de valor alto, en otras palabras, se quiere enviar un mensaje al cliente de que: “nuestro producto tiene una calidad tan alta como el número uno, pero cobramos menos.

- *Precio para la penetración en el mercado:* Se establecerá un precio bajo para atraer a los clientes y ganar gran participación en el mercado.
- *Descuentos:* Se entregará por volumen y pronto pago.
- *Igualar el precio de la competencia:* Se basarán normalmente a un promedio que se maneje nuestra competencia. Teniendo en consideración lo expuesto anteriormente, los precios deberán fijarse en función de la competencia

Para analizar la competencia hemos buscado a las principales empresas proveedoras de suelas para el calzado en el Ecuador:

- Comercializadora grupo Canguro (productor)
- Col- Import
- Dima (Impotador)
- Fasia(Productor suelas poliuretano, pvc)
- Gamasuelas (Importador)
- Guerrero del caucho (Productor suelas caucho)
- La Fortaleza (productores de suelas de poliuretano)
- Macanguro Ecuador (Importador)
- Miguel R. Garcia (Importador)
- Multisuelas (Importador)
- Suelas Amazonas S.A (productor suelas caucho)
- Tropisuelas (Importador)

Con todos estos antecedentes y de acuerdo a la información de mercado se obtuvo que los precios promedios de suelas (plantillas) de calzado de similares características a las que nosotros importaremos y comercializaremos en el país son:

Cuadro N° 28 Precios de la competencia de suelas

Hombres	Precio
Casual	Ecuatoriana 5.50 importada 6.50
Formal	Ecuatoriana 6.00 importada 7.00
Deportivo	Ecuatoriana 5.80 importada 6.80
Mujeres	Precio
Bailarina	Ecuatoriana 5.20 importada 6.20
Deportivo	Ecuatoriana 4.20 importada 7.20
Casual de Taco	Ecuatoriana 5.80 importada 6.80

CAPÍTULO V

5 ESTUDIO TÉCNICO - CONSOLIDACION EMPRESARIAL

5.1 INTRODUCCIÓN

El Estudio Técnico tiene la finalidad de determinar la localización óptima del proyecto, determinar el tamaño más conveniente, analizar la disponibilidad y el costo de los suministros e insumos, identificar y describir los procesos y por último analizar la determinación de la organización humana y jurídica que se requiere para la correcta operación del proyecto; es importante debido a que en cada fase se puede conocer si es factible o no el proyecto. Mediante el estudio técnico se busca encontrar respuesta a las siguientes preguntas: ¿Dónde? ¿Cuánto? ¿Cuándo? ¿Cómo? y ¿Con qué? producir, es decir, con el estudio técnico - operativo de un proyecto comprende todo a todo aquello que tiene relación con el funcionamiento y operatividad del proyecto. (BACA URBINA, 1988)

5.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO TÉCNICO

- Evaluar la posibilidad técnica de brindar el servicio.
- Determinar el tamaño óptimo del proyecto.
- Determinar la localización más adecuada de las instalaciones.
- Determinar los equipos que se utilizarán para la implementación del proyecto.
- Determinar los procesos de producción del servicio.
- Determinar el tipo de instalaciones y toda la organización requerida para poner en marcha el proyecto.

5.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

“El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada, y se expresa en unidades de producción por año”. (BACA URBINA, 1988)

Además el tamaño del proyecto desde el punto de vista físico está determinado por factores tales como: la demanda, insumos y suministros, tecnologías y equipos, financiamiento y organización.

5.3.1 LA DEMANDA

Al realizar el estudio de mercado se demostró que los resultados arrojados por la investigación es viable para la ejecución del proyecto, se ha escogido el factor demanda para determinar el tamaño del proyecto, en el cual, el tamaño óptimo del proyecto propuesto solo puede aceptarse en el caso de que la demanda insatisfecha sea ampliamente superior a dicho tamaño que deberá cubrir un mínimo porcentaje de dicha demanda no más de un 3% siempre y cuando haya mercado libre. La demanda del proyecto estará compuesta por talleres y artesanos del país, congregados en las principales ciudades. De acuerdo a las encuestas realizadas para el estudio de mercado del proyecto, obtuvimos que el 86% de la población considera que sus utilidades podrían mejorar si utiliza en su producción plantas importadas; toda ésta información nos permite conocer que existe un alto índice de aceptación hacia la instalación de la empresa importadora y comercializadora de plantas de zapatos.

5.3.2 SUMINISTROS E INSUMOS

Con el fin de que los suministros e insumos no sean un impedimento para el desarrollo del proyecto se debe asegurar que los proveedores abastezcan de mercadería en las cantidades necesarias y al tiempo justo.

5.3.3 TECNOLOGÍA Y EQUIPOS

En este factor no solamente se toman en cuenta la tecnología y equipos si no también los métodos y técnicas que se utilizan en las diferentes empresas para agilizar la importación de sus productos.

5.3.4 FINANCIAMIENTO

Actualmente las líneas de financiamiento presentan gran apertura para el desarrollo de proyectos de inversión. Así la Corporación Financiera Nacional, a través de la banca privada, incentiva la inversión mediante la concesión de créditos que ayudan a financiar los proyectos. De esta manera se ha establecido el financiar en un 70% el proyecto a través del préstamo a instituciones financieras y un 30% con capital propio proveniente de los accionistas de la empresa. Por lo tanto el financiamiento no es un impedimento para la realización del proyecto.

5.3.5 ORGANIZACIÓN

Para la ejecución del proyecto es necesario contratar especialistas en el área, que coordinen las actividades de importación y comercialización de los productos, profesionales en marketing, contador, secretaria, recepcionistas y demás personal que se requiera. Es indispensable asegurarse que la empresa cuente con el personal adecuado en cantidad y calidad. Concluimos que ninguno de estos factores es limitante para la puesta en marcha de este proyecto.

5.4 LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

La localización tiene como propósito encontrar la ubicación más ventajosa para el proyecto; es decir; cubriendo las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyen a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto. (MIRANDA, 2002)

La localización del proyecto determina el éxito o fracaso del mismo. Esta no obedecerá no solo a criterios estratégicos, sino también a criterios económicos, instituciones e inclusive a preferencias emocionales que se puede detectar mediante los resultados obtenidos del estudio de mercado. El objetivo general de este punto es, por supuesto, llegar a determinar el sitio donde se instalará la empresa. El estudio de localización considera dos niveles de estudio; la macrolocalización y la microlocalización.

“La localización óptima del proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el costo unitario mínimo.” (BACA URBINA, 1988)

5.4.1 MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto se ubicará geográficamente en el sur de la ciudad de Quito, en el sector de La Magdalena, es una parroquia urbana en el norte del sur de la ciudad de Quito, nombrada así por María Magdalena. La parroquia se encuentra al sur de la loma de El Panecillo. Es una parroquia de gran movimiento económico, tiene una población de 50.000 personas Planteles, seis colegios grandes, cuenta con el Centro de Salud Número 5, tiene varios espacios verdes, 3 parques, Parque Central, Parque conocido como de la Luna y el nuevo Plaza Parque, junto a la estación de transferencia del Metro de Quito. Cuenta con varios centros comerciales y supermercados, así como sucursales de la mayoría de entidades financieras. En julio se celebra la fiesta de Santa María Magdalena su patrona, los festejos se inician con la novena en la Iglesia parroquial. Algo peculiar del barrio es que allí se ubican las lavanderías más antiguas de la ciudad. Pero su mayor orgullo es su banda de pueblo “la más antigua de Quito”. Las

calles de este barrio llevan el nombre de príncipes y princesas indígenas. La Iglesia se encuentra en las calles Quisquis y Cañaris. La patrona es Santa María Magdalena. Actualmente se encuentran ubicados 4 barrios en la Parroquia La Magdalena: Barrio 5 de Junio, Urbanización La Barahona, Barrio San José de La Magdalena y La Magdalena.

5.4.2 MICROLOCALIZACIÓN

Consiste en el análisis exhaustivo donde se va a ubicar exactamente el proyecto. La zona escogida para la microlocalización del proyecto es la Parroquia La Magdalena, por consideración de los factores:

5.4.2.1 MERCADO

El peso del mercado en el proyecto es alto, en razón que influye directamente con la viabilidad de realizarlo. En relación a la competencia se puede mencionar que en la zona no existen distribuidores de plantas de calzado. El enfoque del proyecto es aprovechar los recursos del sector al máximo, para obtener ventajas competitivas en el mercado.

5.4.2.2 SERVICIOS BÁSICOS

Los servicios básicos son indispensables para el funcionamiento de la empresa, por eso su peso es alto. El proyecto contará con todos los servicios básicos como:

- Agua Potable
- Electricidad y alumbrado público
- Alcantarillado
- Servicio telefónico
- Vías de Primer y segundo orden
- Recolección de Basura.

5.4.2.3 VÍAS DE ACCESO Y COSTOS DE TRANSPORTE

En lo que se refiere a vías de acceso, el peso es alto, en razón que son indispensables las carreteras para acceder al proyecto, así mismo su calificación es buena porque la vía principal es de primer orden y se encuentra en muy buen estado.

5.4.2.4 PROVEEDORES Y DIPONIBILIDAD DE FUENTES DE ABASTECIMIENTOS

Son un factor en el que no existe dificultad, porque se cuenta con establecimientos relativamente cercanos que nos proveerán de los insumos necesarios para la empresa.

5.4.2.5 MANO DE OBRA

El peso y la calificación asignados a la mano de obra es alta, debido a que la ubicación de la empresa no es alejada.

5.4.2.6 MARCO LEGAL

El peso del marco legal es relativamente alto, a razón que si no se cuenta con los debidos permisos no se puede llevar a cabo el proyecto, la calificación es alta, porque se tiene la ventaja de contar con el apoyo por parte del gobierno, lo cual nos brinda la facilidad de los trámites para instalar la empresa.

5.5 INGENIERÍA DEL PROYECTO

La ingeniería del proyecto tiene como objetivo resolver todo lo que se refiere a la instalación y funcionamiento de la empresa. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y

maquinaria, se determina la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización que habrá de tener el proyecto (BACA URBINA, 1988).

5.5.1 PROCESO DEL SERVICIO



Gráfico N° 31: Flujograma del proceso de producción del servicio de la Empresa

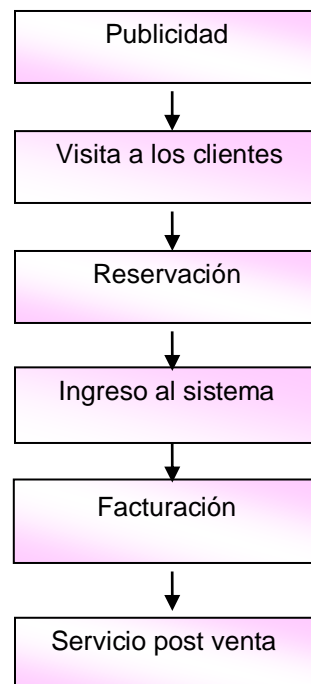


Gráfico N° 32: Proceso de comercialización

5.5.2 ASPECTOS LEGALES

Los requisitos para el funcionamiento del proyecto comprenden: Minuta de compañía, RUC, Patente municipal, Licencia de funcionamiento, Permiso del cuerpo de bomberos

5.5.2.1 MINUTA DE COMPAÑÍA

En cuanto a los aspectos legales, es importante especificar el tipo de compañía se va a constituir para de este modo poder registrar la empresa en las entidades gubernamentales. En anexo se adjunta la minuta de la compañía

5.5.2.2 RUC

- Original y copia de cédula de identidad y papeleta de votación
- Planilla de pago de servicios básicos, (agua, luz, teléfono)
- Para personas jurídicas incluir la escritura de constitución de la empresa
- Presentar el nombramiento del representante legal.
- Contrato de arrendamiento del lugar donde opera la empresa.

5.5.2.3 PATENTE MUNICIPAL

El Municipio del Cantón Quito necesita para la apertura y registro de locales nuevos los siguientes requisitos:

- Planilla de inspección y solicitud de inspección
- Copias de carnets de salud ocupacional
- Copia de la cédula del representante legal
- Copia del RUC del establecimiento
- Copia certificada del Cuerpo de Bomberos

5.5.2.4 PERMISO DEL CUERPO DE BOMBEROS

Solicitar la inspección respectiva en la Unidad operativa del Control de Prevención de Incendios del Municipio. Luego de realizada la inspección, el personal de Inspectores del cuerpo de Bomberos, emitirá un INFORME DE INSPECCION, en el cual contendrá una información detallada sobre el cumplimiento o el incumplimiento de las respectivas normas del Sistema de Prevención y Control de Incendios, el cual constará de un original y una copia, en donde el informe original reposará en los archivos de la institución y la copia quedará en manos del propietario o representante legal del comercio revisado.

De acuerdo al REGLAMENTO DE PREVENCION DE INCENDIOS, las principales normas que deberá cumplir un comercio para que dicho Informe de inspección sea favorable serán por ejemplo: tener el o los extintores de acuerdo al material manejado en los comercios y de acuerdo al área física de las instalaciones, además deberá contar con un sistema eléctrico en buenas condiciones, el cual deberá ser interno en el mejor de los casos (dentro de paredes). En el caso de ser extremo deberá estar debidamente entubado en P.V.C. y bien organizado, a fin de evitar corto circuitos. También se deberá manejar el local con buena ventilación en cuanto a fábricas y empresas de alto riesgo se deberá utilizar en sistema de Incendios adecuado y recomendado por el Señor Inspector. El embodegamiento se lo hará de acuerdo al material y al tipo de combustibles.

5.6 REQUERIMIENTOS DE INVERSIÓN

En este punto se detalla lo necesario para la puesta en marcha del proyecto y posteriormente para su funcionamiento. Cuando llega el momento de decidir sobre la compra del equipo y maquinaria, se deben tomar en cuenta una serie de factores que afecten directamente a la elección, como los que se señalan a continuación:

- El tipo de proveedor que presentará las cotizaciones.
- El precio para el cálculo de la inversión inicial.

- La capacidad, ya que de esto depende el número de producto a adquirirse.
- El costo de mantenimiento.
- Infraestructura necesaria. Comprende divisiones modulares y de espacio de embodegamiento
- Costos de instalación y puesta en marcha.

La descripción de los equipos va de acuerdo a las necesidades del proceso productivo. Se ha realizado la correspondiente investigación de la infraestructura que va a adquirir la empresa importadora. Se ha cotizado en varios lugares que fabrican y distribuyen los equipos necesarios que componen la infraestructura del proyecto.

5.6.1 LOCAL

Se requerirá de un espacio de 220 metros de oficina y 250 metros destinados para bodega. Este local es de propiedad de uno de los socios por lo que se consignará un pago de arriendo módico.

5.6.2 INSTALACIONES

En esta área se destinarán los siguientes espacios:

- Área administrativa: se compone de la recepción, sala de espera, gerencia, contabilidad, coordinación, sala de juntas, secretaría y baterías sanitarias.
- Área de bodega: recepción de inventario, sala de reunión y baterías sanitarias.

5.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Los organigramas señalan la vinculación que existe entre sí de los departamentos a lo largo de las líneas de autoridad principales. Conforme vaya creciendo la empresa se requerirá modificar la organización, y por ello es imprescindible referirse en este capítulo a temas

relacionados con la estructura organizacional. Toda organización actual debe tener su ideología, es decir, su cultura bien sustentada y firme. A continuación se presenta el organigrama propuesto para el proyecto en estudio.

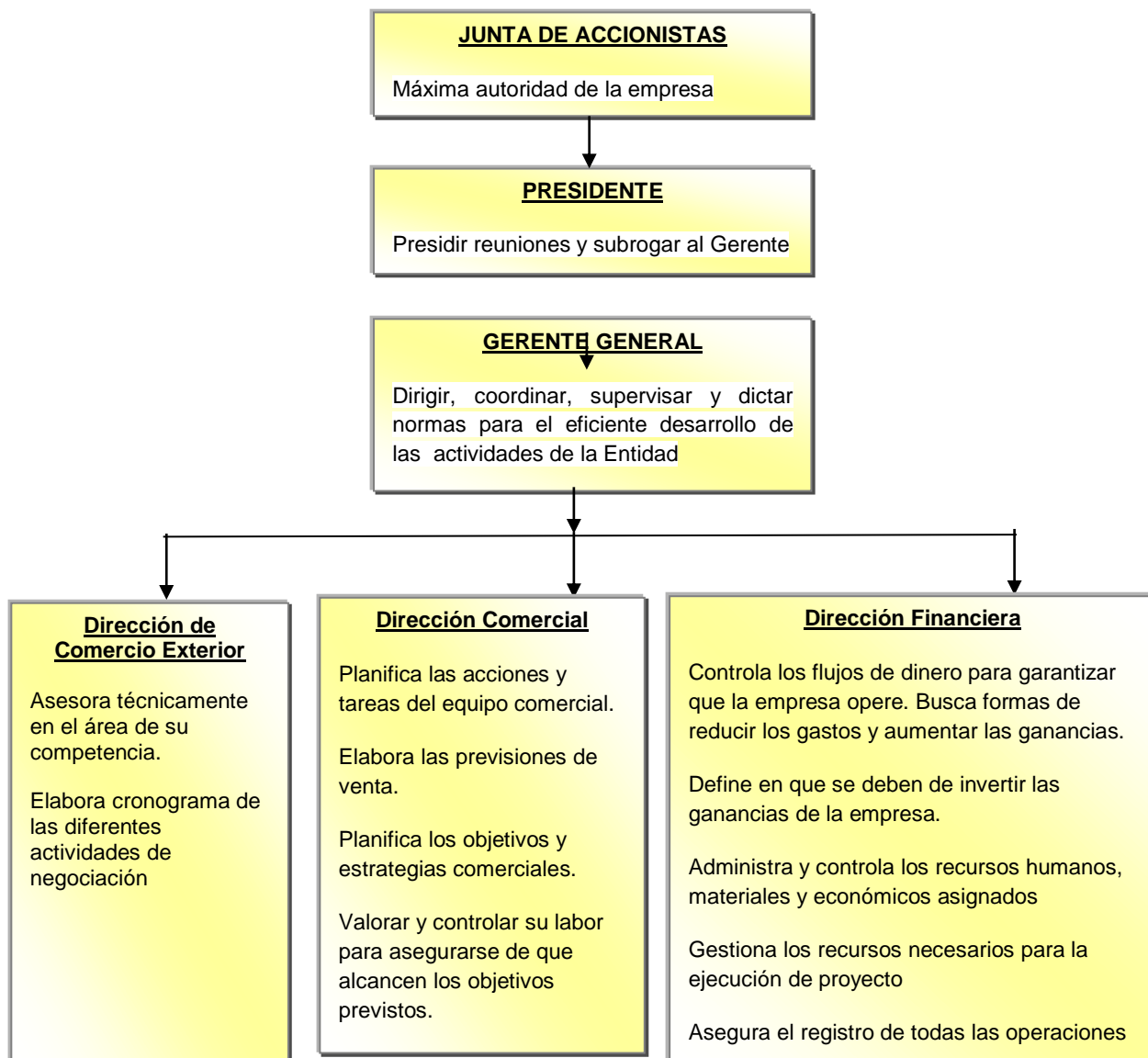


Gráfico N° 33: Organigrama estructural y funcional del proyecto

Elaborado por: Mishelle Rivera

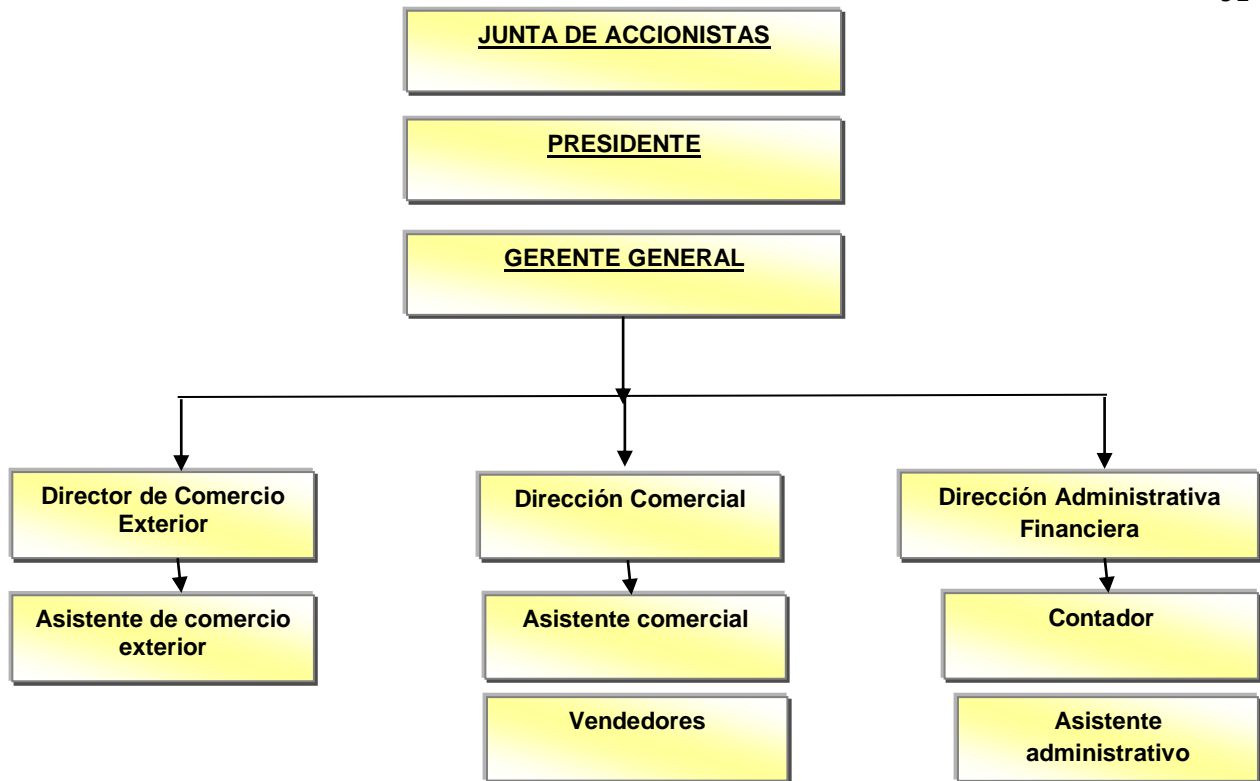


Gráfico N° 34: Organigrama Posicional del Proyecto

Elaborado por: Mishelle Rivera

CAPÍTULO VI

6 ESTUDIO FINANCIERO

6.1 INVERSIÓN Y FINANCIAMIENTO

6.1.1 INVERSIÓN

La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo. El objetivo de este capítulo es definir exactamente cuál será el valor total de la inversión del proyecto. Para el presente caso la inversión total es de \$116.979,10 de los cuales el 72,66%, es decir \$85.000 dólares se tomarán en crédito financiero y la diferencia es el aporte que los socios hacen.

Cuadro 29: Inversión del proyecto

RUBRO	VALOR
Activos fijos	14.639,22
Activos diferidos	2.314,67
Capital de trabajo	100.025,22
TOTAL	116.979,10

6.1.2.1 ACTIVOS FIJOS

En este rubro se detalla la inversión que se requiere hacer en bienes que sirvan de apoyo para la operación normal del proyecto. El total de las inversiones en activos fijos o tangibles es de 14.639,22 dólares.

Cuadro 30: Resumen de activos fijos

RUBRO	VALOR
Adecuaciones	5.712,00
Equipo de oficina	1.597,58
Equipo de computación	3.044,50
Muebles y enseres oficina	3.371,22
Mobiliario oficina	913,92
TOTAL	14.639,22

ADECUACIONES:

El proyecto requerirá invertir en divisiones modulares en sus instalaciones

Cuadro 31: Adecuaciones

RUBRO	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Divisiones modulares	5.000,00	5.000,00
SUBTOTAL		5.000,00
IVA		600,00
SUBTOTAL + IVA		5.600,00
IMPREVISTO 2%		112,00
TOTAL		5.712,00

EQUIPOS DE OFICINA:

En el rubro equipo de oficina se contemplan los siguientes ítems que se requerirá para el desarrollo del proyecto.

Cuadro 32: Equipo de oficina

	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Central telefónica 8 ext.	1	425,00	425,00
Fax	2	133,48	266,96
Cortapicos	8	3,31	26,48
Calculadoras de escritorio	8	85,00	680,00
SUBTOTAL			1.398,44
IVA			167,81
SUBTOTAL + IVA			1.566,25
IMPREVISTO 2%			31,33
TOTAL			1.597,58

EQUIPO DE COMPUTACIÓN

Cuadro 33: Equipo de computación

RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Computador clone Pentium IV	4	595,00	2.380,00
Impresora multifunción	1	285,00	285,00
SUBTOTAL			2.665,00
IVA			319,80
SUBTOTAL + IVA			2.984,80
IMPREVISTO 2%			59,70
TOTAL			3.044,50

MUEBLES Y ENSERES DE OFICINA

Cuadro 34: Muebles y enseres de oficina

RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
Estaciones gerenciales	3	220,00	660,00
Estación de trabajo 150 cm x 165	2	160,00	320,00
Estación de trabajo frente	2	140,00	280,00
Mesa de reuniones de 8 personas	1	150,00	150,00
Archivadores de 4 gavetas	2	60,00	120,00
Counter de recepción	1	185,00	185,00
Sillas de visita	10	20,00	200,00
Sillones presidente	2	140,00	280,00
silla de secretaria	4	70,00	280,00
Sillón tripersonal	1	140,00	140,00
Archivadores aéreos	4	84,00	336,00
SUBTOTAL			2.951,00
IVA			354,12
SUBTOTAL + IVA			3.305,12
IMPREVISTO 2%			66,10
TOTAL			3.371,22

MOBILIARIO DE BODEGA

Cuadro 35: Mobiliario de bodega

RUBRO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
ESTANTERIAS	10	60	600,00
PALETS	10	20	200,00
SUBTOTAL			800,00
IVA			96,00
SUBTOTAL + IVA			896,00
IMPREVISTO 2%			17,92
TOTAL			913,92

6.1.2.2 ACTIVOS DIFERIDOS

La inversión en activos diferidos se compone por los pagos realizados por adelantado, que en el proyecto estarán conformados por el estudio de factibilidad, los gastos de constitución de la empresa, instalación, puesta en marcha, sus registros y licencias. Su costo será de 2.358,24 dólares.

Cuadro 36: Resumen de activos diferidos

RUBRO	VALOR
Estudio de prefactibilidad	1.000,00
Gastos de constitución	800,00
Ministerio de ambiente	118,00
Bomberos	36,00
Token de Aduana	77,28
Municipio	238,00
SUBTOTAL	2.312,00
2% Imprevistos	46,24
TOTAL	2.314,67

6.1.2.3 INVERSIONES EN CAPITAL DE TRABAJO

Las inversiones que incurren en el capital de trabajo son el conjunto de recursos necesarios para la operación normal del proyecto durante el inicio del mismo, hasta que genere sus propios ingresos, son gastos inmediatos como materia prima, mano de obra directa, mano de obra indirecta, etc. Dentro de los gastos administrativos solo se considera para el capital líquido de trabajo los reglones donde se hacen erogaciones de dinero como son los sueldos y salarios, suministros y el pago de seguros. El capital de trabajo tendrá un valor de 100.025,22 dólares mensuales.

Cuadro 37: Capital de trabajo

RUBROS	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Costos operativos	83.129,44	997.553,31
Gastos administrativos	15.152,62	181.831,48
Gastos de ventas	1.050,60	12.607,20
Gastos financieros	692,55	8.310,64
TOTAL	100.025,22	1.200.302,63

6.1.3 FINANCIAMIENTO

El financiamiento de un proyecto se constituye en parte fundamental de este, parte es solventado por un capital prestado, con una tasa de interés y a un plazo determinado. Para la elección correcta de la fuente de financiamiento se deberá estudiar con precisión los costos del proyecto a fin de obtener utilidades en la empresa.

Para el presente proyecto se ha creído oportuno incurrir a un crédito empresarial, por lo que luego de un análisis entre algunas instituciones financieras, se ha decidido realizarla con el Banco Internacional, ya que este nos financiará el 72,66% de la inversión total del proyecto, obviamente luego de soportar todas las garantías necesarias, el valor del préstamo es de \$ 85.000 dólares, con un interés del 11,28% anual y a 3 años plazo con pagos mensuales de \$ 2.794,08 dólares.

Cuadro 38: Estructura del financiamiento

Financiamiento		%
Capital Social	31.979,10	27,34%
Préstamo Bancario	85.000,00	72,66%
Total Financiamiento	116.979,10	100,00%

Cuadro 39: Estructura de fuentes y uso del financiamiento

RUBRO DE INVERSIÓN	Valor total 100%	recursos propios		endeudamiento	
		valor	%	valor	%
Activos fijos	14.639,22	14.639,22	12,51%		
Activos diferidos	2.314,67	2.314,67	1,98%		
Capital de trabajo	100.025,22	15.025,22	12,84%	85.000	72,66%
TOTAL	116.979,10	31.979,10	27,34%	85.000	72,66%

En este cuadro se quiere explicar la distribución que se dará a los recursos propios que aportarán los socios, así como el préstamo que se tomará en una institución bancaria en el total de la inversión.

CAPÍTULO VII

7 COSTOS E INGRESOS

7.1 COSTOS DEL PROYECTO

En una empresa se puede distinguir tres funciones básicas: producción, ventas y administración. Para llevar a cabo cada una de estas funciones la empresa tiene que efectuar varios desembolsos. Se deberá también estimar y distribuir los costos del proyecto en términos totales y unitarios que serán generados por el estudio de mercado, técnico y financiero.

7.1.1 COSTOS DE OPERACIÓN

Son los desembolsos necesarios para **funcionar y producir** rentabilidad en el negocio, es decir que intervienen directamente en el proceso productivo.

Cuadro 40: Gastos operacionales

RUBRO	VALOR
Mano de obra	18.112,43
Materiales directos o mercadería	979.440,88
TOTAL	997.553,31

7.1.1.1 MANO DE OBRA

Cuadro 41: Mano de obra

Rubro	Cant	valor unitario mensual	valor total mensual	valor total anual	Aporte IESS	Déimo cuarto	Décimo tercero	Salarios más beneficios de ley
Estibadores	2	450,00	900,00	10.800,00	1.009,80	318	450,00	12.577,80
Personal de aseo	1	340,00	340,00	4.080,00	381,48	318	400,00	5.179,48
SUBTOTAL								17.757,28
Imprevisto 2%								355,15
TOTAL								18.112,43

7.1.1.2 MATERIALES DIRECTOS O MERCADERIA A COMERCIALIZAR

Aparecen aquí los insumos y materiales que son fundamentales para la producción del servicio, es decir la mercadería que se comercializará en el país. Es importante mencionar que el término materiales directos son términos contables fijos que se refieren a la producción u operación del proyecto, en nuestro caso no es que se realice ninguna fabricación o elaboración pero se constituyen en la materia para la comercialización y por ende la efectivización del proyecto. En el cuadro siguiente se puede tener una clara apreciación de estos rubros:

Cuadro 42: materiales directos o mercadería a comercializar

RUBRO	CANT.	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Plantas	16.133	4,96	80.019,68	960.236,16
SUBTOTAL			80.019,68	960.236,16
IMPREVISTO 2%			1.600,39	19.204,72
TOTAL			81.620,07	979.440,88

Es importante indicar que el costo de cada par de plantas para calzado se lo obtiene de la siguiente forma:

Cuadro 43: cálculo del costo de producto

Descripción	Precio Unitario FOB	Cantidad Unidades	Total FOB Argentina
cod. 4701	USD 2,95	2.000,00	5.900,00
cod. 4120	USD 3.25	2.000,00	6.500,00
cod. 4125	USD 3.15	2.000,00	6.300,00
cod. 4098	USD 3,15	2.000,00	6.300,00
cod. 5910	USD 2,65	2.000,00	5.300,00
		FOB ARGENTINA	30.300,00
		FLETE BUENOS AIRES- QUITO SEGURO	7.326,00
			60,00
		COSTO CIP	37.686,00

Derechos e impuestos

1.- Ad Valorem	15% del CIF	5652,9
2.- Fodinfra	0.5% del CIF	188,43
3.-Iva	12%(CIF+ ADV+FOD)	5223,2796
4.- Impuesto a la salida de divisas (1% del CIF)		376,86

Gastos de Desaduanización

1.- Agente Aduanero	250
2.- Almacenaje	190

TOTAL COSTO 49.567,47

COSTO UNITARIO USD. 4,96

7.1.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los gastos que se producen en la empresa para su funcionamiento pero que no intervienen en el proceso productivo, como son: servicios básicos, suministros de oficina, seguros, mantenimiento, depreciaciones y amortizaciones.

Cuadro 44: Gastos Administrativos

RUBROS	VALOR ANUAL
Arriendo	9.792,00
Servicios básicos	5.263,20
Suministros de oficina	1.738,08
Sueldos y salarios	161.570,04
Seguros	612,35
Mantenimiento	219,59
Depreciaciones	2.173,29
Amortización	462,93
TOTAL	181.831,48

7.1.2.1 ARRIENDOS

Corresponde al canon a cancelar mensualmente en concepto de renta de las instalaciones donde opera la empresa.

Cuadro 45: Arriendo

RUBRO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Arriendo oficinas y bodegas	800,00	9.600,00
SUBTOTAL		9.600,00
IMPREVISTO 2%		192,00
TOTAL		9.792,00

7.1.2.2 SERVICIOS BÁSICOS

Comprende los gastos de agua, luz, teléfono, etc., que son utilizados por el área administrativa.

Cuadro 46: Servicios básicos

RUBRO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Agua	10,00	120,00
Energía eléctrica	60,00	720,00
Internet	60,00	720,00
Teléfono	300,00	3.600,00
SUBTOTAL		5.160,00
IMPREVISTO 2%		103,20
TOTAL		5.263,20

7.1.2.3 SUMINISTROS DE OFICINA

Intervienen aquí los suministros necesarios para el desarrollo de las funciones administrativas del proyecto, entre éstos tenemos:

Cuadro 47: Suministros de oficina

RUBRO	VALOR TOTAL MENSUAL	VALOR TOTAL ANUAL
Lápices y esferos	10,00	120,00
Resaltadores	8,00	96,00
Tarjetas de presentación	20,00	240,00
Hojas membretadas	30,00	360,00
Facturas	24,00	288,00
Tinta para impresora	30,00	360,00
Material de aseo	20,00	240,00
SUBTOTAL		1.704,00
IMPREVISTO 2%		34,08
TOTAL		1.738,08

7.1.2.4 SUELDOS Y SALARIOS

Es el pago de las remuneraciones correspondientes a la secretaria, al gerente general, contador, director de marketing y al mensajero de la empresa.

Cuadro 48: Sueldos y salarios

Rubro	Cant.	valor total mensual	valor total anual	Aporte IESS	Décimo o cuarto	Décimo tercero	Salarios más beneficios de ley
Presidente	1	3.000,00	36.000,00	3.366,00	340,00	3.000,00	42.706,00
Gerente General	1	2.500,00	30.000,00	2.805,00	340,00	2.500,00	35.645,00
Director comercio exterior	1	1.800,00	21.600,00	2.019,60	340,00	1.800,00	25.759,60
Director administrativo financiero	1	1.800,00	21.600,00	2.019,60	340,00	1.800,00	25.759,60
Director comercial	1	1.800,00	21.600,00	2.019,60	340,00	1.800,00	25.759,60
Asistente comercio exterior	1	600,00	7.200,00	673,20	340,00	600,00	8.813,20
Asistente comercial	1	600,00	7.200,00	673,20	340,00	600,00	8.813,20
Asistente administrativo financiero	1	600,00	7.200,00	673,20	340,00	600,00	8.813,20
Ejecutivos de venta	2	700,00	8.400,00	785,40	340,00	700,00	10.225,40
Contador	1	600,00	7.200,00	673,20	340,00	600,00	8.813,20
SUBTOTAL			132.000,00				158.402,00
IMPREVISTO 2%			2.640,00				3.168,04
TOTAL							161.570,04

7.1.2.5 SEGUROS

Es el pago que deberá ser realizado con la finalidad de asegurar ciertos activos fijos en los que ha invertido la empresa.

Cuadro 49: Seguros

Rubro	Valor inversión	3%	Prima neta mensual	Super de bancos 3,5%	Derechos de emisión	Seguro campesino 0,5%	Subtotal	IVA 12%	Total	Total prima anual
Muebles y Enseres oficina	3.371,22	0,03	8,43	0,29	1,50	0,04	10,27	1,23	11,50	137,96
Mobiliario bodega	913,92	0,03	2,28	0,08	1,50	0,01	3,88	0,47	4,34	52,10
Equipo de Oficina	1.597,58	0,03	3,99	0,14	1,50	0,02	5,65	0,68	6,33	75,99
Equipo de computación	3.044,50	0,03	7,61	0,27	1,50	0,04	9,42	1,13	10,55	126,55
Adecuaciones infraestructura	5.712,00	0,03	14,28	0,50	1,50	0,07	16,35	1,96	18,31	219,76
TOTAL										612,35

7.1.2.6 MANTENIMIENTO Y REPARACIÓN

Incluye el rubro que deberá asignarse al mantenimiento que debe recibir la maquinaria y los equipos.

Cuadro 50: Mantenimiento y reparación

RUBRO	VALOR INVERSIÓN	PORCENTAJE 1,5%	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Muebles y Enseres oficina	3.371,22	0,015	4,21	50,57
Mobiliario bodega	913,92	0,015	1,14	13,71
Equipo de Oficina	1.597,58	0,015	2,00	23,96
Equipo de computación	3.044,50	0,015	3,81	45,67
Adecuaciones infraestructura	5.712,00	0,015	7,14	85,68
TOTAL				219,59

7.1.2.7 DEPRECIACIONES

Es el desgaste físico natural de los activos fijos en el transcurso del tiempo.

Cuadro 51: Depreciaciones

RUBRO	VALOR INVERSIÓN	VIDA UTIL	% DEPRECIACIÓN	DEP. ANUAL
Muebles y Enseres oficina	3.371,22	10	10,00	337,12
Mobiliario bodega	913,92	10	10,00	91,39
Equipo de Oficina	1.597,58	10	10,00	159,76
Equipo de computación	3.044,50	3	33,33	1.013,82
Adecuaciones infraestructura	5.712,00	10	10,00	571,20
TOTAL				2.173,29

7.1.2.8 AMORTIZACIÓN

La amortización sólo se aplica a los activos diferidos o intangibles y eso significa el cargo anual que se hace para recuperar una inversión.

Cuadro 52: Amortización

RUBRO	VALOR INVERSIÓN	VIDA UTIL	% DEPRECIACIÓN	DEP. ANUAL
Activo Diferido	2314,67	5	20	462,93
TOTAL				462,93

7.1.3 GASTOS DE VENTAS

En este rubro incurren todos los gastos relacionados a las ventas que debe abarcar la empresa.

Cuadro 53: Gastos de ventas

RUBRO	C. MENSUAL	C. ANUAL
Promoción y publicidad	500,00	6.000,00
Elaboración Pág. Web	480,00	5.760,00
Hosting Pág. Web	30,00	360,00
Anuncio Pág. Amarillas		240,00
SUBTOTAL		12.360,00
2% DEIMPREVISTO		247,20
TOTAL		12.607,20

7.1.4 GASTOS FINANCIEROS

Son todos los gastos de intereses que se deben pagar por la obligación financiera que adquiera la empresa. En este caso se puede observar los costos en la tabla de amortización. Para el primer año los gastos financieros son de 8.310,64 dólares, ya que el interés es 11,28% anual.

Cuadro 54: Tabla de amortización del crédito

0,940% tasa de interés mensual				monto	\$85.000
N = 36					
Periodos	Inicial	interés	amort	Cuota	final
0					\$85.000,00
1	\$85.000,00	\$799,00	\$1.995,08	\$2.794,08	\$83.004,92
2	\$83.004,92	\$780,25	\$2.013,83	\$2.794,08	\$80.991,10
3	\$80.991,10	\$761,32	\$2.032,76	\$2.794,08	\$78.958,34
4	\$78.958,34	\$742,21	\$2.051,87	\$2.794,08	\$76.906,47
5	\$76.906,47	\$722,92	\$2.071,15	\$2.794,08	\$74.835,32
6	\$74.835,32	\$703,45	\$2.090,62	\$2.794,08	\$72.744,69
7	\$72.744,69	\$683,80	\$2.110,28	\$2.794,08	\$70.634,42
8	\$70.634,42	\$663,96	\$2.130,11	\$2.794,08	\$68.504,30
9	\$68.504,30	\$643,94	\$2.150,13	\$2.794,08	\$66.354,17
10	\$66.354,17	\$623,73	\$2.170,35	\$2.794,08	\$64.183,82

11	\$64.183,82	\$603,33	\$2.190,75	\$2.794,08	\$61.993,08
12	\$61.993,08	\$582,73	\$2.211,34	\$2.794,08	\$59.781,74
13	\$59.781,74	\$561,95	\$2.232,13	\$2.794,08	\$57.549,61
14	\$57.549,61	\$540,97	\$2.253,11	\$2.794,08	\$55.296,50
15	\$55.296,50	\$519,79	\$2.274,29	\$2.794,08	\$53.022,21
16	\$53.022,21	\$498,41	\$2.295,67	\$2.794,08	\$50.726,55
17	\$50.726,55	\$476,83	\$2.317,25	\$2.794,08	\$48.409,30
18	\$48.409,30	\$455,05	\$2.339,03	\$2.794,08	\$46.070,27
19	\$46.070,27	\$433,06	\$2.361,01	\$2.794,08	\$43.709,26
20	\$43.709,26	\$410,87	\$2.383,21	\$2.794,08	\$41.326,05
21	\$41.326,05	\$388,46	\$2.405,61	\$2.794,08	\$38.920,44
22	\$38.920,44	\$365,85	\$2.428,22	\$2.794,08	\$36.492,22
23	\$36.492,22	\$343,03	\$2.451,05	\$2.794,08	\$34.041,17
24	\$34.041,17	\$319,99	\$2.474,09	\$2.794,08	\$31.567,08
25	\$31.567,08	\$296,73	\$2.497,34	\$2.794,08	\$29.069,73
26	\$29.069,73	\$273,26	\$2.520,82	\$2.794,08	\$26.548,91
27	\$26.548,91	\$249,56	\$2.544,52	\$2.794,08	\$24.004,40
28	\$24.004,40	\$225,64	\$2.568,43	\$2.794,08	\$21.435,96
29	\$21.435,96	\$201,50	\$2.592,58	\$2.794,08	\$18.843,39
30	\$18.843,39	\$177,13	\$2.616,95	\$2.794,08	\$16.226,44
31	\$16.226,44	\$152,53	\$2.641,55	\$2.794,08	\$13.584,89
32	\$13.584,89	\$127,70	\$2.666,38	\$2.794,08	\$10.918,52
33	\$10.918,52	\$102,63	\$2.691,44	\$2.794,08	\$8.227,07
34	\$8.227,07	\$77,33	\$2.716,74	\$2.794,08	\$5.510,33
35	\$5.510,33	\$51,80	\$2.742,28	\$2.794,08	\$2.768,06
36	\$2.768,06	\$26,02	\$2.768,06	\$2.794,08	(\$0,00)

Cuadro 55: Resumen de costos y gastos del proyecto

RUBROS	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL
Costos operativos	83.129,44	997.553,31
Gastos administrativos	15.152,62	181.831,48
Gastos de ventas	1.050,60	12.607,20
Gastos financieros	692,55	8.310,64
TOTAL	100.025,22	1.200.302,63

7.1.5 PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DEL PROYECTO

La proyección de los costos del proyecto está dada considerando el 5% de incremento anual, este valor corresponde al de la inflación anual en el país.

Cuadro 56: Proyección de costos

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mano de obra	18.112,43	19.018,05	19.968,95	20.967,40	22.015,77
Materia prima	979.440,88	1.028.412,93	1.079.833,57	1.133.825,25	1.190.516,52
Total costos del servicio	997.553,31	1.047.430,97	1.099.802,52	1.154.792,65	1.212.532,28
Gastos Administrativos	181.831,48	190.923,06	200.469,21	210.985,31	221.534,58
Depreciaciones	2.173,29	2.173,29	2.173,29	1.159,47	1.159,47
Gastos Ventas	12.607,20	13.237,56	13.899,44	14.594,41	15.324,13
Gastos Financieros	8.310,64	5.314,25	1.961,83		
TOTAL	1.202.475,92	1.259.079,13	1.318.306,29	1.381.531,84	1.450.550,46

	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Mano de obra	23.116,55	24.272,38	25.486,00	26.760,30	28.098,32
Materia prima	1.250.042,34	1.312.544,46	1.378.171,68	1.447.080,26	1.519.434,28
Total costos del servicio	1.273.158,90	1.336.816,84	1.403.657,68	1.473.840,57	1.547.532,59
Gastos Administrativos	232.611,31	244.241,87	256.946,61	269.793,94	283.283,63
Depreciaciones	1.159,47	1.159,47	1.159,47	1.159,47	1.159,47
Gastos Ventas	16.090,34	16.894,85	17.739,60	18.626,58	19.557,91
Gastos Financieros					
TOTAL	1.523.020,01	1.599.113,04	1.679.503,35	1.763.420,55	1.851.533,60

7.2 INGRESOS DEL PROYECTO

Los ingresos que genere este proyecto estarán dados desde el inicio de las ventas del producto. Se ha estimado un precio promedio de 6,50 dólares por planta de suela, al inicio del proyecto y luego año a año se irá incrementando un 5% al precio final. El precio promedio se lo ha calculado considerando los diferentes precios de la competencia y marcando un 5% de utilidad. Adicionalmente es interesante aclarar que el 5% de incremento mensual se lo ha planteado en consideración a las políticas fijadas por la empresa.

Cuadro 57: Ingresos del proyecto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Costo Total	1.202.475,92	1.259.079,13	1.318.306,29	1.381.531,84	1.450.550,46
Numero de clientes	193.595,76	195.686,59	197.800,01	199.936,25	202.095,56
Costo Unitario	6,21	6,43	6,66	6,91	7,18
Precio de venta unitario	6,50	6,83	7,17	7,52	7,90
Ingresos Anuales	1.258.372,44	1.335.561,01	1.417.484,32	1.504.432,81	1.596.714,71

	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Costo Total	1.523.020,01	1.599.113,04	1.679.503,35	1.763.420,55	1.851.533,60
Numero de clientes	204.278,19	206.484,40	208.714,43	210.968,54	213.247,01
Costo Unitario	7,46	7,74	8,05	8,36	8,68
Precio de venta unitario	8,30	8,71	9,15	9,60	10,08
Ingresos Anuales	1.694.657,19	1.798.607,47	1.908.934,05	2.026.028,06	2.150.304,62

CAPÍTULO VIII

8 EVALUACIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA

La evaluación financiera forma parte de los diferentes tipos de evaluaciones que son necesarias realizar antes de empezar a comprometer recursos en un proyecto o para determinar objetivos y los impactos generados por un proyecto.

La evaluación financiera es la más importante para la toma de decisiones de un proyecto de interés privado, además identifica, desde el punto de vista de un inversionista o de un participante en el proyecto, los ingresos y egresos atribuibles a la realización del proyecto y en consecuencia, la rentabilidad generada por el mismo en términos de valores.

8.1 ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

Al iniciar sus labores el proyecto cuenta con la siguiente situación:

Cuadro 58: Estado de situación inicial

ACTIVOS		PASIVO	
		S	
<u>Activo Corriente</u>		<u>Pasivos a Largo Plazo</u>	
		Préstamo Largo Plazo	85.000,0 0
Caja/Bancos	100.025,2 2	Total Pasivo Largo Plazo	85.000,00
Total Activo Corriente	100.025,9 5		
		PATRIMONIO	
<u>Activo Fijo</u>		Capital	
			31.979,1 0
Adecuaciones	5.712,00	Total Patrimonio	31.979,10
Equipos de Oficina	1.597,58		
Equipos de Computación	3.044,50		
Muebles y enseres oficina	3.371,22		
Mobiliario bodega	913,92		
Total Activo Fijo	14.639,22		
<u>Activos Diferidos</u>			
	2.314,67		
TOTAL ACTIVOS	116.979,1 0	TOTAL PAS. + PATRIM.	116.979,1 0

8.2 ESTADO DE RESULTADOS

La finalidad es calcular la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto que son en forma general, el beneficio real de la operación del proyecto y que se obtienen restando a los ingresos todos los costos que incurran en la residencia y los impuestos que deba pagar.

Cuadro 59: Estado de resultados

CONCEPTO	AÑO 1
INGRESOS	1.258.372,44
COSTO DE PRODUCCION	997.553,31
UTILIDAD BRUTA	260.819,13
GASTOS ADMINISTRATIVOS	181.831,48
DEPRECIACIONES	2.173,29
GASTO DE VENTAS	12.607,20
UTILIDAD OPERACIONAL	64.207,16
GASTO FINANCIERO	8.310,64
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	55.896,52
15% REPARTO TRABAJADOR	8.384,48
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	47.512,04
25% DE IMPUESTO RENTA	11.878,01
UTILIDAD NETA	35.634,03

Cuadro 60: Estado de resultados proyectado

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS	1.258.372,44	1.335.561,01	1.417.484,32	1.504.432,81	1.596.714,71	1.694.657,19	1.798.607,47	1.908.934,05	2.026.028,06	2.150.304,62
COSTO DE PRODUCCION	997.553,31	1.047.430,97	1.099.802,52	1.154.792,65	1.212.532,28	1.273.158,90	1.336.816,84	1.403.657,68	1.473.840,57	1.547.532,59
UTILIDAD BRUTA	260.819,13	288.130,03	317.681,79	349.640,16	384.182,43	421.498,30	461.790,63	505.276,37	552.187,50	602.772,03
GASTOS ADMINISTRATIVOS	181.831,48	190.923,06	200.469,21	210.985,31	221.534,58	232.611,31	244.241,87	256.946,61	269.793,94	283.283,63
DEPRECIACIONES	2.173,29	2.173,29	2.173,29	1.159,47	1.159,47	1.159,47	1.159,47	1.159,47	1.159,47	1.159,47
GASTO DE VENTAS	12.607,20	13.237,56	13.899,44	14.594,41	15.324,13	16.090,34	16.894,85	17.739,60	18.626,58	19.557,91
UTILIDAD OPERACIONAL	64.207,16	81.796,12	101.139,86	122.900,96	146.164,25	171.637,19	199.494,43	229.430,69	262.607,51	298.771,02
GASTO FINANCIERO	8.310,64	5.314,25	1.961,83	-	-	-	-	-	-	-
UTILIDAD ANTES DE REPARTO	55.896,52	76.481,87	99.178,03	122.900,96	146.164,25	171.637,19	199.494,43	229.430,69	262.607,51	298.771,02
15% REPARTO TRABAJADOR	8.384,48	11.472,28	14.876,70	18.435,14	21.924,64	25.745,58	29.924,16	34.414,60	39.391,13	44.815,65
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	47.512,04	65.009,59	84.301,32	104.465,82	124.239,62	145.891,61	169.570,27	195.016,09	223.216,39	253.955,37
25% DE IMPUESTO RENTA	11.878,01	16.252,40	21.075,33	26.116,45	31.059,90	36.472,90	42.392,57	48.754,02	55.804,10	63.488,84
UTILIDAD NETA	35.634,03	48.757,19	63.225,99	78.349,36	93.179,71	109.418,71	127.177,70	146.262,07	167.412,29	190.466,53

8.3 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja representa el remanente de fondos obtenido de la diferencia entre los ingresos y los egresos realizados por una empresa en un periodo determinado. Se sumarán las depreciaciones y amortizaciones porque son cargos contables que no significan desembolso de dinero, se considera mecanismo fiscal ideado por el gobierno para que el gobierno recupere la inversión. En el cuadro siguiente se puede apreciar el flujo de caja que generará el proyecto. El financiamiento del proyecto para el primer año de vida útil será de 85.000 dólares a préstamo a una institución financiera con la tasa del 11,28% anual y a un plazo de 3 años. La diferencia de la inversión inicial será financiada por los accionistas en partes iguales de acuerdo a las acciones y a su porcentaje de distribución.

Cuadro 61: Flujo de caja del inversionista proyectado

Años	Utilidad neta	Depreciación y amortización	Reposición de activos	Valor residual	Capital trabajo	Inv. Inicial	Préstamo	Amortización de préstamo	Fnc
0						117.023,40	85.000,0		(32.023,40)
1	35.634,03	2.637,22						25.218,26	13.052,99
2	48.757,19	2.637,22						28.214,66	23.179,75
3	63.225,99	2.637,22						31.567,08	34.296,13
4	78.349,36	1.623,40	3.044,50						76.928,27
5	93.179,71	1.623,40							94.803,11
6	109.418,71	1.159,47							110.578,18
7	127.177,70	1.159,47							128.337,17
8	146.262,07	1.159,47	3.044,50						144.377,04
9	167.412,29	1.159,47							168.571,76
10	190.466,53	1.159,47			100.025,22				291.651,22

Cuadro 62: Flujo de caja del proyecto

Años	Utilidad neta	Depreciación y amortización	Reposición de activos	Valor residual	Capital trabajo	Inv. Inicial	Fnc
0						117.023,40	(117.023,40)
1	35.634,03	2.637,22					38.271,25
2	48.757,19	2.637,22					51.394,41
3	63.225,99	2.637,22					65.863,21
4	78.349,36	1.623,40	1.479,41				79.972,76
5	93.179,71	1.623,40					94.803,11
6	109.418,71	1.159,47					110.578,18
7	127.177,70	1.159,47					128.337,17
8	146.262,07	1.159,47	1.479,41				147.421,54
9	167.412,29	1.159,47					168.571,76
10	190.466,53	1.159,47			100.025,22		291.651,22

8.4 COSTO DE OPORTUNIDAD

$$i = TA (1-t) \text{ PesoRA} + TP(\text{PesoRP}) + \text{Riesgo país}$$

$$i = 11,28\%(1-0,4) 70\% + 4,53\%(30\%)+6\%$$

$$i = 12,09\%$$

PESO RECURSOS AJENOS 70,00%

PESO RECURSOS PROPIOS 30,00%

t (IMPUESTOS) 40%

RIESGO PAÍS 6%

TP= TASA PASIVA = 4,53%

TA= TASA ACTIVA = 11,28%

%RP= RIESGO PAÍS = 6%

Los datos señalados en la tabla anterior para el cálculo del costo de oportunidad (i) son reales obtenidos del proyecto como el peso de los recursos ajenos y propios y de

fuentes serias como el Banco Central del Ecuador para los datos como tasa pasiva, activa, inflación y riesgo país.

8.5 VALOR ACTUAL NETO

El valor actual neto de un proyecto, puede ser definido como la sumatoria de los valores actualizados (a una tasa mínima de rendimiento), a una tasa adecuada o pertinente para inversionistas, del flujo neto de fondos, menos la inversión inicial.

Cuando el VAN es igual a cero significa que los beneficios del proyecto alcanzan tan solo a compensar los costos de oportunidad de sacrificar otras alternativas de inversión. Desde el punto de vista de rentabilidad no habría mayor incentivo para realizar la inversión.

Un VAN negativo, quiere decir que con los beneficios generados por el proyecto no alcanzan a compensar los costos de oportunidad de dejar de lado otras alternativas de inversión. En este caso, será más rentable invertir en las alternativas de inversión y optar por no invertir en el proyecto.

Si el VAN es positivo, significa que el proyecto arroja un beneficio aun después de cubrir el costo de oportunidad de las alternativas de inversión. El van puede ser un instrumento de toma de decisiones sobre invertir o no en el proyecto.

La fórmula matemática del VAN es la siguiente:

$$\text{VAN} = \sum \frac{\text{FN}}{(1 + T)^n} - I_s$$

Sin embargo es importante recalcar que el cálculo se lo realiza mediante tablas dinámicas de Excel, aplicando las formulas respectivas.

Cuadro 63: Cálculo del VAN del inversionista

PERIODO	FNC	FNCA
0	(32.023,40)	(32.023,40)
1	13.052,99	11.645,10
2	23.179,75	18.449,10
3	34.296,13	24.352,55
4	76.928,27	48.732,48
5	94.803,11	53.578,22
6	110.578,18	55.753,00
7	128.337,17	57.727,72
8	144.377,04	57.937,96
9	168.571,76	60.350,80
10	291.651,22	93.152,63
VAN		449.656,13

El VAN del inversionista resultó positivo, esto significa que no habrá pérdida de dinero al invertir en el proyecto, ya que el valor actual nos ha generado 449.656,13 dólares, por lo que podemos ver que el proyecto es rentable.

Cuadro 64: Cálculo del VAN del proyecto

PERIODO	FNC	FNCA
0	(117.023,40)	(117.023,40)
1	38.271,25	34.143,32
2	51.394,41	40.905,54
3	65.863,21	46.767,30
4	79.972,76	50.661,10
5	94.803,11	53.578,22
6	110.578,18	55.753,00
7	128.337,17	57.727,72
8	147.421,54	59.159,70
9	168.571,76	60.350,80
10	291.651,22	93.152,63
VAN		435.175,92

El VAN del proyecto es positivo, esto significa que no habrá pérdida de dinero al invertir en el proyecto, ya que el valor actual nos ha generado 435.175,92 dólares, por lo que podemos ratificar que el proyecto es rentable.

8.6 TASA INTERNA DE RETORNO

Este criterio evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son iguales a los desembolsos expresados en moneda actual.

El TIR es la tasa de descuento que hace que el valor presente sea igual a cero. Iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. La fórmula matemática para obtener el TIR es la siguiente:

$$TIR = tm + (tM - tm) \left(\frac{VAN_{tm}}{VAN_{tm} - VAN_{tM}} \right)$$

Sin embargo es importante recalcar que el cálculo se lo realiza mediante tablas dinámicas de Excel, aplicando las formulas respectivas.

Cuadro 65: Cálculo del TIR del inversionista

TIR DEL INVERSIONISTA		92%	94%
AÑOS	FNC		
0	(32.023,40)	(32.023,40)	(32.023,40)
1	13.052,99	6.807,49	6.737,22
2	23.179,75	6.304,68	6.175,19
3	34.296,13	4.864,93	4.715,82
4	76.928,27	5.691,08	5.459,70
5	94.803,11	3.657,71	3.472,77
6	110.578,18	2.225,01	2.090,71
7	128.337,17	1.346,77	1.252,41
8	144.377,04	790,16	727,22
9	168.571,76	481,15	438,25
10	291.651,22	434,15	391,36
		579,74	(562,74)

La Tasa interna de retorno del inversionista, 92,74% es la rentabilidad que se obtiene de la inversión. Está sobre el valor de la tasa de oportunidad que es del 12,09% por lo tanto la inversión es rentable.

Cuadro 66: Cálculo del TIR del proyecto

TIR DEL PROYECTO		53%	55%
AÑOS	FNC		
0	(117.023,40)	(117.023,40)	(117.023,40)
1	38.271,25	19.959,51	19.753,47
2	51.394,41	13.978,82	13.691,70
3	65.863,21	9.342,75	9.056,39
4	79.972,76	5.916,31	5.675,78
5	94.803,11	3.657,71	3.472,77
6	110.578,18	2.225,01	2.090,71
7	128.337,17	1.346,77	1.252,41
8	147.421,54	806,82	742,55
9	168.571,76	481,15	438,25
10	291.651,22	434,15	391,36
		(58.874,40)	(60.458,00)

La Tasa interna de retorno del proyecto es de 53,73%. Está sobre el valor de la tasa de oportunidad que es del 12,09% por lo tanto la inversión es rentable.

8.7 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL

Es el plazo en que se recupera la inversión. Es el tiempo en que tarde exactamente en ser recuperada la inversión real en base a los flujos netos de caja que genera en cada periodo de su vida útil.

Matemáticamente se define como la inversa a la tasa interna de retorno, por lo tanto el periodo de recuperación de la inversión que realizan los accionistas hacen será en el tercer año de funcionamiento de la empresa.

Cuadro 67: Periodo de recuperación de la inversión para los socios

PERIODO	FNC	FNCA	FNCAA
0	(32.023,40)	(32.023,40)	(32.023,40)
1	13.052,99	11.242,89	(20.780,51)
2	23.179,75	17.196,67	(3.583,84)
3	34.296,13	21.915,35	18.331,51
4	76.928,27	42.340,61	60.672,12
5	94.803,11	44.942,94	105.615,06
6	110.578,18	45.151,91	150.766,97
7	128.337,17	45.136,40	195.903,37
8	144.377,04	43.736,13	239.639,50
9	168.571,76	43.984,01	283.623,51
10	291.651,22	65.545,31	349.168,82

La inversión total de los inversionistas se recupera en el tercer año de operaciones.

Cuadro 68: Periodo de recuperación de la inversión para el proyecto

PERIODO	FNC	FNCA	FNCAA
0	(117.023,40)	(117.023,40)	(117.023,40)
1	38.271,25	32.964,04	(84.059,36)
2	51.394,41	38.128,65	(45.930,71)
3	65.863,21	42.086,83	(3.843,87)
4	79.972,76	44.016,27	40.172,40
5	94.803,11	44.942,94	85.115,34
6	110.578,18	45.151,91	130.267,25
7	128.337,17	45.136,40	175.403,65
8	147.421,54	44.658,40	220.062,05
9	168.571,76	43.984,01	264.046,06
10	291.651,22	65.545,31	329.591,37

La inversión total del proyecto se recupera en el cuarto año de operaciones.

8.8 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para calcular el punto de equilibrio es necesario proceder a dividir los rubros del costo en fijos y variables. Con el punto de equilibrio se puede ver la relación que existe entre los costos fijos, variables y los beneficios. El punto de equilibrio está en el nivel de producción en el que son exactamente iguales los beneficios por las ventas a la suma de los costos fijos y variables.

$$PE = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{N}^\circ \text{ de unidades producidas (Precio unitario Vta. - Costo Var unitario)}}$$

$$PE.x = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio unitario Vta. - Costo variable unitario}}$$

$$PE.y = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Costo variable unitario}} \\ 1 - \text{Precio unitario de venta}$$

8.8.1 CLASIFICACIÓN DE LOS COSTOS

En el cuadro siguiente se detalla la clasificación de los costos en los que incurrirá el proyecto.

Cuadro 69: Clasificación de los costos

	1	2	3	4	5
Gastos Administrativos	181.831,48	190.923,06	200.469,21	210.985,31	221.534,58
Depreciaciones	2.173,29	2.173,29	2.173,29	1.159,47	1.159,47
Gastos Ventas	12.607,20	13.237,56	13.899,44	14.594,41	15.324,13
Gastos Financieros	8.310,64	5.314,25	1.961,83	-	-
TOTAL FIJOS	204.922,61	211.648,16	218.503,77	226.739,19	238.018,18
Mano de obra directa	18.112,43	19.018,05	19.968,95	20.967,40	22.015,77
Insumos	979.440,88	1.028.412,93	1.079.833,57	1.133.825,25	1.190.516,52
TOTAL VARIABLES	997.553,31	1.047.430,97	1.099.802,52	1.154.792,65	1.212.532,28
COSTO TOTAL	1.202.475,92	1.259.079,13	1.318.306,29	1.381.531,84	1.450.550,46

	6	7	8	9	10
Gastos Administrativos	232.611,31	244.241,87	256.946,61	269.793,94	283.283,63
Depreciaciones	1.159,47	1.159,47	1.159,47	1.159,47	1.159,47
Gastos Ventas	16.090,34	16.894,85	17.739,60	18.626,58	19.557,91
Gastos Financieros	-	-	-	-	-
TOTAL FIJOS	249.861,11	262.296,20	275.845,67	289.579,98	304.001,01
Mano de obra directa	23.116,55	24.272,38	25.486,00	26.760,30	28.098,32
Insumos	1.250.042,34	1.312.544,46	1.378.171,68	1.447.080,26	1.519.434,28
TOTAL VARIABLES	1.273.158,90	1.336.816,84	1.403.657,68	1.473.840,57	1.547.532,59
COSTO TOTAL	1.523.020,01	1.599.113,04	1.679.503,35	1.763.420,55	1.851.533,60

Cuadro 70: Punto de equilibrio

DESCRIPCION	1	2	3	4	5
COSTO FIJO	204.922,61	211.648,16	218.503,77	226.739,19	238.018,18
COSTO VARIABLE	997.553,31	1.047.430,97	1.099.802,52	1.154.792,65	1.212.532,28
COSTO TOTAL	1.202.475,92	1.259.079,13	1.318.306,29	1.381.531,84	1.450.550,46
INGRESOS	1.258.372,44	1.335.561,01	1.417.484,32	1.504.432,81	1.596.714,71
PTO. DE EQUILIBRIO en \$\$	988.688,86	981.046,74	974.955,67	975.614,13	989.236,09

DESCRIPCION	6	7	8	9	10
COSTO FIJO	249.861,11	262.296,20	275.845,67	289.579,98	304.001,01
COSTO VARIABLE	1.273.158,90	1.336.816,84	1.403.657,68	1.473.840,57	1.547.532,59
COSTO TOTAL	1.523.020,01	1.599.113,04	1.679.503,35	1.763.420,55	1.851.533,60
INGRESOS	1.694.657,19	1.798.607,47	1.908.934,05	2.026.028,06	2.150.304,62
PTO. DE EQUILIBRIO en \$\$	1.004.580,41	1.021.605,61	1.042.144,91	1.062.496,30	1.084.480,93

8.9 ANÁLISIS DE LAS RAZONES FINANCIERAS

Los índices financieros son herramientas técnicas que sirven para diagnosticar y evaluar la situación financiera de la empresa. El análisis de las tasas o razones financieras es el método que no toma en cuenta el valor del dinero a través del tiempo.

8.9.1 APALANCAMIENTO

$$\text{Apalancamiento} = \frac{\text{Deuda total}}{\text{Capital accionistas}}$$

$$\text{Apalancamiento} = \frac{116.979,10}{31.979,10}$$

$$\text{Apalancamiento} = 3,66$$

Esto quiere decir que por cada dólar que aportan los accionistas el banco proporcionará USD. \$3,66

8.9.2 RENTABILIDAD SOBRE LAS VENTAS

$$\text{Rentabilidad ventas} = \frac{\text{Utilidad neta después de impuestos}}{\text{Ventas netas}}$$

$$\text{Rentabilidad ventas} = \frac{35.634,03}{1'258.372,44}$$

$$\text{Rentabilidad ventas} = 0,028$$

Nos indica que el ingreso neto por cada dólar que vendemos va a ser de 3centavos, mide la eficiencia de la empresa.

CAPÍTULO IX

9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

9.1 CONCLUSIONES

- El tema planteado cumple con todos los parámetros metodológicos que servirán como guía para el desarrollo del mismo.
- El marco teórico: la teoría de Maslow, generalidades e historia del calzado, el calzado en el Ecuador, consumo y producción nacional, comercio bilateral Ecuador Argentina, características del sector entre otros, ayudaron a conocer y analizar la situación del calzado en el Ecuador
- Los procedimientos para la habilitación como importador, Incoterms condiciones de pago, costo final de la importación etc. es decir el comercio exterior, juega un papel importante en este proyecto puesto que determinó que la importación de suelas para la elaboración del calzado ecuatoriano se puede realizar.
- En el estudio de mercado del proyecto, la investigación de mercado y su respectiva metodología determinan la demanda del proyecto. Se ha identificado la demanda para el servicio bajo un análisis de macrosegmentación y microsegmentación.
- En el estudio técnico se revisa la macro y microlocalización del proyecto, así como los requisitos tanto de inversión como legales para iniciar operaciones. Es importante mencionar que en este estudio se revisa la estructura organizacional de la empresa. Se ha identificado los requerimientos de infraestructura, legal, administrativo y de ubicación que permitirán el apalancamiento para la ejecución e implementación del proyecto. Estos requerimientos han sido cuantificados en inversión y en definitiva en flujos de caja que representan la sostenibilidad del proyecto.

- En el estudio financiero del proyecto se presenta la inversión y financiamiento del mismo con su respectivo detalle. El financiamiento del proyecto planificado en el primer año de vida útil será de 85.000 dólares a préstamo a una institución financiera (Banco Internacional) con la tasa del 11,28% anual y a un plazo de 3 años. La diferencia de la inversión inicial será financiada por los accionistas en partes iguales de acuerdo a las acciones y a su porcentaje de distribución. Esto permitirá tener un índice de apalancamiento de 3,65 es decir, un aporte del financiamiento bancario casi cuatro veces mayor al aporte de accionistas.
- Se presenta los costos e ingresos que el proyecto tendrá en su periodo inicial y proyectado para los próximos 10 años.
- Se considera la evaluación financiera del proyecto, analizando índices para determinar su viabilidad económica. El proyecto de factibilidad para implementar una empresa importadora de suelas de calzado desde Argentina, ha permitido determinar la viabilidad financiera del proyecto, teniendo como resultado en el primer año una utilidad neta de \$ 35.634,03. En base a los datos obtenidos, los datos financieros apalancan la ejecución e implementación del proyecto. El VAN o valor actual neto, el cual es el resultado de la diferencia entre los valores actuales de los flujos futuros y la inversión inicial, tiene un valor en el proyecto de 449.656,13 dólares **para los inversionistas**, lo que indica un excedente positivo frente a la inversión inicial. Con respecto al TIR (tasa interna de retorno) el valor es de 92,74%, el cual es mayor a la tasa de rendimiento utilizada. Por lo tanto el resultado de estos indicadores muestra la factibilidad financiera y a su vez la rentabilidad del proyecto. Mientras que el VAN de la inversión total **del proyecto** indica que es de 435.175,92 y el TIR del 53,73%

9.2 RECOMENDACIONES

- Se recomienda tener presente los aspectos metodológicos del planteamiento del tema para finalizar el proyecto dentro de los puntos planteados.
- Se sugiere revisar constantemente el marco teórico y conceptual para estar acorde a los objetivos planteados.
- Se aconseja mantener actualizada la información de comercio exterior especialmente con el tema de trámites aduaneros y aranceles correspondientes.
- En el estudio de mercado se recomienda mantener presente los criterios de determinación de la demanda y considerar los resultados de la investigación para la toma de decisiones futuras. Al ser un producto nuevo, la comercialización del producto en su fase de introducción al mercado es muy importante para el éxito del mismo, por lo tanto se recomienda enfocarse en una estrategia de marketing mix, dirigida en especial al precio y promoción, además del producto y distribución, que permitan priorizar los objetivos de fidelización y captación de mercado a corto y mediano plazo
- En el estudio técnico se sugiere hacer una selección exhaustiva en cuanto a la contratación del personal.
- En los capítulos 6, 7 y 8 todos ellos relacionados con el análisis financiero del proyecto se aconseja considerar todos los valores arrojados de manera especial en cuanto a la inversión, financiamiento, costos, ingresos y rentabilidad del proyecto.

BIBLIOGRAFÍA

BACA URBINA, Gabriel; Evaluación de proyectos, editorial Mc. Graw Hill, tercera edición, Colombia, 1997.

BARRENO, Luis; Compendio de proyectos y presupuestos, UTE, 2002.

CALDAS, Marco; Preparación y evaluación de proyectos, Publicaciones H, tercera edición, Ecuador, 1997.

HERNÁNDEZ, Roberto - FERNÁNDEZ, Carlos – BAPTISTA, Pilar; Metodología de Investigación, editorial Mc. Graw Hill, primera edición, México, 1991.

KOTLER, Philip – ARMSTRONG, Gary; Fundamentos de marketing, Cuarta Edición, Editorial Prentice Hall, México, 2000.

MÉNDEZ, Carlos; Metodología, editorial Mc. Graw Hill, segunda edición, Colombia, 1995.

MIRANDA M., Juan José., Gestión de Proyectos: evaluación financiera, económica, social, ambiental: Cuarta Edición; Bogotá: MM editores; 2004.

SAPAG, Nasir y SAPAG, Reinaldo; Preparación y evaluación de proyectos, editorial Mc. Graw Hill, segunda edición, México, 1991.

ANDRADE Simón; libro "Diccionario de Economía"

MIRANDA MIRANDA; Juan José; Gestión de Proyectos; Cuarta Edición; Colombia; 2004; Pág. 122

Ministerio de Industrias, *citado en* (Lideres, 2011)

FERRELL O.C. y HIRT Geoffrey,; Introducción a los negocios en un mundo cambiante; Cuarta Edición; Editorial MC Graw Hill; México; 2004; Pág. 307

Serma Argentina (Revista de moda, tecnología para la industria del calzado)

Revista SERMA: Más de 28 mil pares; 2010, pág. 136

Prado, Julio Jose; Aranceles en los Zapatos y Competitividad, revista Perspectiva, 2010, págs. 3-5

Perfil Económico Comercial de la República de Argentina, Embajada del Ecuador en Argentina, Diciembre 2011

Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad"

http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=43913&Itemid=11

<http://www.quiminet.com/articulos/la-historia-del-calzado-21166.htm>

<http://www.monografias.com/trabajos16/incoterms/incoterms.shtml>

http://www.lahora.com.ec/index.php/noticias/show/1101319191//Analizan_produccion_nacional_de_calzado.html#.UImlDm_QdPI

<http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/ecuador-y-argentina-buscan-mejor-comercio-459259.html>

http://www.grupokalel.com/web08/kalel_es.html

[http://www.eluniverso.com/noticias/2013/09/05/nota/1395546/inflacion-ecuador-se-desacelera-227-interanual-agosto,](http://www.eluniverso.com/noticias/2013/09/05/nota/1395546/inflacion-ecuador-se-desacelera-227-interanual-agosto)

<http://www.eltiempo.com.ec/noticias-cuenca/10536-importadores-de-calzado-solicitan-cambios/>

<http://www.e-conomic.es/programa/glosario/definicion-aduana>

http://www.calzadoecuador.com/index.php?option=com_content&view=article&id=1:la-industria-del-calzado-en-ambato-y-en-ecuador

<http://www.aduana.gob.ec/contenido/procImportar.html>

<http://comtrade.un.org/db/dqBasicQueryResults.aspx?px=H2&cc=640220&r=218&y=2011>

Finan bolsa, 2010

ANEXOS

MINUTA DE CONSTITUCION

SEÑOR NOTARIO

En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, sírvase insertar una en la cual conste el contrato de constitución de una Compañía Limitada al tenor de las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA: COMPARECIENTES

Comparecen a la celebración del presente instrumento las siguientes personas: por una parte la señorita Mishelle Rivera, mayor de edad, de nacionalidad ecuatoriano, estado civil soltera y domiciliado en la ciudad de Quito; por otra parte el señor Francisco Rivera Loaiza, mayor de edad, de nacionalidad ecuatoriano, de estado civil divorciado y domiciliado en la ciudad de Quito; y por otra parte el señor Guillermo Enrique Rivera Campaña, mayor de edad, de nacionalidad ecuatoriano, estado civil casado y domiciliado en la ciudad de Guayaquil y de paso por esta ciudad de Quito.

CLÁUSULA SEGUNDA: DECLARACIÓN DE VOLUNTAD

Los comparecientes declaran que constituyen como en efecto lo hacen, la compañía limitada, que se someterá a las disposiciones de la Ley de Compañías, del Código de Comercio, a los convenios de las partes y a las normas del Código Civil.

CLÁUSULA TERCERA: ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA

CAPITULO PRIMERO

DE LA DENOMINACIÓN, OBJETO, NACIONALIDAD, DOMICILIO Y DURACIÓN DE LA SOCIEDAD.

ARTÍCULO PRIMERO: DENOMINACIÓN DE LA COMPAÑÍA.-

La Compañía se denominará RIVERA EXPORT AND IMPORT. LTDA. y podrá realizar todos los actos y contratos bajo esta denominación.

ARTÍCULO SEGUNDO: OBJETO SOCIAL.-

El objeto de la compañía consiste en la importación, exportación, distribución y comercialización de los siguientes productos:

Todo tipo de alimentos para EL CONSUMO humano: productos agrícolas, productos cárnicos, productos del mar, conservas y enlatados, licores nacionales y extranjeros y demás bebidas solubles, gaseosas y alcohólicas.

Todo tipo de productos farmacéuticos. Todo tipo de productos cosméticos en general, compra y venta vehículos, aviones, barcos, maquinaria, repuestos, partes y piezas para éstos.

De todos los productos lubricantes, aditivos, aceites de vehículos, grasas de vehículos, de todos los productos plásticos y sus derivados, de los productos agroindustriales, de calzado;

De las maquinarias accesorios, de repuestos, partes y piezas para equipos y motores para automotores, tractores y tractocamiones, y lo referente a maquinaria agrícola, textil e industrial en general, de todo lo relacionado con la actividad ferretera, de las llantas y neumáticos;

De todo lo relacionado con la computación, esto es computadores, accesorios, partes, repuestos;

De lo relacionado con el suministro de materiales para oficinas;

Así como la importación de toda clase de maquinaria, equipos, materias primas e insumos para la industria de la agricultura, pesca, captura, procesamiento de los productos del mar el general y afines. Manualidades de artesanías productos folklóricos y de todo lo relativo a estas actividades

Diseño, planificación, promoción, ejecución, construcción y ventas de todo tipo de bienes inmuebles, de proyectos inmobiliarios, sean casas, residencias, edificios u hoteles, importación, exportación y distribución de todos los productos de construcción; y. Además la compañía podrá representar y distribuir productos de otros fabricantes tanto nacionales como internacionales.

La Compañía no realizará actividades propias de las Instituciones Financieras ni de Mercado de Valores.

ARTÍCULO TERCERO: NACIONALIDAD Y DOMICILIO.-

La Compañía es de nacionalidad ecuatoriana y su domicilio principal es el Distrito Metropolitano de Quito, pudiendo establecer sucursales o agencias en uno o varios lugares dentro de la República del Ecuador o fuera de ella, si así lo acordare la Junta General de Socios.

ARTÍCULO CUARTO: DURACIÓN.-

La Compañía tendrá una duración de cien años contados a partir de la fecha en que quede legalmente constituida por la inscripción en el Registro Mercantil. Sin embargo, la Junta General de Socios de conformidad con la Ley de Compañías y los presentes Estatutos podrá prorrogar esta duración o decidir la disolución y liquidación anticipada de la Compañía.

CAPÍTULO SEGUNDO**DEL CAPITAL SOCIAL Y DE LOS DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS****ARTÍCULO QUINTO: CAPITAL SOCIAL.-**

El capital social de la compañía será de diez mil dólares de los Estados Unidos de América (USD 10,000.00), dividido en 10.000 participaciones de un dólar cada una. El capital social de Compañía se integra en numerario por los aportes realizados por los comparecientes de conformidad con el siguiente cuadro de integración de capital.

Socios	Capital suscrito	Participaciones	%	Nacionalidad
Mishelle Rivera	5.100,00	5.100	51 %	Ecuatoriana
Francisco Rivera L.	3.000,00	3.000	30 %	Ecuatoriana
Guillermo Rivera C.	1.900,00	1.900	19 %	Ecuatoriana
TOTAL	10.000,00	10.000	100	

Conforme a la facultad del artículo 102 de la Ley de Compañías, los socios de la compañía declaramos haber pagado el 50% del capital como consta en la cuenta de integración de capital abierto a nombre de la Compañía, en el Banco del Pacífico, cuyo certificado acompañamos como documento habilitante de la presente escritura pública.

ARTÍCULO SEXTO:

La Compañía entregará a cada uno de los socios el certificado de aportación en el que constará el carácter de no negociable y el número de participaciones que le corresponde por su aportación.

Las participaciones de los socios son transmisibles por herencia, pero para la transferencia de las mismas por acto entre vivos será necesario el consentimiento unánime del capital social y se estará a lo dispuesto en el artículo 113 de la Ley de Compañías.

ARTÍCULO SÉPTIMO: DEL DERECHO AL VOTO.-

Las participaciones con derecho a voto, lo tendrán en proporción a su valor pagado. Es nulo todo convenio que restrinja la libertad de voto de los socios que tengan derecho a votar.

ARTÍCULO OCTAVO:

Para proceder al aumento o disminución de capital, venta de activos, la prórroga del contrato social, reducción de la duración de la compañía, la transformación, fusión, escisión, cambio de nombre, cambio de domicilio, convalidación, disolución anticipada, exclusión a alguno de sus miembros, así como todos los convenios y resoluciones, será necesario la aprobación de la Junta General de Socios. Las resoluciones de la Junta General de Socios necesariamente serán tomadas por la mayoría del 51% del capital social. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Se observará lo dispuesto en el artículo 116 de la Ley de Compañías.

ARTÍCULO NOVENO: DEL FONDO DE RESERVA

La Compañía de acuerdo con la ley, formará un fondo de reserva, en un monto por lo menos o igual al veinte por ciento (20%) del capital social, para lo cual segregará de las utilidades líquidas realizadas de cada ejercicio económico un cinco por ciento para este objeto.

ARTÍCULO DÉCIMO: DEL DERECHO DE PREFERENCIA DE LOS SOCIOS.-

Los socios ejercerán el derecho de preferencia para la suscripción de las participaciones en el caso de aumento de capital, en la proporción correspondiente al valor de sus participaciones y con la consiguiente aplicación de las normas establecidas en los artículos 114 y siguientes de la Ley de Compañías.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO: DRECHOS, OBLIGACIONES Y RESPONSABILIDADES DE LOS SOCIOS.

En cuanto a los derechos, obligaciones y responsabilidades de los socios se estará a lo dispuesto en los artículos 114 y 115 de la Ley de Compañías.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO:

Mientras no sea cubierto el valor de las participaciones correspondientes a los Aumentos de Capital, la sociedad entregará a los socios un Certificado provisional en el que conste el número de participaciones suscritas, el valor y el plazo de pago de las mismas.

**CAPITULO TERCERO
DE LA ADMINISTRACIÓN DE LA COMPAÑÍA****ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO: GOBIERNO, ADMINISTRACION Y FISCALIZACION**

La Compañía estará gobernada por la Junta General de Socios y administrada por el Gerente General. EN CASO DE AUSENCIA TEMPORAL O DEFINITIVA DEL GERENTE GENERAL, LE SUBROGARÁ EL PRESIDENTE DE LA COMPAÑÍA, QUIEN DURARÁ EN LAS FUNCIONES SUBROGADAS HASTA CUANDO SE DESIGNE AL NUEVO GERENTE GENERAL DE LA COMPAÑÍA

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO:

Los administradores cumplirán con todas las obligaciones que la ley establece como de su cargo y responsabilidad y de acuerdo con lo que los presentes Estatutos disponen para cada uno de los órganos de administración.

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO: DE LA JUNTA GENERAL.-

La Junta General de Socios es el órgano supremo de la Compañía y está conformada por los socios o sus representantes o mandatarios reunidos con el quórum y las condiciones que la Ley y los Reglamentos y los presentes Estatutos lo determinen.

Las reuniones de Junta General de Socios serán ordinarias o extraordinarias. Las ordinarias se realizarán por lo menos una vez al año, dentro de los tres meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de conformidad con el artículo 116 y siguientes de la Ley de Compañías, pero las resoluciones que obligan a la Compañía se tomarán por una mayoría que represente a más del 51% del capital social.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO:

La Junta General Ordinaria se reunirá una vez, dentro del primer trimestre posterior a la finalización del ejercicio económico y extraordinariamente cuando fuere convocada.

La convocatoria a Junta General, la realizará el Presidente o el Gerente General por su propia iniciativa o a petición del socio o socios que representen por lo menos el 10% del capital social. La convocatoria se la realizará mediante nota escrita dirigida al domicilio de cada socio debidamente registrado en la Compañía, de la cual los socios firmarán avisos de recibo y se les cursará con ocho días de anticipación por lo menos, a la fecha de la reunión.

Serán razones suficientes para convocar a Junta General, el control del giro del negocio o negocios que realizare la Compañía y las demás circunstancias determinadas por la Ley. Los socios podrán concurrir por si mismos o representados, siendo suficiente una comunicación escrita dirigida al Gerente General, por cada reunión, o mediante Poder Notarial otorgado conforme a las leyes Generales.

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO:

Presidirá las sesiones de Junta General el Presidente de la Compañía, si llegare a faltar el Presidente, la Junta General será presidida por el Gerente General, quien hará sus veces. Actuará como Secretario el Gerente General y a falta de éste el que fuere designado como Secretario Ad-Hoc.

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO: OBLIGACIONES DE LA JUNTA.-

Corresponde a la Junta General de Socios:

- Elegir al Gerente General, al Presidente quienes durarán 5 años en sus funciones pudiendo ser reelegidos.
- Fijar la remuneración del Gerente General y Presidente.
- Resolver sobre la remoción por causas legales del Gerente General, Presidente o la de cualquier otro funcionario cuya designación le corresponde.
- Conocer los balances, cuentas, presupuestos o informes presentados por el Gerente General y aprobarlos u observarlos.
- Resolver acerca de las reformas al Contrato Social o a los estatutos de la Compañía, sobre la disolución y liquidación de la Compañía con anterioridad al plazo del vencimiento; sobre el aumento o disminución del capital, sujetándose para el efecto que dispone el artículo 33 de la ley de Compañías.
- Resolver sobre la liquidación de la Compañía, designar liquidadores y establecer el procedimiento correspondiente.
- Elaborar los reglamentos INTERNOS DE LA COMPAÑÍA necesarios para la buena administración de la Compañía.
- Interpretar de manera obligatoria el presente estatuto.
- Todos los asuntos determinados en la Ley como competencia de la Junta General de Socios siempre que no se contraponga con este estatuto.
- Autorizar al Gerente General el otorgamiento de poderes generales o la enajenación y gravamen de bienes inmuebles.
- Resolver acerca de la constitución de prendas o hipotecas para afianzar obligaciones de terceros.
- Autorizar al Gerente General la celebración de actos y contratos de cualquier naturaleza que éstos sean, cuando el monto de dichos actos o contratos exceda la cantidad equivalente a 100 remuneraciones básicas

- Autorizar previamente al Gerente General la celebración de actos o contratos, cualquiera sea su monto, que impliquen la adquisición de acciones, participaciones o derechos de compañías existentes, o bien la constitución de nuevas compañías estatales o privadas, sea participando como parte en el contrato constitutivo, o fusionándose con otra o transformándose en una Compañía distinta conforme lo disponga la Ley.
- Autorizar previamente al Gerente General la suscripción y endoso de documentos de crédito tales como pagarés, la aceptación y endoso de letras de cambio, así como la suscripción de contratos FINANCIEROS E INSTRUMENTOS BANCARIOS, sobregiros DE cualquiera que sea su monto.
- Las demás que establezcan el presente estatuto o la Ley.

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO.- DEL GERENTE GENERAL:

El Gerente General de la Compañía es el representante legal, judicial y extrajudicial de ésta y gozará de todas las facultades constantes en la Ley de Compañías y las que establecen los presentes estatutos. Será nombrado por la Junta General de socios por un periodo de cinco años a cuyo término podrá ser reelegido. El Gerente General continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado. Para ser Gerente General no se requiere ser accionista de la Compañía.

ARTÍCULO VIGÉSIMO.-

El Gerente General tendrá la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía y en razón de ésta obligará a la compañía en todos aquellos actos o contratos en los cuales intervenga como su representante legal.

ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO.-

Además de la representación legal, judicial y extrajudicial de la Compañía de acuerdo con la ley y los estatutos, al Gerente General le corresponde:

- a) Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de socios.
- b) Suscribir con el presidente los títulos, certificados de aportación y todos los instrumentos y documentos de reforma de los Estatutos.
- c) Administrar, gestionar todos los negocios de la Compañía de conformidad con las facultades que provengan de la ley de compañías y estos estatutos y reglamentos internos,

pudiendo en consecuencia realizar contratos financieros e instrumentos bancarios de sobregiro.

- d) Suscribir todos los cheques girados en contra de las cuentas de la Compañía, letras de cambio, pagarés a la orden, títulos de crédito, prendas, hipotecas y en general todos los documentos que comprometan fondos o bienes de la Compañía.
- e) Suscribir pedimentos de Aduana, contratos y en general toda clase de documentos de instituciones y dependencias públicas o privadas;
- g) Hipotecar, gravar bienes muebles e inmuebles pertenecientes a la Compañía y otorgar avales, con autorización previa de la Junta General;
- h) El Gerente General podrá contratar créditos que obliguen a la Compañía previa autorización de la Junta General de Socios.
- i) Aceptar garantías en favor de la Compañía, aceptar hipotecas de bienes ajenos en garantía de las transacciones mercantiles;
- j) Conferir poderes generales que tendrán relación con los negocios sociales de la Compañía, previa autorización de la Junta General.
- k) Conferir poderes especiales que tendrán relación con los negocios sociales de la Compañía.
- l) Presentar a la Junta General el balance anual y los balances parciales cuando lo requiera;
- m) Podrá suscribir todo acto o contrato sobre bienes inmuebles, previa autorización de la Junta General de Socios.
- n) Convocar a la Junta General de Socios, A REUNIONES ordinaria y extraordinaria;
- o) Ejercer las facultades necesarias de acuerdo con la Ley y estos estatutos;
- p) Nombrar y remover legalmente a los empleados que fueren necesarios;
- q) El Gerente General obligará a la Compañía con las facultades y atribuciones que a este respecto determinan las leyes y estos estatutos.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEGUNDO.- DEL PRESIDENTE:

El Presidente de la compañía será nombrado por la Junta General de Socios para el periodo de cinco años a cuyo término podrá ser reelegido. El Presidente continuará en el ejercicio de sus funciones hasta ser legalmente reemplazado.

Para ser Presidente no se requiere ser accionista de la Compañía.

ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO: OBLIGACIONES DEL PRESIDENTE

Son atribuciones y deberes del Presidente

- a) Presidir las sesiones de la Junta General.
- b) Suscribir con el Gerente General los títulos, certificados de las participaciones y todos los instrumentos y documentos de reforma de los Estatutos.
- c) Cuidar la ejecución y cumplimiento de las resoluciones de la Junta General;
- d) Subrogar al Gerente General en ausencia temporal. Si la ausencia del Gerente General es definitiva lo reemplazará el designado al efecto por la Junta General.
- e) Convocar a Junta General de Socios, en caso de ausencia del Gerente General,
- f) Cooperar con el Gerente General en todo asunto de la Compañía a fin de obtener el mejor éxito para la misma.
- g) Las demás atribuciones que le confiere la Ley y estos estatutos.

ARTÍCULO VIGÉSIMO CUARTO.-

El Presidente, al presidir la Junta General de Socios tendrá las atribuciones y deberes legales, estatutarios o de reglamento aplicables, y autorizará con su firma actas, certificaciones y otros instrumentos en el ejercicio de estas atribuciones y deberes.

ARTÍCULO VIGÉSIMO QUINTO: DISPOSICIONES GENERALES.-

El ejercicio económico se contará desde el primero de Enero hasta el 31 de Diciembre de cada año.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEXTO:

Las ganancias netas que se obtuvieren en cada ejercicio después de deducidos los gastos, impuestos y todos los gravámenes de la Compañía se repartirán de acuerdo con las disposiciones legales y de conformidad con las resoluciones de Junta General de Socios.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SÉPTIMO:

Las actas de la Junta General se llevarán en fojas móviles escritas a máquina o en computadora, que deberán ser foliadas con numeración continua y sucesiva y rubricada cada una por el secretario, de acuerdo a lo dispuesto en el Reglamento sobre la Junta General de Socios.

ARTÍCULO VIGÉSIMO OCTAVO: ARBITRAJE Y MEDIACIÓN.-

Toda controversia o diferencia relativa a este documento y a su ejecución y liquidación e interpretación, será resuelta en primera instancia con la asistencia de un mediador del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. En el evento que el conflicto no fuere resuelto mediante este procedimiento las partes las someten a la resolución de un Tribunal de Arbitraje de la misma Cámara de Comercio que se sujetará a lo dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, el Reglamento dispuesto en la Ley de Arbitraje y Mediación, el Reglamento del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito. Las partes renuncian a la jurisdicción ordinaria, se obligan a acatar el laudo que expida el Tribunal Arbitral y se comprometen a no interponer recurso alguno en contra del laudo arbitral. Para la ejecución de medidas cautelares, el Tribunal Arbitral está facultado para solicitar a los funcionarios públicos, judiciales, policiales y administrativos su cumplimiento, sin que sea necesario recurrir a juez ordinario alguno. El procedimiento arbitral será confidencial. El lugar de arbitraje será las instalaciones del Centro de Arbitraje y Mediación de la Cámara de Comercio de Quito.

ARTÍCULO VIGÉSIMO NOVENO:

En todo lo que no estuviere previsto en los presentes estatutos se sujetará la sociedad a la Ley de Compañías en vigencia y demás leyes de la República del Ecuador.

CAPÍTULO CUARTO: DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN**ARTÍCULO TRIGÉSIMO:**

La compañía se disolverá por una o más de las causas previstas para el efecto en la Ley de Compañías, y se liquidará con arreglo al procedimiento que corresponda, de acuerdo con la misma ley.

CLÁUSULA CUARTA: NOMBRAMIENTO DE ADMINISTRADORES

Se nombra como Gerente General de la Compañía al señor Francisco Rivera Loaiza y como Presidente al señor Guillermo Rivera, quienes durarán en sus funciones por los períodos estipulados en los artículos décimo noveno y vigésimo segundo del Estatuto Social de la Compañía.



ACLARACIONES

OBLIGACIONES DEL SUSCRIPTOR

- Proteger y conservar con el mayor de los cuidados el Dispositivo, información y/o claves que se entreguen o emitan en relación con el certificado de Firma Electrónica
- Responder por el uso del Certificado de Firma Electrónica y de las consecuencias que se deriven de su utilización

RECOMENDACIONES.- Por seguridad El Suscriptor debe tener en cuenta estas recomendaciones:

- El Certificado de firma electrónica es personal e intransferible;
- No debe permitir el uso del certificado a ningún tercero;
- Debe memorizar el PASSWORD o Clave;
- No debe permitir que otras personas conozcan el PASSWORD o Clave;
- Si olvida o pierde el control de su PASSWORD o Clave, solicite INMEDIATAMENTE a SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. la revocación del certificado.
- **IMPORTANTE:** NO OLVIDE SU PASSWORD o Clave, SECURITY DATA SEGURIDAD EN DATOS Y FIRMA DIGITAL S. A. no almacena ni asigna el PASSWORD o Clave, por tanto su olvido implica la revocación del certificado de firma electrónica asociado y la emisión de un nuevo certificado de firma electrónica cuyos cargos serán de cuenta de El Suscriptor.

DATOS DEL FORMULARIO

- **Razón Social:** Es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía de forma colectiva, comanditaria o anónima.
- **Institución Pública:** Es el conjunto de organizaciones públicas que realizan la función administrativa y de gestión del Estado y de otros entes públicos con personalidad jurídica, ya sean de ámbito regional o local.
- **Tipos de Certificados de Firma electrónica:**
 - **Certificados Persona Natural:** Son certificados reconocidos de persona física que identifican al suscriptor como una persona natural pudiendo ser usado este certificados para temas tributarios, legales y personales.
 - **Certificados Miembro de Empresa:** Son certificados reconocidos de persona física que identifican al suscriptor como Corporación y al firmante como vinculado a esa corporación, ya sea como empleado, asociado, colaborador, cliente o proveedor.
 - **Certificados Funcionario Representante Legal:** Son certificados reconocidos de persona física que identifican al suscriptor como una corporación y al firmante como representante legal de dicha corporación.
- **Tiempo de validez del certificado:** Por defecto son 2 años, se puede solicitar certificados con mayor validez siempre y cuando los documentos tengan validez por el tiempo solicitado. Aplicarán otros costos.
- **Modelos de tokens soportados**
 - Epass 3003, Biopass 3000
 - SafenetKey2032, iKey4000
- **FAVOR LLENAR TODOS LOS CAMPOS CON ASTERISCO (*), CASO CONTRARIO NO SE ACEPTARÁ LA SOLICITUD**
- **NO SE ACEPTARÁN SOLICITUDES CON TACHONES, REMIENDOS, FIRMAS COPIADAS EN COMPUTADOR, SIN FECHA O CUALQUIER OTRO ERROR**

Powered by



La Concepción - Río Palora GE2-37 Av. Amazonas - Tel: (593-2) 2438 911 Fax: (593-2) 2250 271
www.securitydata.net.ec 1800-FIRMAS
Quito-Ecuador

V10

COTIZACION CARGA AEREA

Ingreso libre de cambio USD.	1,00
Ingreso moneda de cotización	USD

DATOS GENERALES

CLIENTE	MISHELLE RIVERA
AGENCIADOR CORPORATIVO	ANDREA RIVAS
FECHA ELABORACION	10/04/2014
AGENCIA	SIATI
MODALIDAD DE ENBARQUE	Aereo
TIPO DE CARGA	General
ORIGEN	QUITO
DESTINO	BUENOS AIRES-ARGENTINA
GRUPO (INCOTERMS)	C
INCOTERMS	CIP
DESCRIP. MERCADERIA (COMODITY)	SUELAS
PESO COTIZADO (KG)	3,300.00
SERIE LINEA	AMANCA
TIEMPO TRANSITO APROX.	1-2 DIAS
FRECUENCIA	DIARIA
VALIDEZ DE LA OFERTA	30/04/2014
ROUTA DE TRANSITO	DIRECTO

COTIZACION

PARAMETROS REFERENCIALES		ANTERIOR	MINIMO		
Flete	Valor	Valor	Valor	Moneda	
Ingreso Costo	1.87	1.87	1.87	USD	
Rentabilidad USD	0.90	0.25	0.25	USD	
Rentabilidad moneda cotización	0.90	0.25	0.25	USD	
Total por kilo	2.77	2.12	2.12	USD	
GASTOS EN ORIGEN					
PICKUP	100.00	100.00	100.00	USD	
CUSTOMS CHARGE	400.00	400.00	400.00	USD	
EXPORT FEE	100.00	55.00	55.00	USD	
FILETE					
AIR FREIGHT	9,141.00	6,396.00	6,396.00	USD	

PARAMETROS NEGOCIABLES		NEGOCIADO	
Flete	Valor	Valor	Moneda
Ingreso Costo	1.87	1.87	USD
Rentabilidad USD	0.35	0.35	USD
Rentabilidad moneda cotización	0.35	0.35	USD
Total por kilo	2.22	2.22	USD
GASTOS EN ORIGEN			
PICKUP	100.00	100.00	USD
CUSTOMS CHARGE	400.00	400.00	USD
EXPORT FEE	55.00	55.00	USD
FILETE			
AIR FREIGHT	7,326.00	7,326.00	USD

ANEXO VII: DAI (DECLARACIÓN ADUANERA DE IMPORTACIÓN)


 REPUBLICA DEL ECUADOR
 DECLARACION ADUANERA DE IMPORTACION
Consulta de detalle de la declaración


Número de DAI

Información de general

Aduana	Código de régimen
Tipo de despacho	Número de despacho
Tipo de pago	

Información de Importador

Nombre	Número de
Ciudad	Teléfono
Dirección	
Ciudad	

Información del declarante

Apellidos / nombres	Número de
Código del declarante	
Dirección	

Información de carga

País de procedencia	Código de endoso
Beneficiario del giro	Número de carga
Documento de transporte	

[Comun]

Valor en aduana

Fob	Flete
Seguro	Ajustes
Otros ajustes	Valor en aduana
Ítem declarado	Peso neto (kilos)
Cantidad de unidades físicas	Cantidad de unidades comerciales
Total en tributos	

[Item]

Firma del Contribuyente

1 de hoja /3 total de hojas

Firma del Declarante



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE IMPORTACION



Consulta de detalle de la declaración

Información de ítems

No.	Subpartida	Código complementario	Código suplementario	Descripción	País de origen	Peso neto	Cantidad de unidades comerciales

[Autoliq. Total]

Valor en aduana

Fob total	Folle total
Seguro total	Valor de ajustes
Total de otros ajustes	Valor en aduana
Total de tributos	

Tributo de declaración de importación (común)

Código de tributo	Monto de tributo	Valor de liberación	Cantidad a pagar
01			
03			
04			
05			
06			

[Autoliq. Por ítem]

Número de ítem	Arancel Advalorem	Arancel Específico	Antidumping	Fondofia	ICE Advalorem	ICE Específico	IVA	Salvaguarda	Salvaguarda específica

[Documentos]

Firma del Contribuyente

2 de hoja / 3 total de hojas

Firma del Declarante



REPUBLICA DEL ECUADOR
DECLARACION ADUANERA DE IMPORTACION



Consulta de detalle de la declaración

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de emision	Fecha de fin

[Valor]

Items

Numero de valor	Numero de factura	Fecha de factura	Nombre / razon social	Valor en factura	Naturaleza de la transaccion	Condicion de entrega

Firma del Contribuyente

3 de hoja / 3 total de hojas

Firma del Declarante

liquidación

Fecha :

CONTRIBUYENTE:

Número de la liquidación	Tipo de identificación	Número de identificación	TELEFONO
Nombre o Razón Social	Ciudad		
Dirección			

LIQUIDACION ADUANERA:

CONCEPTO	Liquidación de Aduana	Valor Ponderado	Valor a Pagar	Valor Garantizado	Diferencia a pagar no garantizada
A. Deudas a extinción					
ARANCEL ADVAL OREM					
ARANCEL ESPECIFICO					
ANTIDUMPING					
B. Impuestos					
FONDIRA					
ICE ADVAL COMU					
ICE ESPECIFICO					
IVA					
C. Tasas					
Tasa de Vigilancia Aduanera					
D. Recargos Arancelarios					
SALVAGUARDIA					
SALVAGUARDIA ESPECIFICA					
E. Multas					
F. Otros					
TOTAL:					

Fecha/Hora de liquidación	Fecha máxima de pago	Banco	
Número de Garantía	Valor cobrado		

Observación:



Tarifas de Almacenamiento UJO

CUADRO TARIFARIO DEL 2013

PESO EN KILOS		TARIFA EN DOLARES					
DESDE	HASTA	A	B	C	D	E	F
		VL.R. ALMACENAJE	HAND FEE (0,04 usd x KG)	DISTRIBUTION FEE	OPERACIONAL COST	VL.R. ANTES DE IVA	IVA (12%)
						A + B + C	D + E
0	50	7,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
51	100	12,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
101	300	18,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
301	500	25,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
501	750	40,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
751	1000	70,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
1001	2000	90,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
2001	3000	120,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
3001	5000	180,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
5001	10000	240,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
10001	20000	350,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
20001	30000	450,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
30001	40000	600,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E
40001	750,00	750,00	\$0,04 x kilo	\$0,05 x kilo	\$0,12 x kilo	A + B + C	D + E

NOTA: Aplicable para almacenaje por los primeros 7 dias, a partir del octavo se considera un cargo adicional de 0.005 x Kilo x Dia

SERVICIOS ADICIONALES

TARIFA CUARTO FRIO	USD 0.12 * KILO * DIA
El valor de la tarifa no incluye IVA	

Tarifas de Almacenamiento COURIER

VL.R. ALMACENAJE X KILO	DISTRIBUTION FEE X KILO
0.59 USD	0.05 USD

SERVICIOS ADICIONALES

TARIFA CUARTO FRIO	USD 0.12 * KILO * DIA
El valor de la tarifa no incluye IVA	